



Zertifizierung



FKM-Zertifizierung

von Messe- und Ausstellungszahlen

Stand: Dezember 2021

1.0 Definitionen Seite

Messe/Ausstellung

1.1	Physische Messe/Ausstellung	4
1.2	Hybride Messe/Ausstellung	4
1.3	Digitale Messe/Ausstellung	5
1.4.	Internationale Messe	7
1.5	Messen im Verbund	7
1.6	Messeveranstalter	9
1.7	Gemeinschaftsstand-Organisator	9

Fläche

1.8	Brutto-Ausstellungsfläche	9
1.9	Netto-Ausstellungsfläche	11
1.10	Sonderschaufläche	11
1.11	Aussteller-Standfläche	11

Aussteller

1.12	Physischer Aussteller	12
1.13	Hybrider Aussteller	14
1.14	Digitaler Aussteller	15
1.15	Hauptaussteller	16
1.16	Mitaussteller	16
1.17	Gemeinschaftsstand-Aussteller	16

2.0 Dokumente Seite

2.1	Besucher von Messen im Verbund	7
-----	--------------------------------	---

2.2	Brutto-Ausstellungsfläche	9
2.3	Netto-Ausstellungsfläche	11
2.4	Sonderschaufläche	11

2.5	Zulassung als physischer Aussteller	12
2.6	Zulassung als hybrider Aussteller	14
2.7	Zulassung als digitaler Aussteller	15

3.0 Zertifizierungskriterien Seite

3.1	Zertifizierungsleitlinien	4
-----	---------------------------	---

3.2	Brutto-Ausstellungsfläche	9
3.3	Netto-Ausstellungsfläche	11
3.4	Sonderschaufläche	11

3.5	Ausstellerzahl	12
-----	----------------	----

1.0 Definitionen Seite

1.18	Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)	17
1.19	Ausstellernationalität	17

Messebesucher

1.20	Physischer Messebesucher	19
1.21	Hybrider Messebesucher	22
1.22	Digitaler Messebesucher	22
1.23	Messebesuch	23
1.24	Fachbesucher	24
1.25	Privatbesucher	24
1.26	Messebesucherstruktur	24
1.27	Besuchernationalität	27

2.0 Dokumente Seite

2.8	Eintrittsausweise für physische und hybride Messebesucher	19
2.9	Besucherregistrierung	22
2.10	Physischer Besuch	23
2.11	Hybrider Besuch	23
2.12	Digitaler Besuch	23
2.13	Besucherbefragungsdaten	24
2.14	Besuchernationalität	27
2.15	Verwendung des FKM-Signets	28
2.16	FKM-Jahresbericht	29

3.0 Zertifizierungskriterien Seite

3.6	Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)	17
3.7	Ausländische Aussteller	17
3.8	Messebesuchereintritte	19
3.9	Registrierte Messebesuchereintritte	22
3.10	Messebesucherstruktur	24

1.0 Definitionen

Messe/Ausstellung

1.1 Physische Messe/Ausstellung

Eine physische Messe bzw. Ausstellung ist eine Veranstaltung an einem realen Ort während einer begrenzten Zeit, auf der wirtschaftliche Güter (Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte) präsentiert bzw. verbreitet werden.

Hinweis: Die einzelnen Merkmale der Begriffe Messe und Ausstellung definieren sich aus den §§ 64 und 65 der Gewerbeordnung in der jeweils gültigen Fassung.

1.2 Hybride Messe/Ausstellung

Eine hybride Messe bzw. Ausstellung ist eine Veranstaltung an einem realen Ort (physischer Teil 1.1) während einer begrenzten Zeit, die durch eine digitale Messe (digitaler Teil 1.3) innerhalb eines gemeinsamen inhaltlichen Rahmens ergänzt wird. Auf der Messe/Ausstellung (1.1-1.3) werden Marktteilnehmer zusammengebracht, die sich zu wirtschaftlichen Zwecken und/oder Wissen austauschen. Die Marktteilnehmer haben sowohl am realen Ort als auch online die Möglichkeit zur synchronen Interaktion und müssen eindeutig identifizierbar sein, z. B. durch Registrierung. Die offizielle Laufzeit ist auf drei Wochen begrenzt. Sie wird durch Angabe der Dauer und der Öffnungszeiten vom Messeveranstalter (1.6) festgelegt.

2.0 Dokumente



3.0 Zertifizierungskriterien

3.1 Zertifizierungsleitlinien

Die Leitlinien der FKM-Zertifizierung (= Prüfung) einer Messe/Ausstellung (1.1-1.3) und die daraus abgeleiteten Zertifizierungskriterien, die in allen Zweifelsfällen Anwendung finden sollen, werden hier vorangestellt. Sachverhalte, für die keine speziellen Zertifizierungskriterien bestehen, sind auf Grundlage dieser Grundsätze zu behandeln. Ebenso hat die Auslegung der Zertifizierungskriterien auf Grundlage dieser Grundsätze zu erfolgen. Die mit der Zertifizierung beauftragte/n Wirtschaftsprüfer/-in sollen sich bei Zweifeln insbesondere im Rahmen von allgemeinen Auslegungsfragen zu Zulässigkeiten und Gegebenheiten der Definitionen und Dokumente mit der Geschäftsführung der FKM abstimmen, wobei die Neutralität der Wirtschaftsprüfer/-in gewahrt bleiben muss.

Die Zertifizierungsleitlinien werden durch folgende Aussagen definiert:

- 3.1.1 Mit der FKM-Zertifizierung wird bescheinigt, dass für die vorgelegten Messe- und Ausstellungszahlen die Maßgaben der FKM (Definitionen, Dokumente und Zertifizierungskriterien) eingehalten und angewendet worden sind. Die Zertifizierung erfolgt durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Zertifizierungsstelle gemäß § 12 der Satzung der FKM).

1.0 Definitionen

1.3 Digitale Messe/Ausstellung

Eine digitale Messe bzw. Ausstellung ist eine ausschließlich online zugängliche Veranstaltung auf einer vom Messeveranstalter (1.6) verantworteten Plattform während einer begrenzten Zeit. Auf der Messe/Ausstellung (1.2-1.3) werden Marktteilnehmer zusammengebracht, die sich zu wirtschaftlichen Zwecken und/oder Wissen austauschen. Die Marktteilnehmer haben die Möglichkeit zur synchronen Interaktion und müssen eindeutig identifizierbar sein, z. B. durch Registrierung. Die offizielle Laufzeit ist auf drei Wochen begrenzt. Sie wird durch Angabe der Dauer und der Öffnungszeiten vom Messeveranstalter (1.6) festgelegt.

2.0 Dokumente



3.0 Zertifizierungskriterien

- 3.1.2 Grundsätzlich sind sämtliche angemeldeten Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) zu zertifizieren. Dieser Grundsatz gilt lückenlos für neu angemeldete Messen/Ausstellungen (1.1-1.3), bei grundlegender Änderung des Veranstaltungskonzeptes, der Einführung oder maßgeblichen Änderung von automatischen Besucher-einlass-Systemen, dem Wechsel des Veranstaltungsortes und einem Veranstaltungsrhythmus von mehr als zwei Jahren. Die Zertifizierung von Folgeveranstaltungen, die die zuvor aufgelisteten Merkmale nicht aufweisen, erfolgt nach Ermessen des/der mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer/s/-in.
- 3.1.3 Der Nachweis der gemeldeten Daten erfolgt anhand schlüssiger Unterlagen, die von dem Messeveranstalter (1.6) vorzulegen sind. Der/Die mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer/-in führt während der Messe/Ausstellung (1.1-1.3) eine Begehung (Inaugenscheinnahme) durch.
- 3.1.4 Sofern für die Ermittlung der Besuche (1.23) automatische Besuchereinlass-Systeme eingesetzt werden, sind diese vor Einführung und bei maßgeblicher Änderung einer Systemprüfung zu unterziehen, die durch den/die mit der Zertifizierung beauftragte/n Wirtschaftsprüfer/-in erfolgt. In diesem Zusammenhang sind die von dem/der mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer/-in herausgegebenen technisch-organisatorischen Anforderungen seitens der Systembetreiber/-in zu beachten.

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

3.1.5 Ausgangspunkt der Zertifizierung sowohl für quantitative als auch für qualitative Daten sind jeweils die vom Messeveranstalter (1.6) ausgefüllten Statistik-Formulare im Eingabe-Portal „Extranet“ von AUMA/FKM, die die zu prüfenden Zahlen enthalten. Sie sind an den/die mit der Zertifizierung beauftragte/n Wirtschaftsprüfer/-in und die FKM-Geschäftsführung zeitgerecht einzusenden.

3.1.6 Der/Die mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer/-in führt die Prüfung durch Befragungen und Analysen, Vergleiche sowie Nachrechnungen, Handlungen, Einsicht- und Inaugenscheinnahmen sowie ggf. Einsicht in Erlöskonten und Einholung von Bestätigungen Dritter durch. Außerdem wird bei der Zertifizierung stichprobenorientiert vorgegangen, wobei der Stichprobenumfang in Abhängigkeit von der Größe der Messe/Ausstellung (1.1-1.3) variiert und so zu wählen ist, dass hinreichende Sicherheit für die Erteilung der Bescheinigung erlangt werden kann.

3.1.7 Nach Abschluss der Zertifizierung einer Messe/Ausstellung (1.1-1.3) wird durch den/die mit der Zertifizierung beauftragte/n Wirtschaftsprüfer/-in eine Bescheinigung erteilt. Die Bescheinigung ist für den Fall zu verweigern, dass die Einhaltung der Maßgaben der FKM (Definitionen, Dokumente und Zertifizierungskriterien) abschließend nicht nachgewiesen werden kann. Das Merkmal Internationalität ist nicht Bestandteil der Zertifizierung.

 www.fkm.de

1.0 Definitionen

1.4 Internationale Messe

Eine Messe (1.1-1.3) ist international, wenn mindestens 5 % der Fachbesucher (1.24) und mindestens 10 % der Aussteller (1.12-1.14) aus dem Ausland stammen (nicht Bestandteil der Zertifizierung).

1.5 Messen im Verbund

Messen im Verbund sind zwei oder mehr unterschiedliche Messen/Ausstellungen (1.1-1.3), die am gleichen Ort zeitlich parallel, überlappend und/oder wechselnd stattfinden und von Messebesuchern (1.20-1.22) gemeinsam genutzt werden können.

Hinweis 1: Messen im Verbund können, müssen jedoch keine thematischen Beziehungen oder Verknüpfungen aufweisen.

Hinweis 2: Messen im Verbund können in der Zuständigkeit von einem oder mehreren Messeveranstaltern (1.6) liegen.

Hinweis 3: Der Zutritt für Messebesucher (1.20-1.22) zu Messen im Verbund kann mit einer Gültigkeit für alle Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) geregelt sein oder separat für jede einzelne Messe im Verbund.

2.0 Dokumente

2.1 Besucher von Messen im Verbund

2.1.1 Beschreibung des Dokuments

Die Nachweise für die Anzahl von Messebesuchern (1.20-1.22) von einzelnen Messen im Verbund (1.5) sind die Angaben aus einer Besucherbefragung (-----> Anlage 3), sofern keine separaten Besuchereinlass-Systeme oder nur ein gemeinsames Besucherregistrierungs-System eingesetzt werden.

Hinweis 1: Für Messen im Verbund (1.5) mit dem Merkmal einer zeitlichen Überlappung gilt die zusätzliche Anforderung, dass im Rahmen der Besucherbefragung für die überlappungsfreien Zeiten hinsichtlich der Stichprobengröße entsprechende methodische Anforderungen gelten.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.1.8 Die für die FKM-Zertifizierung erforderlichen Unterlagen sind vom Messeveranstalter (1.6) drei Monate nach Veröffentlichung des FKM-Jahresberichtes (2.16) aufzubewahren.

---> **3.8 Messebesuchereintritte** (-----> S. 19)
in Verbindung mit
3.10 Messebesucherstruktur (-----> S. 24)

Befragungen für Verbundveranstaltungen sind von einem einzigen Institut durchzuführen.

Bei Verbundveranstaltungen mit anderen Komponenten als den aufgelisteten (2.1.1) erfolgt eine Abstimmung zwischen dem/der Wirtschaftsprüfer/-in und der FKM-Geschäftsführung.

Der Eintritt eines Messebesuchers (1.20-1.22) von Messen im Verbund (1.5) wird einmal pro Tag gezählt.

1.0 Definitionen

Hinweis 4: Autonome Sektoren in Mehrbranchenmessen sind wie Messen im Verbund (1.5) zu behandeln, wenn sie die folgenden Merkmale aufweisen: **(1)** sie sind in sich geschlossene, klar abgegrenzte Teilbereiche; **(2)** die Aussteller (1.12-1.14) bilden eine deutliche räumliche Einheit; **(3)** es werden gesonderte, auf den autonomen Sektor inhaltlich abgestimmte Werbemittel hinsichtlich Aussteller (1.12-1.14) und Besucher (1.20-1.21) eingesetzt.

2.0 Dokumente

Hinweis 2: Für Messen im Verbund (1.5) mit dem Merkmal von unterschiedlichen Messeveranstaltern (1.6) und einer FKM-Zertifizierung, die nicht alle Messen im Verbund (1.5) umfasst, gilt die zusätzliche Anforderung, dass die Besucherbefragung auf der Grundgesamtheit basieren muss, die sich aus allen einzelnen Messen im Verbund (1.5) zusammensetzt.

2.1.2 Veröffentlichungsregel

- a) Die Veröffentlichung von Messebesuchern (1.20-1.22) einzelner Messen im Verbund (1.5) ist nur in Verbindung mit der gleichzeitigen Information über den Verbund (Angabe der einzelnen Verbundveranstaltungen) und den Hinweis auf Mehrfachnennungen zulässig.
- b) Eine Veröffentlichung der Messebesucher (1.20-1.22) von Verbundveranstaltungen ist ohne Hinweis auf den Verbund und Mehrfachnennungen möglich unter der Bedingung, dass die Summe der Messebesucher (1.20-1.22) der einzelnen Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) mit der Gesamtsumme der Messebesucher (1.20-1.22) des Messeverbundes übereinstimmt.
- c) Wenn nur zusammengefasste Zahlen für den Verbund vorhanden sind, aber in Veröffentlichungen diese Zahlen im Zusammenhang mit einer Teilveranstaltung genannt werden, müssen die Zahlen mit dem Hinweis gekennzeichnet werden: „zusammen mit (Mestetitel)“.

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

1.6 Messeveranstalter

Messeveranstalter bezeichnet eine Institution, die eine Messe/Ausstellung (1.1-1.3) konzipiert, organisiert und/oder durchführt.

1.7 Gemeinschaftsstand-Organisator

Gemeinschaftsstand-Organisator bezeichnet eine Institution (Unternehmen, Einzelperson oder Organisation), der vom Messeveranstalter (1.6) eine Aussteller-Standfläche (1.11) oder eine digitale Plattform zu Vermarktungszwecken überlassen worden ist, und die mit Ausstellern (1.12-1.14) auf der ihr überlassenen Aussteller-Standfläche (1.11) oder digitalen Plattform Flächennutzung vertraglich vereinbaren kann, ohne dass sie dort selbst Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte präsentiert oder verbreitet.

Fläche

1.8 Brutto-Ausstellungsfläche

Die Brutto-Ausstellungsfläche bezeichnet die Hallen- und/oder Freigeländefläche, die sich aus der Netto-Ausstellungsfläche (1.9) ohne Obergeschossflächen von Ständen und den dazu gehörigen Verkehrs- und Serviceflächen für eine jeweilige Messe/Ausstellung (1.1-1.2) zusammensetzt.

2.0 Dokumente

- d) Wenn eine Messe/Ausstellung (1.1-1.3) abwechselnd im Verbund und als Einzelveranstaltung stattfindet, dürfen in Veröffentlichungen nur die Zahlen der jeweils vergleichbaren Messe/Ausstellung (1.1-1.3) genannt werden.

2.2 Brutto-Ausstellungsfläche

Der Nachweis von Brutto-Ausstellungsflächen (1.8) erfolgt aufgrund von gedruckten oder elektronisch hinterlegten Belegungsplänen von Hallen und Freigelände, aus denen sowohl die Netto-Ausstellungsflächen (1.9) erkennbar sind als auch die insgesamt vorhandene und die durch die Messe/Ausstellung (1.1-1.2) belegte Brutto-Ausstellungsfläche (1.8) abgeleitet werden kann.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.2 Brutto-Ausstellungsfläche

Den Zertifizierungsnachweis für die Brutto-Ausstellungsfläche (1.8) bildet das Dokument „2.2 Brutto-Ausstellungsfläche“.

Brutto-Ausstellungsflächen (1.8) in geschlossenen Räumen außerhalb von Messehallen, etwa in Foyers, Übergängen etc., errechnen sich durch einen 80%igen Zuschlag auf die Netto-Ausstellungsfläche (1.9).

1.0 Definitionen

Hinweis 1: Serviceflächen sind Flächen, die in einem direkten Zusammenhang mit einer jeweiligen Messe/Ausstellung (1.1-1.2) stehen, jedoch nicht von Ausstellern (1.12-1.13) für eigene Präsentationen genutzt werden.

Zu den Serviceflächen zählen temporäre Gastronomieflächen in den Hallen; Flächen für Behörden, Verbände und Institutionen, die zum Zwecke eines allgemeinen Serviceangebotes für Aussteller (1.12-1.13) und/oder Besucher (1.20-1.21) genutzt werden und Vorführanlagen wie Vorführringe, Bühnen, Aktionshallen und dergleichen, soweit sie nicht die Voraussetzungen einer Sonderschaufläche (1.10) erfüllen.

Hinweis 2: Nicht zur Brutto-Ausstellungsfläche (1.8) zählen alle Flächen, die für eine regelmäßige Nutzung zu Büro-, Besprechungs- und Konferenzzwecken und dergleichen bestimmt sind. Ebenso rechnen Lagerflächen und gastronomisch genutzte Flächen in Form von Festeinbauten oder entsprechende Flächen im Freigelände nicht zur Brutto-Ausstellungsfläche (1.8).

Hinweis 3: Vorführanlagen im Freigelände bei landwirtschaftlichen Messen/Ausstellungen (1.1-1.2) gelten ohne Aufschlag auf die Netto-Ausstellungsfläche (1.9) als Brutto-Ausstellungsfläche (1.8).

2.0 Dokumente

Die verwendeten Pläne müssen maßstabsgerecht sein und eine ausreichende Bemaßung tragen.

3.0 Zertifizierungskriterien

Die Brutto-Freigeländefläche errechnet sich durch einen 80%igen Zuschlag auf die Netto-Ausstellungsfläche (1.9) des Freigeländes.

1.0 Definitionen

1.9 Netto-Ausstellungsfläche

Die Netto-Ausstellungsfläche bezeichnet die Hallen- und/oder Freigeländefläche, die sich als Summe der Aussteller-Standflächen (1.11) in Verbindung mit den Sonderschauflächen (1.10) errechnet.

1.10 Sonderschaufläche

Die Sonderschaufläche bezeichnet eine Fläche innerhalb einer Messe/Ausstellung (1.1-1.2), die das Thema einer Messe/Ausstellung (1.1-1.2) umfassend oder in einzelnen Aspekten erläutert und Aussteller-unabhängig ist. Sonderschauflächen können Flächen für Stände, Schautafeln und Vorführungen sein.

1.11 Aussteller-Standfläche

Die Aussteller-Standfläche bezeichnet eine Grundfläche innerhalb und/oder außerhalb einer Halle, die einem oder mehreren Ausstellern (1.12-1.13) oder Gemeinschaftsstand-Organisatoren (1.7) vom Messeveranstalter (1.6) zur vertraglichen Nutzung im Rahmen einer Messe/Ausstellung (1.1-1.2) überlassen wird.

Hinweis: Eine Grundfläche kann ebenerdig oder auf Geschossebenen sein.

2.0 Dokumente

2.3 Netto-Ausstellungsfläche

Die Netto-Ausstellungsfläche (1.9) besteht aus den beiden Komponenten „Summe Aussteller-Standfläche“ (1.11) und „Sonderschaufläche“ (1.10). Als Nachweis dienen die entsprechenden Angaben in den Zulassungsdokumenten (2.5).

2.4 Sonderschaufläche

Die Sonderschauflächen (1.10) als weitere Komponente der Netto-Ausstellungsfläche (1.9) werden anhand einer Auflistung der entsprechenden Netto-Ausstellungsflächen (1.9) zertifiziert. Der Nachweis erfolgt anhand der Belegungspläne oder ähnlicher Unterlagen sowie des Schriftverkehrs mit den Trägern der Sonderschauen usw.

❖ 2.5 Zulassung als physischer Aussteller (→ S. 12)

3.0 Zertifizierungskriterien

3.3 Netto-Ausstellungsfläche

Für die Zertifizierung dient als Grundlage das Dokument „2.3 Netto-Ausstellungsfläche“.

3.4 Sonderschaufläche

Die Zertifizierung erfolgt auf Grundlage des Dokumentes „2.4 Sonderschaufläche“.

❖ 3.5 Ausstellerzahl (→ S. 12)

1.0 Definitionen

Aussteller

1.12 Physischer Aussteller

Aussteller bezeichnet eine Institution (Unternehmen, Einzelperson oder Organisation), die vom Messeveranstalter (1.6) auf einer Aussteller-Standfläche (1.11) zugelassen ist und dort Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte mit Personal präsentiert bzw. verbreitet. Dabei muss die Möglichkeit zur synchronen Interaktion mit den Besuchern (1.20) während der offiziellen Laufzeit bestehen (z.B. persönliches Gespräch).

Hinweis 1: Ein Aussteller (1.12-1.14) kann als Hauptaussteller (1.15), Mitaussteller (1.16) oder Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17) auftreten.

Hinweis 2: Ein physischer Aussteller (1.12) kann mehrfach gezählt werden unter der Bedingung, dass er auf mehreren eigenen Aussteller-Standflächen (1.11) präsent ist, die sich in deutlich optisch getrennten Bereichen befinden müssen und mit verschiedenen Angebots-schwerpunkten unterschiedliche Zielgruppen anspricht.

2.0 Dokumente

2.5 Zulassung als physischer Aussteller

Die Zulassung ist eine schriftliche oder elektronische Mitteilung des Messeveranstalters (1.6) an Aussteller (1.12-1.13) oder einen Gemeinschaftsstand-Organisator (1.7) mit rechtsverbindlichem Charakter, die eine Berechtigung zur Teilnahme an der Messe/Ausstellung (1.1-1.2) auf Basis von bestimmten Bedingungen darstellt.

Eine Zulassung weist im Hinblick auf die Dokumentation der Zertifizierung in der Regel folgende Informationen auf wie die Charakterisierung als Hauptaussteller (1.15), als Mitaussteller (1.16) oder als Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17); die Ausstellernationalität (1.19) und die Größe und Lage der Aussteller-Standfläche (1.11).

Wenn der Gemeinschaftsstand-Organisator (1.7) vom Messeveranstalter (1.6) mit der Prüfung der Zulassungsfähigkeit beauftragt wurde, hat dieser dem Messeveranstalter (1.6) alle für die FKM-Zertifizierung notwendigen Dokumente/Informationen zu übermitteln.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.5 Ausstellerrzahl

3.5.1 Verfahren Ausstellerrzahl

Als Beleg für den Nachweis der Ausstellerrzahl (Hauptaussteller 1.15, Mitaussteller 1.16, Gemeinschaftsstand-Aussteller 1.17) dienen die Zulassungen in Verbindung mit den schriftlichen oder elektronischen Anmeldungen einschließlich entsprechender Auflistungen. Erfolgt die Zulassung als Aussteller (1.12-1.14) auf Basis einer entgeltpflichtigen Teilnahme, so kann alternativ auch die Rechnung als Dokument verwendet werden.

Für den Nachweis der physischen Aussteller (1.12) müssen aus der Auflistung die Teilsummen für belegte Hallenfläche (Inland und Ausland) sowie für belegte Freigeländefläche (Inland und Ausland) ersichtlich sein.

Für den Nachweis des physischen Anteils des hybriden Ausstellers (1.13) müssen aus der Auflistung die Teilsummen für belegte Hallenfläche (Inland und Ausland) sowie für belegte Freigeländefläche (Inland und Ausland) ersichtlich sein. Für diese Belegarten sind zusammengefasste Auflistungen in der Reihenfolge der Belegdokumentation vorzulegen.

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

Hinweis 1: Die Zulassung ist die dokumentierte Bestätigung der schriftlichen oder elektronischen Anmeldung des Ausstellers (1.12-1.13).

Hinweis 2: Erfolgt die Zulassung als Aussteller (1.12-1.13) auf Basis einer entgeltpflichtigen Teilnahme, so gilt auch die Rechnung als Dokument.

3.0 Zertifizierungskriterien

Für den Nachweis des digitalen Anteils der hybriden Aussteller (1.14) sind zusammengefasste Auflistungen in der Reihenfolge der Belegdokumentation vorzulegen.

Ein Nachweis der Ausstellernumern ausschließlich durch Karteikarten, Hallenpläne oder Sekundärunterlagen reicht nicht aus.

3.5.2 Zählmodus Ausstellernummer

Jeder Aussteller (1.12-1.14) mit einer eigenen Zulassung zählt einmal, sofern die Merkmale als Hauptaussteller (1.15) oder Mitaussteller (1.16) erfüllt sind.

Es wird eine Gesamtausstellernummer geprüft und ausgewiesen, die physische, hybride und digitale Aussteller (1.12-1.14) umfasst. Optional können die Messeveranstalter (1.6) zusätzlich physische, hybride und digitale Aussteller (1.12-1.14) getrennt prüfen lassen und ausweisen. Ein Aussteller (1.12-1.14) kann mehrfach gezählt werden, wenn er deutlich optisch getrennt mit verschiedenen Angebotsschwerpunkten auftritt und unterschiedliche Zielgruppen anspricht.

1.0 Definitionen

1.13 Hybrider Aussteller

Hybrider Aussteller bezeichnet eine Institution (Unternehmen, Einzelperson oder Organisation), die vom Messeveranstalter (1.6) auf einer Aussteller-Standfläche (1.11) und digitalen Plattform zugelassen ist und dort jeweils Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte präsentiert bzw. verbreitet. Dabei muss die Möglichkeit zur synchronen Interaktion mit den Besuchern (1.20-1.22) während der offiziellen Laufzeit bestehen (z. B. Chat, Videocall, persönliches Gespräch).

Hinweis 1: Analog zu physischen Messen (1.1) kann es auf hybriden Messen (1.2) auch Mit-aussteller (1.16) und Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17) geben, die entsprechend den Zertifizierungsregeln für physische Messen (1.1) als hybride Aussteller (1.13) gezählt werden.

Hinweis 2: Ein hybrider Aussteller (1.13) kann mehrfach gezählt werden unter der Bedingung, dass er auf einer physischen Messe/Ausstellung (1.1) auf mehreren eigenen Aussteller-Standflächen (1.11) präsent ist, die sich in deutlich optisch getrennten Bereichen befinden müssen und mit verschiedenen Angebotsschwerpunkten unterschiedliche Zielgruppen anspricht.

2.0 Dokumente

2.6 Zulassung als hybrider Aussteller

Die Zulassung ist eine schriftliche oder elektronische Mitteilung des Messeveranstalters (1.6) an den hybriden Aussteller (1.13) mit rechtsverbindlichem Charakter. Diese Mitteilung stellt eine Berechtigung zur Teilnahme an der hybriden Messe/Ausstellung (1.2) auf Basis von bestimmten Bedingungen dar.

Im Hinblick auf die Dokumentation der Zertifizierung weist eine Zulassung in der Regel die Charakterisierung als hybrider Aussteller (1.13) und die Ausstellernationalität (1.19) aus.

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.5 Ausstellerzahl (→ S. 12)

1.0 Definitionen

1.14 Digitaler Aussteller

Digitaler Aussteller bezeichnet eine Institution (Unternehmen, Einzelperson oder Organisation), die vom Messeveranstalter (1.6) auf einer digitalen Plattform zugelassen ist und dort Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte präsentiert bzw. verbreitet. Dabei muss die Möglichkeit zur synchronen Interaktion mit den Besuchern (1.22) während der offiziellen Laufzeit bestehen (z. B. Chat, Videocall).

Hinweis 1: Analog zu physischen Messen/Ausstellungen (1.1) kann es auf digitalen Messen/Ausstellungen (1.3) auch Mitaussteller (1.16) und Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17) geben, die entsprechend den Zertifizierungsregeln für physische Messen (1.1) als digitale Aussteller (1.14) gezählt werden.

Hinweis 2: Ein digitaler Aussteller (1.14) kann mehrfach gezählt werden unter der Bedingung, dass er auf einer digitalen Messe/Ausstellung (1.3) auf mehreren eigenen Präsentationsplattformen präsent ist, die sich in deutlich optisch getrennten Bereichen befinden müssen und mit verschiedenen Angebotsschwerpunkten unterschiedliche Zielgruppen anspricht.

2.0 Dokumente

2.7 Zulassung als digitaler Aussteller

Die Zulassung ist eine schriftliche oder elektronische Mitteilung des Messeveranstalters (1.6) an den digitalen Aussteller (1.14) mit rechtsverbindlichem Charakter. Diese Mitteilung stellt eine Berechtigung zur Teilnahme an der digitalen Messe (1.3) auf Basis von bestimmten Bedingungen dar.

Im Hinblick auf die Dokumentation der Zertifizierung weist eine Zulassung in der Regel die Charakterisierung als digitaler Aussteller (1.14) und die Ausstellernationalität (1.19) aus.

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.5 Ausstellerzahl (→ S. 12)

1.0 Definitionen

1.15 Hauptaussteller

Hauptaussteller bezeichnet einen Aussteller (1.12-1.14), der eine unmittelbare Vertragsbeziehung mit dem Messeveranstalter (1.6) hat.

1.16 Mitaussteller

Ein Mitaussteller bezeichnet einen Aussteller (1.12-1.14), der mit dem Einverständnis des Messeveranstalters (1.6) auf dem Stand des Hauptausstellers (1.15) Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte mit Personal präsentiert oder verbreitet.

1.17 Gemeinschaftsstand-Aussteller

Ein Gemeinschaftsstand-Aussteller bezeichnet einen Aussteller (1.12-1.13), der mit dem Einverständnis des Messeveranstalters (1.6) auf dem Stand des Gemeinschaftsstand-Organisators (1.7) Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte mit Personal präsentiert oder verbreitet.

2.0 Dokumente

❖ 2.5-2.7 Zulassung als Aussteller
(→ S. 12-15)

❖ 2.5-2.7 Zulassung als Aussteller
(→ S. 12-15)

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.5 Ausstellerzahl (→ S. 12)

❖ 3.5 Ausstellerzahl (→ S. 12)

1.0 Definitionen

1.18 Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)

Ein zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU) lässt wirtschaftliche Güter ohne eigenes Personal auf dem Stand eines Ausstellers (1.12-1.14) präsentieren.

Hinweis 1: Ein ZVU kann ein Unternehmen, eine Einzelperson oder eine Organisation sein.

Hinweis 2: Ein ZVU ist nicht als Aussteller (1.12-1.14) zu betrachten, kann jedoch mit entsprechender Kennzeichnung in einem Ausstellerverzeichnis erscheinen.

1.19 Ausstellernationalität

Die Nationalität eines Ausstellers (1.12-1.14) ergibt sich aus derjenigen Adresse, die für die Vertragsbeziehung mit dem Messeveranstalter (1.6) oder mit einem Gemeinschaftsstand-Organisator (1.7) maßgeblich ist.

Hinweis 1: Besteht ein Unterschied zwischen der Rechnungsadresse und der Adresse des anmeldenden Ausstellers (1.12-1.14), so ist die Nationalität des Leistungsempfängers maßgeblich.

2.0 Dokumente

❖ 2.5-2.7 Zulassung als Aussteller (→ S. 12-15)

❖ 2.5-2.7 Zulassung als Aussteller (→ S. 12-15)

3.0 Zertifizierungskriterien

3.6 Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)

Der Zertifizierungsnachweis für ZVU – zusätzlich vertretenes Unternehmen (1.18) ist durch Vorlage der schriftlichen oder elektronischen Anmeldeunterlagen des Ausstellers (1.12-1.14), in denen die vollständige Anschrift des ZVU angegeben sein muss, zu führen. Die Anzahl der ZVU ist in einer zusammengefassten Auflistung und getrennt nach In- und Ausland zu dokumentieren.

Hinweis 1: Ein ZVU ist grundsätzlich nur einmal zu zählen.

Hinweis 2: Bei Bekanntgabe der Gesamtzahl der Aussteller (1.12-1.14) darf die Zahl der Aussteller (1.12-1.14) nicht mit der Zahl der zusätzlich vertretenen Unternehmen (1.18) addiert werden (Additionsverbot).

3.7 Ausländische Aussteller

Der Zertifizierungsnachweis für Aussteller (1.12-1.14) aus dem Ausland bilden die dokumentierten Angaben zur Ausstellernationalität (1.19), wobei zum einen die ausländischen Aussteller (1.12-1.14) nach Herkunftsländern tabellarisch aufzulisten sind und zum anderen die Gesamtzahl der Teilnehmerländer auszuweisen ist.

1.0 Definitionen

Hinweis 2: Besteht keine Übereinstimmung zwischen der Vertragsadresse und der Nationalität eines Ausstellers (1.19) kann eine schriftliche oder elektronische Erklärung des Ausstellers (1.12-1.14) über seine Nationalität akzeptiert werden.

2.0 Dokumente



3.0 Zertifizierungskriterien

Hinweis 1: Hat ein Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17) keine Vertragsbeziehung mit dem Messeveranstalter (1.6), sondern nur mit einem Gemeinschaftsstand-Organisator (1.7), muss dieser die Nationalität seiner Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17) dem Messeveranstalter (1.6) durch für die FKM-Zertifizierung notwendigen Dokumente/Informationen nachweisen können.

Hinweis 2: Sollten unter den Gemeinschaftsstand-Ausstellern (1.17) sowohl inländische als auch ausländische sein, hat der Messeveranstalter (1.6) dem Prüfer angemessene Nachweise bezüglich der entsprechenden Flächenanteile vorzulegen.

1.0 Definitionen

Messebesucher

1.20 Physischer Messebesucher

Physischer Messebesucher bezeichnet eine Person, die an einer Messe/Ausstellung (1.1-1.2) während der offiziellen Öffnungszeiten für Messebesucher (1.20-1.21) teilnimmt mit der Absicht, Informationen zu generieren und/oder Aussteller (1.12-1.13) zu kontaktieren.

Hinweis 1: Zu den Messebesuchern (1.20-1.21) zählen nicht Standpersonal, Journalist/en/-innen, Personal von Messe-Dienstleistungsanbietern, Personal des Messeveranstalters (1.6) und des Geländebetreibers.

Der Messeveranstalter (1.6) hat in geeigneter Form den Nachweis zu erbringen, dass der Personenkreis nicht als Messebesucher (1.20-1.21) gezählt wird.

Hinweis 2: Referent/en/-innen und Kongress-teilnehmer/-innen zählen nur unter der Voraussetzung als Messebesucher (1.20-1.21), dass sie auf der Messe/Ausstellung (1.1-1.2) anwesend sind.

2.0 Dokumente

2.8 Eintrittsausweise für physische und hybride Messebesucher

Zur Erfassung der Eintritte von Messebesuchern (1.20-1.21) dienen die Eintrittsausweise, die zum Besuch einer Messe/Ausstellung (1.1-1.2) berechtigen.

Die Form des Dokumentes Eintrittsausweis wird von der Art des Besuchereinlassverfahrens bestimmt. Grundsätzlich ist zwischen einer manuellen und einer automatisierten Zugangskontrolle zu unterscheiden.

- a) Bei einer manuellen Zugangskontrolle dienen als Dokumente die vom Messeveranstalter (1.6) einzubehaltenden Abschnitte von Eintrittsausweisen der Messebesucher (1.20-1.21). Der einzubehaltende Abschnitt hat der Messe/Ausstellung (1.1-1.2) zuordenbare und zweifelsfrei nachvollziehbare Identifikationsmerkmale zu tragen.

Als Dokumente können auch die Auswertungen der Tageskassen herangezogen werden, über die Messebesucher (1.20-1.21) ihre Eintrittsausweise erhalten haben. Von diesen Eintrittsausweisen brauchen keine Abschnitte einbehalten zu werden. Die Eintrittsausweise sind in diesem Fall mit Unterscheidungsmerkmalen zu kennzeichnen, um Mehrfachzählungen zu vermeiden.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.8 Messebesuchereintritte

3.8.1 Verfahren für physische Messen (1.1-1.2)

Die Zertifizierung des „Messebesuchs“ (1.23) erfolgt anhand der Dokumentation „Eintrittsausweise für physische und hybride Messebesucher“ (2.8) oder anhand der Dokumentation „Besucherregistrierung“ (2.9).

Die Zertifizierung von Besuchereintritten einer Messe/Ausstellung (1.1-1.2), die von einem automatischen Besuchereinlass-System erfasst worden sind, erfolgt mittels Analyse der elektronischen Auswertungen, die der/die mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer/-in vornimmt.

Die Aufzeichnungen zum Nachweis von Eintritten von Messebesuchern (1.20-1.21) müssen folgende Mindestanforderungen erfüllen: **(1)** Typ des Messteilnehmers zur Unterscheidung des Messebesuchers (1.20-1.21) gegenüber den anderen Teilnehmern (bspw. Standpersonal, Journalisten/-innen, Servicepersonal), **(2)** zeitliche Berechtigung (Tagesberechtigung, Mehrtagesberechtigung, Dauerberechtigung usw.), **(3)** Datumsangabe mit Uhrzeit für Eingang, **(4)** Identifikationsmerkmal (bspw. fortlaufende Nummerierung) zur zweifelsfreien Erfassung eines Eintrittsausweises und **(5)** Zählmodus.

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

Dokumente sind auch messe- bzw. ausstellungsbezogene Abrechnungen von externen, autonomen Vorverkaufsstellen, sofern die im ersten Absatz formulierten Merkmale nicht oder Abschnitte nicht einbehalten werden können.

- b) Als Dokumente für den Eintritt von Messebesuchern (1.20-1.21) im Zusammenhang mit einem automatischen Besuchereinlass-System dienen die jeweiligen Aufzeichnungen, die in Papierform oder in elektronisch lesbarer Form vorliegen müssen.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.8.2 Zählmodus für physische Messen (1.1-1.2)

- a) Die Eintritte von Messebesuchern (1.20-1.21) werden pro Tag nur einmal gezählt.
- b) Mehrtagesausweise werden entsprechend der Häufigkeit ihrer Nutzung mehrfach, jedoch pro Tag nur einmal gezählt.

3.8.3 Verfahren für hybride und digitale Messen (1.2-1.3)

Die Zertifizierung der Besucher (1.20-1.22) erfolgt anhand der Dokumentation zum physischen, hybriden und digitalen Besuch (2.10-2.12) und wird durch die/den beauftragte/n Wirtschaftsprüfer/-in vorgenommen. Dabei wird jeder Besucher (1.20-1.22) pro Messe/Ausstellung (1.1-1.3) einer der drei Kategorien (physisch, hybrid, digital) eindeutig zugeordnet.

Die Aufzeichnungen zum Nachweis des Besuchs (2.10-2.12) müssen folgende Mindestanforderungen erfüllen: **(1)** Zeitstempel der Nutzung (z. B. Log-in, Eintrittszeitpunkt), **(2)** Identifikationsmerkmal zur zweifelsfreien Erfassung eines Besuchers (1.20-1.22), **(3)** Zählmodus und **(4)** Art des Besuchs (physisch, hybrid, digital – 2.10-2.12).

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

3.8.4 Zählmodus für hybride und digitale Messen (1.2-1.3)

- a) Die Besucher (1.20-1.22) werden pro Tag nur einmal gezählt. Analog zu physischen Messen (1.1) werden die Besucherzahlen pro Tag aufsummiert.

Die Zahlen der physischen, hybriden und digitalen Besucher (1.20-1.22) werden getrennt ausgewiesen. Außerdem wird eine Gesamtbesucherzahl ausgewiesen, die physische, hybride und digitale Besucher (1.20-1.22) umfasst, wobei jeder Besucher (1.20-1.22) nur einmal pro Tag gezählt wird, sodass die Summe der physischen, hybriden und digitalen Besucher (1.20-1.22) der Gesamtbesucherzahl entspricht.

- b) Die Besucher (1.20-1.22) werden pro Messe/Ausstellung (1.1-1.3) nur einmal gezählt. Die Zahlen der physischen, hybriden und digitalen Besucher (1.20-1.22) werden getrennt ausgewiesen. Außerdem wird eine Gesamtbesucherzahl ausgewiesen, die physische, hybride und digitale Besucher (1.20-1.22) umfasst, wobei jeder Besucher (1.20-1.22) nur einmal pro Messe/Ausstellung (1.1-1.3) gezählt wird.

Die Besucherzahlen werden nach Zählmodus **a)** geprüft und ausgewiesen. Optional kann zusätzlich nach Zählmodus **b)** geprüft und ausgewiesen werden.

1.0 Definitionen

1.21 Hybrider Messebesucher

Hybrider Messebesucher bezeichnet eine Person, die während der offiziellen Laufzeit an dem physischen und digitalen Teil einer hybriden Messe/Ausstellung (1.2) teilnimmt.

1.22 Digitaler Messebesucher

Digitaler Messebesucher bezeichnet eine Person, die während der offiziellen Laufzeit an einer digitalen Messe/Ausstellung (1.3) oder an dem digitalen Teil einer hybriden Messe/Ausstellung (1.2) teilnimmt.

2.0 Dokumente

2.9 Besucherregistrierung

Der Nachweis des Eintritts eines Messebesuchers (1.20-1.21) kann in Verbindung mit einer Besucherregistrierung erfolgen. Die Art des Dokumentes hängt davon ab, ob ein manuelles oder ein automatisches Registrierungssystem zum Einsatz kommt.

Hinweis 1: Ein manuelles Registrierungssystem basiert auf einer Eintragung von persönlichen Daten (mindestens vollständige Adresse) des physischen Messebesuchers (1.20-1.21) auf einem dafür vorgesehenen Formular, das der Messebesucher (1.20-1.21) entweder im zeitlichen Vorfeld oder vor dem Messeeintritt auf dem Messegelände ausfüllen kann.

Hinweis 2: Ein automatisches Registrierungssystem ist dadurch charakterisiert, dass der Messebesucher (1.20-1.22) entweder im zeitlichen Vorfeld oder vor dem Messeeintritt auf dem Messegelände die Registrierung elektronisch vornehmen kann.

❖ 2.9 Hinweis 2

3.0 Zertifizierungskriterien

3.9 Registrierte Messebesuchereintritte

3.9.1 Verfahren Messebesuchereintritte

- a) Als Nachweis für eine manuelle Besucherregistrierung dienen die ausgefüllten Registrierungsformulare.
- b) Als dokumentierter Nachweis beim Einsatz eines automatischen Registrierungssystems dienen die elektronisch gespeicherten Angaben der Messebesucher (1.20-1.21) in einer entsprechenden Datei in Verbindung mit Daten aus einem automatischen Besuchereinlass-System, bzw. das handschriftlich unterschriebene Registrierungsformular.

3.9.2 Zählmodus Messebesuchereintritte

Registrierte Personen, die bei kostenlosem Eintritt nicht durch ein automatisches Besuchereinlass-System (2.8) erfasst werden, werden nur einmal gezählt, es sei denn, die Häufigkeit des Eintritts wird nachgewiesen.

❖ 3.8.3 und 3.8.4 (→ S. 20-21)

1.0 Definitionen

Hinweis: Als hybride oder digitale Messebesucher (1.21-1.22) zählen alle Personen, die an der jeweiligen Messe/Ausstellung (1.2-1.3) teilnehmen, unabhängig von ihrer Rolle (z. B. auch Mitarbeiter von Ausstellern). Mitarbeiter oder Dienstleister des Messeveranstalters (1.6), z. B. Plattformbetreiber, sind ausgeschlossen.

1.23 Messebesuch

Messebesuch bezeichnet den Eintritt eines Messebesuchers (1.20-1.22) in eine physische Messe/Ausstellung (1.1) oder die Nutzung der Angebote einer hybriden (1.2) oder digitalen (1.3) Messe durch einen physischen, hybriden oder digitalen Besucher (1.20-1.22).

2.0 Dokumente

2.10 Physischer Besuch

Der physische Besuch einer hybriden Messe (1.2) wird analog der Erfassung der Eintrittsausweise für physische und hybride Messebesucher (2.8) erfasst.

2.11 Hybrider Besuch

Ein hybrider Besuch liegt vor, wenn für eine eindeutig identifizierbare Person sowohl ein physischer (2.10) als auch ein digitaler (2.12) Besuch nachgewiesen werden kann.

2.12 Digitaler Besuch

Zur Erfassung des digitalen Besuchs dienen Dokumente, welche die Nutzung des digitalen Angebots einer hybriden (1.2) oder digitalen (1.3) Messe/Ausstellung durch den Besucher (1.22) nachweisen. Diese Dokumente sind Auswertungen von elektronischen Systemen. Mittels Zeitstempel dokumentieren diese Auswertungen, dass eindeutig identifizierbare Personen (z. B. durch Registrierung) das digitale Angebot genutzt haben (z. B. durch Zeitstempel des Log-ins).

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

1.24 Fachbesucher

Fachbesucher bezeichnet einen Messebesucher (1.20-1.22), der an einer Messe/Ausstellung (1.1-1.3) aus beruflichen oder geschäftlichen Gründen teilnimmt.

1.25 Privatbesucher

Privatbesucher bezeichnet einen Messebesucher (1.20-1.22), der an einer Messe/Ausstellung (1.1-1.3) aus privaten Gründen teilnimmt.

1.26 Messebesucherstruktur

Die strukturellen Merkmale von Messebesuchern (1.20-1.22) auf Basis der FKM dienen einer genaueren Qualifizierung der quantitativen Besucherdaten (2.8 und 2.9) und sind nach standardisierten Fragekategorien in Form des FKM-Besucherstruktur-Tests zu erheben.

Die Anerkennung als FKM-Besucherstruktur-Test setzt das Vorhandensein FKM-geprüfter quantitativer Daten für die entsprechende Messe/Ausstellung (1.1-1.3) voraus.

2.0 Dokumente

❖ 2.13 Besucherbefragungsdaten

❖ 2.13 Besucherbefragungsdaten

2.13 Besucherbefragungsdaten

2.13.1 Beschreibung des Dokuments

Als Nachweisdokumente hinsichtlich einer weiteren Klassifizierung von Messebesuchern (1.20-1.22) können Daten aus einer Besucherbefragung verwendet werden.

Für einen FKM-zertifizierten Nachweis der Besucherstruktur ist ein FKM-Besucherstruktur-Test (1.26) durchzuführen, der in den Anlagen der FKM-Zertifizierung inhaltlich detailliert aufgeführt und im Rahmen einer Besucherbefragung zu realisieren ist.

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.10 Messebesucherstruktur

❖ 3.10 Messebesucherstruktur

3.10 Messebesucherstruktur

Die Zertifizierung der Strukturmerkmale von Messebesuchern (1.20-1.22) erfolgt auf der Grundlage des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26).

Als Grundlage für die Prüfung des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26) dienen die Fragebögen, die Kurzbeschreibung des Messeveranstalters (1.6) und eine Darstellung der Erhebungsmethoden des Instituts oder des Gesellschafters, der Interviewer-Einsatzplan und die tabellarische Auswertung.

1.0 Definitionen

- a) Der FKM-Besucherstruktur-Test besteht aus zwei Teilen. Der **erste** Teil des FKM-Besucherstruktur-Tests beinhaltet die Basisfragen für Fach- und/oder Privatbesucher (1.24-1.25) gemäß $\rightarrow$ Anlage 5. Der **zweite** Teil des FKM-Besucherstruktur-Tests enthält zwei Gruppen (Fach- und Privatbesucher – 1.24-1.25) von Ergänzungsfragen ($\rightarrow$ Anlagen 6 und 7), wobei eine Gruppe in die Befragung aufzunehmen ist.
- b) Die Grundlagen für den FKM-Besucherstruktur-Test (1.26) sind in der $\rightarrow$ Anlage 3 beschrieben, während die zeitlichen Anforderungen und Bedingungen für Veröffentlichungen nachstehend aufgelistet sind:
- c) Zeitliche Anforderungen
 1. Die Gesellschafter sollen für die von ihnen angemeldeten Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26) durchführen. Die Anmeldung muss zur Gesellschafterversammlung, spätestens aber vier Wochen vor der Messe/Ausstellung (1.1-1.3) bei der neutralen Prüfstelle erfolgen.
 2. Die Anmeldung gilt für den unmittelbar folgenden Durchführungstermin und, bis zur Abmeldung, für alle weiteren Durchführungstermine der Messe/Ausstellung (1.1-1.3). Wenn ein Gesellschafter zu einem Durchführungstermin keine Befragung durchführt, gilt die Anmeldung weiter.

2.0 Dokumente

Im Hinblick auf eine FKM-Zertifizierung von Daten aus Besucherbefragungen gilt die grundlegende Anforderung, dass die eingesetzten Befragungsmethoden nach wissenschaftlich anerkannten Maßstäben (z. B. Zufallsverfahren und Stichprobenbestimmung) durchgeführt worden sein müssen, die ausnahmslos für alle Phasen der Befragung einschließlich der Feldarbeit (bspw. Anordnung der Interviewer auf dem Messegelände, Schulung usw.) gelten.

2.13.2 Veröffentlichungsregel

Die Veröffentlichung von Daten aus einer Besucherbefragung (2.13) ist nur in Verbindung mit der Angabe der Befragungsmethode (bspw. repräsentatives Zufallstichprobenverfahren) einschließlich des Marktforschungsinstitutes bzw. des FKM-Gesellschafters zulässig.

3.0 Zertifizierungskriterien

Der/Die mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer/-in ist berechtigt, beim Institut oder beim Gesellschafter Einblick in die Auswertungsmethoden zu nehmen und jede erforderliche Auskunft darüber zu verlangen. Der/Die mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer/-in ist weiterhin berechtigt, in den Ablauf des laufenden Tests Einblick zu nehmen.

Grundsätzlich wird jeweils der erste FKM-Besucherstruktur-Test (1.26) einer Messe/Ausstellung (1.1-1.3) zertifiziert; die weiteren Zertifizierungen erfolgen entsprechend den Zertifizierungsleitlinien unter 3.1.2.

1.0 Definitionen

3. Sie erlischt jedoch, wenn nicht bei Ein- oder Zweijahresturnus der Messe/Ausstellung (1.1-1.3) zu jedem zweiten Durchführungstermin und bei Drei- und Mehrjahresturnus zu jedem Durchführungstermin ein FKM-Besucherstruktur-Test (1.26) durchgeführt wird. Bei Besucherbefragungen (2.13) mit Basis- und Ergänzungsfragen für Privatbesucher (1.25) erlischt die Anmeldung bei Einjahresturnus der Messe/Ausstellung (1.1-1.3) erst dann, wenn nicht bei jedem dritten Durchführungstermin ein FKM-Besucherstruktur-Test (1.26) durchgeführt wird.

4. Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) mit mehreren Durchführungsterminen innerhalb eines Jahres gelten im Sinne dieser Regelung als verschiedene Messen/Ausstellungen (1.1-1.3).

d) Bedingungen für Veröffentlichungen

1. Zu veröffentlichen sind mindestens das Ergebnis der Basisfragen für Fach- oder Privatbesucher (1.24-1.25) und das Ergebnis der Ergänzungsfragen für die entsprechende Besuchergruppe. Es können veröffentlicht werden:

- a) das Gesamtergebnis der Basisfragen,
- b) die Fach- und Privatbesucher-Ergebnisse (1.24-1.25) der Basisfragen und
- c) die Ergebnisse der Ergänzungsfragen für Fach- und Privatbesucher (1.24-1.25).

2. Die Veröffentlichung der ausgewerteten Daten erfolgt entsprechend den Anlagen 5, 6 und 7 durch FKM und AUMA.

2.0 Dokumente

 www.fkm.de

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

1.27 Besuchernationalität

Die nationale Herkunft von Messebesuchern (1.20-1.22) basiert auf deren Selbstauskunft im Rahmen einer Besucherregistrierung (2.9) oder einer repräsentativen Besucherbefragung (2.14).

2.0 Dokumente

2.14 Besuchernationalität

2.14.1 Beschreibung des Dokuments

Die Dokumente mit Informationen über die Nationalität von Messebesuchern (1.27) sind entweder Registrierungsdaten aus einem Besucherregistrierungssystem oder Daten aus einer repräsentativen Besucherbefragung (2.13), die im Rahmen eines FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26) erfolgen sollte, aus dem die Strukturan-teile von Inlands- und Auslandsbesuchern oh-nehin ableitbar sind.

Sie können auch durch eine gesonderte Befragung ermittelt werden, deren Inhalt nicht den Gesamtumfang des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26) enthält, aber in ihren erhebungs- und prüfungstechnischen Anforderungen den Regeln des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26) entspricht. Sie muss dann allerdings bei jeder Messe/Ausstellung (1.1-1.3) durchgeführt werden.

2.14.2 Veröffentlichungsregel

Bei Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) mit der Bezeichnung „international“ ist verpflichtend eine Aufgliederung der Besucher (1.20-1.22) nach In-land und Ausland vorzunehmen. Dabei ist dem Veranstalter (1.6) freigestellt, den Anteil ausländischer Besucher durch nachprüfbare Zählung oder repräsentativ mithilfe einer Befragung zu ermitteln.

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.10 Messebesucherstruktur (→ S. 24)

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

Eine Befragung muss analog den Regeln des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26) erfolgen. In diesem Fall wird der relative Ausländeranteil auf die Grundgesamtheit aller Besucher (1.20-1.22) bezogen und dann in einer absoluten Zahl ausgedrückt; die so ermittelte Zahl ausländischer Besucher wird durch eine Fußnote „repräsentativ ermittelt“ erläutert.

2.15 Verwendung des FKM-Signets

Mit dem Hinweis auf die FKM dürfen nur solche Messe- und Ausstellungszahlen versehen und veröffentlicht werden, die Gegenstand der FKM-Zertifizierung sind.

Das FKM-Signet darf auf veranstaltungsbezogenen Unterlagen FKM-angemeldeter Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) verwendet werden. Allgemeine Geschäftspapiere mit FKM-Signet dürfen nicht missbräuchlich für nicht FKM-angemeldete Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) benutzt werden.

Veranstaltungsprogramme oder andere Zusammenstellungen mehrerer Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) dürfen grundsätzlich nicht pauschal mit dem FKM-Signet gekennzeichnet werden. Die einzelnen Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) in derartigen Veröffentlichungen können jedoch, soweit sie zur FKM-Zertifizierung angemeldet sind, mit dem FKM-Signet versehen werden.

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

Sollten jedoch alle genannten Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) zur FKM-Zertifizierung angemeldet sein, kann das FKM-Signet pauschal verwendet werden.

Für Messen/Ausstellungen (1.1-1.3), die erstmals zur FKM-Zertifizierung angemeldet sind, darf das FKM-Signet erst nach Durchführung der ersten Zertifizierung verwendet werden.

2.16 FKM-Jahresbericht

2.16.1 Beschreibung des Dokuments

Der FKM-Jahresbericht ist eine systematisch strukturierte Darstellung aller im Berichtsjahr stattgefundenen und FKM-angemeldeten Messen/Ausstellungen (1.1-1.3) von FKM-Gesellschaften.

Die Darstellung erfolgt tabellarisch alphabetisch nach Veranstaltungsorten und thematisch nach Branchen auf der Grundlage der Gliederungskategorien gemäß  Anlage 9.

Ein weiterer Bestandteil des FKM-Jahresberichts sind die von den FKM-Gesellschaften durchgeführten FKM-Besucherstruktur-Tests (1.26).

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

→ www.fkm.de

2.0 Dokumente

2.16.2 Veröffentlichungsregel

Der FKM-Jahresbericht wird bis spätestens zum 30. April des Folgejahres veröffentlicht.

Zur Sicherstellung der rechtzeitigen Herausgabe des Jahresberichtes sind alle Gesellschafter verpflichtet, noch ausstehende Messe- und Ausstellungszahlen des Berichtsjahres spätestens bis zum 15. Februar des Folgejahres an den/die Wirtschaftsprüfer/-in einzureichen. Für Zahlen, die nach diesem Termin eingehen, kann eine Aufnahme in den Jahresbericht nicht mehr sichergestellt werden.

3.0 Zertifizierungskriterien

FKM-Zertifizierung

Anlagen

Anlage 1

Testatbogen

→ Flächen-, Aussteller- und Besucherzahlen

32

Anlage 2

Erfassung der Brutto-Ausstellungsflächen

34

Anlage 3

FKM-Besucherbefragungen

→ Durchführungsbestimmungen

35

Anlage 4

FKM-Besucherstruktur-Test

→ Durchführendes Institut und
Kurzbeschreibung der Stichprobe

38

Anlage 5

FKM-Besucherstruktur-Test

A → Basisfragen

39

Anlage 6

FKM-Besucherstruktur-Test

B → Ergänzungsfragen für Fachbesucher

42

Anlage 7

FKM-Besucherstruktur-Test

C → Ergänzungsfragen für Privatbesucher

44

Anlage 8

Länderliste

→ Zuordnung der Besucher im
FKM-Besucherstruktur-Test

→ Zuordnung der ausländischen Aussteller

45

Anlage 9

FKM-Bericht

→ Veranstaltungskategorien

47

I. Flächenzahlen**I. a Netto-Ausstellungsfläche**

	Inland	Ausland	Gesamt
Aussteller-Standfläche (Halle)			
Aussteller-Standfläche (Freigelände)			
Aussteller-Standfläche (gesamt)			
Sonderschaufläche			
Netto-Ausstellungsfläche (gesamt)			
I. b Brutto-Ausstellungsfläche			

II. Physische Ausstellerzahlen und zusätzlich vertretene Unternehmen

	Inland	Ausland	Gesamt	Teilnehmerländer
Aussteller				
zusätzlich vertretene Unternehmen (ZVU)				

III. Digitale Ausstellerzahlen (nur bei Hybridmessen)

	Inland	Ausland	Gesamt	Teilnehmerländer
Aussteller				
zusätzlich vertretene Unternehmen (ZVU)				

IV. Besucherzahlen (kumulierte Tagesersteintritte/Tageserstlog-in)

	Durch Zählung der Eintritte ermittelt			Durch Ausgangsbefragung ermittelt		
	Inland	Ausland	Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
Physische Besucher						
Digitale Besucher (nur bei Hybridmessen)						

ermittelt durch

- ☐ Manuelle Zugangskontrolle
- ☐ Technische Zugangskontrolle durch ein zertifiziertes Besuchereinlass-System

- ☐ Manuelle Besucherregistrierung vor Ort
- ☐ Log-in und Besucheridentifikationsmerkmal (bei digitalem Messebeitrag der Hybridmesse und digitalen Messen)

V. Digitale Ausstellerzahlen und zusätzlich vertretene Unternehmen

	Inland	Ausland	Gesamt	Teilnehmerländer
Aussteller				
zusätzlich vertretene Unternehmen (ZVU)				_____

VI. Digitale Besucherzahlen (kumulierter Tageserstlog-in)

	Inland	Ausland	Gesamt	Teilnehmerländer
Besucher				

ermittelt durch

☐ Log-in und Besucheridentifikationsmerkmal

Erfassung der Brutto-Ausstellungsflächen (gilt nur für physische und hybride Messen/Ausstellungen)

Datum

Brutto-Ausstellungsflächen in m² (ohne Serviceeinrichtungen)

[illegible]

+

+

Brutto-Ausstellungsfläche

A. Besucher-Strukturtests für Einzelmessen

1. Der FKM-Besucherstruktur-Test kann für sich allein oder in Verbindung mit einer anderen Besucherbefragung durchgeführt werden.
2. Die Befragung erfolgt nach einem repräsentativen, wissenschaftlich anerkannten Stichprobenverfahren. Die Stichprobenauswahl erfolgt in Anlehnung an das Zufalls(Random)verfahren.
3. Als Grundgesamtheit gilt die Zahl der Besucher der jeweiligen Messe/Ausstellung. Die der Befragung zugrunde zu legende Grundgesamtheit richtet sich bei bereits bestehenden Messen/Ausstellungen nach dem Erfahrungswert (bisherige FKM-Besucherzahl), bei neuen Messen/Ausstellungen nach einem Schätzwert unter Berücksichtigung der FKM-Zertifizierung.
4. Der Stichprobenumfang ist abhängig von der Größe und Struktur der Grundgesamtheit, der Bestimmung des Vertrauensbereichs (Konfidenzebene und -intervall) und der erforderlichen Genauigkeit der Testergebnisse.

Es gelten nachstehend aufgelistete Mindestgrößen von Stichproben:

Bei Messen/Ausstellungen mit unter 3 000 Besuchern sind 8 % der Besucher, mindestens aber 100 zu befragen.

Bei Messen/Ausstellungen mit 3 000 bis unter 5 000 Besuchern sind mindestens 250 Personen zu befragen.

Bei Messen/Ausstellungen mit 5 000 bis unter 10 000 Besuchern sind mindestens 5 % der Besucher zu befragen.

Bei Messen/Ausstellungen mit 10 000 bis unter 25 000 Besuchern sind mindestens 500 Besucher zu befragen.

Bei Messen/Ausstellungen mit 25 000 bis unter 50 000 Besuchern sind mindestens 2 % der Besucher zu befragen.

Bei Messen/Ausstellungen mit 50 000 Besuchern und mehr sind mindestens 1 000 Besucher zu befragen.

Wenn die Fragen für Fach- und Privatbesucher gestellt werden, gilt der Stichprobenumfang für jeden der beiden Befragungsteile gesondert, jedoch auf der Grundlage der Anteile von Fach- und Privatbesuchern.

Es ist daher bei der Bemessung der Gesamtstichprobe vor Verzweigung darauf zu achten, dass unter Berücksichtigung der Relation zwischen Fachbesuchern und Privatbesuchern eine genügend große Gesamtstichprobe gebildet wird, um die gesonderten Mindestbedingungen nach der Verzweigung noch sicherzustellen.

Der Mindeststichprobenumfang darf nicht unterschritten werden. Die genannten Zahlen beziehen sich auf fehlerfreie Interviews, d.h., der Stichprobenumfang muss um die Zahl der zu erwartenden fehlerhaften Interviews erhöht werden. Fehlerhafte und nicht vollständig ausgefüllte Fragebogen dürfen in die Auswertung nicht einbezogen werden.

Die Anzahl der ausgewerteten fehlerfreien Fragebögen ist Bezugsbasis für alle Prozentangaben.

5. Alle Antworten zu den Fragen des Fachbesucher-Strukturtests können unter folgenden Bedingungen durch Registrier-Ergebnisse ersetzt werden (bei Privatbesucher-Strukturtests gilt diese Regelung nur für die regionale Herkunft):
 - Nutzung eines zertifizierten Einlasssystems, das mit dem Besucherregistriersystem im Hinblick auf die zu ersetzenden Merkmale (Inland/Ausland, Herkunft nach Land) verknüpft ist.
 - Bestätigung durch den/die Wirtschaftsprüfer/-in der FKM im Rahmen der jeweiligen Prüfung, dass diese Verknüpfung der Daten plausibel und transparent ist und durch Heranziehen einer Stichprobe der Registrierdaten im Rahmen der jeweiligen Prüfung nachvollzogen werden kann.
 - Keine Gruppe von Besuchern darf von der Registrierung ausgeschlossen sein.

- Wenn für mindestens 85 % der Besuchereintritte Angaben zur Herkunft vorliegen, kann die Verteilung der Herkunft gemäß der Registrierung auf die Gesamtbesucher übertragen werden.
- Die Ergebnisse zu anderen Fragen des Besucherstrukturtests können gemäß der Verteilung der Herkunft (Inland / Ausland) aus der Registrierung gewichtet werden.
- Wenn keine Gewichtung der übrigen Daten des Besucherstrukturtests durchgeführt wurde, sind die durch Registrierdaten ersetzten Angaben in den Auswertungen bzw. Darstellungen der Besucherstrukturen zu kennzeichnen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Quote von 85 % auch dadurch erreicht werden kann, dass homogene Gruppen, die pauschal registriert werden, als Ganzes einem entsprechenden Land zugeordnet werden.

6. Die Interviewer werden planmäßig nach den Erfordernissen einer Zufallsstichprobe aufgrund eines schriftlichen Interviewer-Einsatzplanes auf dem Veranstaltungsgelände verteilt. Die Befragungen sind an allen Veranstaltungstagen in gleicher Weise durchzuführen.
7. Die von der FKM vorgegebenen Fragen und Antwortvorgaben sind gemäß  Anlagen 5 bis 7 wörtlich zu übernehmen, unbeschadet weitergehender freiwilliger Aufschlüsselungen durch zusätzliche Fragen.

8. Vor jeder Messe/Ausstellung sind die Interviewer entsprechend zu schulen. Dabei sind die Grundlagen der Interviewtechnik und des Interviewauswahlverfahrens zu vermitteln sowie eine spezielle Einweisung für das Verhalten auf der Messe/Ausstellung und gegenüber den Besuchern zu geben. Außerdem ist täglich eine Besprechung über sachliche und technische Fragen, die sich im Verlauf des Tests ergeben, abzuhalten und eine Leistungskontrolle der Interviewer durchzuführen. Der Prüfer ist berechtigt, an den Schulungen und Besprechungen teilzunehmen.
9. Der FKM-Besucherstruktur-Test kann von einem hierfür beauftragten, geeigneten Institut oder von dem Messeveranstalter selbst durchgeführt werden.

Wird ein Institut herangezogen, ist bei der Auswahl die erforderliche Sorgfalt zu beachten. Das Institut ist schriftlich zu verpflichten, die Erfassungs-, Veröffentlichungs- und Zertifizierungskriterien für qualitative Daten der FKM einzuhalten und der neutralen Zertifizierungsstelle der FKM jederzeit Einblick in seine Auswertungsmethoden zu gewähren.

Der Messeveranstalter hat den Namen des beauftragten Instituts rechtzeitig der neutralen Zertifizierungsstelle mitzuteilen; dies gilt auch bei einem Wechsel des Instituts.

10. Die Fragebogen sollen mithilfe der EDV ausgewertet werden. Ausnahmen von diesem Verfahren sind vorher mit der neutralen Zertifizierungsstelle abzustimmen. Die tabellarische Auswertung muss den leichten Nachvollzug des Auswertungsganges gewährleisten.
11. Dem FKM-Besucherstruktur-Test ist eine formularmäßige Kurzbeschreibung des Messeveranstalters ( Anlage 4) beizufügen, aus welcher die ordnungsgemäße Durchführung der Untersuchungen hervorgeht.

B. Besucherstruktur-Tests für Verbundmessen

1. Bei Verbundveranstaltungen ist der Stichprobenumfang von Besucherstruktur-Tests der jeweiligen Teilmessen abhängig von der Zahl der Besucher der jeweiligen Teilmessen.

Die Ergebnisse der Besucherstruktur-Tests basieren entweder auf den Angaben der Personen, für die die jeweilige Teilmesse ausschlaggebend für den Messebesuch war **oder** auf den Angaben der Personen, für die die jeweilige Teilmesse ausschlaggebend für den Messebesuch war und zusätzlich auf den Angaben der Personen, die diese Messe zum Zeitpunkt der Befragung bereits besucht hatten (ohne dass sie für sie ausschlaggebend war).

2. Ansonsten gelten die Bestimmungen unter A. sinngemäß.

C. Ermittlung der Besucherzahlen von Verbundmessen

1. Die Besucherzahlen einzelner Teile von Verbundveranstaltungen mit gemeinsamer Eintrittskarte können durch Befragung der Besucher ermittelt werden. In diesem Fall müssen alle Teilveranstaltungen des Verbundes zur FKM-Zertifizierung angemeldet sein.

Wenn bei diesen Befragungen mehrere Messen/Ausstellungen genannt werden können, sind nur Ausgangsbefragungen zulässig. Wenn gefragt wird, welche Messen/Ausstellungen ausschlaggebend für den Besuch ist, sind Eingangs- oder Ausgangsbefragungen zulässig. Eingangsbefragungen können durch entsprechende Fragen im Rahmen einer Besucherregistrierung ersetzt werden, die mindestens 80 % der Besucher erfasst.

2. Für die Befragung müssen folgende methodische Voraussetzungen erfüllt sein:
 - 2.1 Befragungen sind an denjenigen Eingängen/Ausgängen notwendig, die zusammen von mindestens 80 % der Besucher passiert werden.
 - 2.2 An diesen Ein(Aus)gängen muss an allen Tagen während der gesamten Haupteintritts(ausgangs)-zeit befragt werden. An den einzelnen Ein(Aus)-gängen kann jeweils rotierend befragt werden.

- 2.3 Die Stichproben sind entsprechend der Nutzung der Ein-/Ausgänge zu gewichten. Wenn kein Einlass-System vorhanden ist, muss diese Gewichtung nach Schätzungen oder manuellen Erhebungen erfolgen.
- 2.4 Es muss mindestens die Stichprobengröße erreicht werden, die für FKM-Besucherstruktur-Tests des Verbundes notwendig wäre (→ Anlage 4).
3. Die Befragung zur Feststellung der Besucherzahlen ist durch ein einziges Institut durchzuführen, auch dann, wenn die Teilmessen des Verbundes von unterschiedlichen Messeveranstaltern durchgeführt werden. Die Besucherstrukturbefragungen können von unterschiedlichen Instituten durchgeführt werden.
4. Wenn die Besucherzahlen der einzelnen Teilmessen mit Synergieeffekten veröffentlicht werden sollen, d. h. wenn die Interviewten mehrere Messen/Ausstellungen nennen können, ist folgende Fragestellung zu verwenden: Heute finden die Messen/Ausstellungen A, B etc. statt (ggf. visuelle Unterstützung durch den Interviewer in Form von Auflistung der einzelnen Messen/Ausstellungen, Hallenplan etc.). Welche dieser Messen/Ausstellungen haben Sie heute besucht? Die Besucherzahlen der Teilmessen sind mit dem Hinweis „durch repräsentative Befragung ermittelt, im Verbund mit (Messe-titel), Mehrfachnennungen waren möglich“ zu veröffentlichen.

Wenn danach gefragt wird, welche Messe/Ausstellung ausschlaggebend für den Besuch war und für die jeweiligen Teilmessen nur diese Zahlen veröffentlicht werden, ist nur der Hinweis zu ergänzen „durch repräsentative Befragung ermittelt“.

5. Wenn Mehrfachnennungen zugelassen sind, wird auch die Nettobesucherzahl des Verbundes geprüft und im FKM-Bericht veröffentlicht, einschließlich der zusammengefassten Aussteller- und Flächenzahlen, zusätzlich zu den Teilergebnissen der Einzelveranstaltungen.

FKM-Besucher-Strukturtest der

_____ (Messe/Ausstellung)

Auftraggeber/-in _____

Durchführendes Institut _____

Projektleiter/-in des Instituts _____

Verantwortliche/r Sachbearbeiter/-in
im Hause des Auftraggebenden _____

Befragungsmethode* _____

Grundgesamtheit _____ Besucher

Stichprobenumfang _____ Fälle

Zahl der Interviewer/-innen _____

* Möglichkeiten: CASI – Computer Assisted Self Interview (Interviewte geben Antworten selbst am Terminal ein)
CAPI – Computer Assisted Personal Interview (Interviewer/-in trägt Antworten in mobilen Computer ein)
Paper / Pencil-Interview (Interviewer/-in trägt Antworten auf Papier-Fragebogen ein)

Interviews an den einzelnen Tagen:

1. Tag: _____ 4. Tag: _____ Weitere Tage: _____

2. Tag: _____ 5. Tag: _____ _____

3. Tag: _____ 6. Tag: _____ _____

Verteilung der Interviewer/-innen auf dem Veranstaltungsgelände
lt. beiliegendem Plan

Auswertungsverfahren: manuell/maschinell

(Organschaftsvertreter des Messeveranstalters)

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
A1 Fach-/ Privatbesucheranteil	Besuchen Sie die Messe mehr aus beruflichem/geschäftlichem Interesse oder mehr aus privatem Interesse?	1/ 01 ☐ berufliches/geschäftliches Interesse 1/ 02 ☐ privates Interesse	Anteil Fachbesucher ____ % Anteil Privatbesucher ____ %	
	Ergänzungsfrage für Veranstaltungen, bei denen Fachbesucher überwiegen oder zumindest eine wesentliche Zielgruppe sind, an diejenigen, die Frage 1/02 beantwortet haben: Hat Ihr Besuch der _____ mit Ihrer beruflichen Tätigkeit oder Ausbildung zu tun?	1a/ 01 ☐ ja 1a/ 02 ☐ nein		Das Ergebnis ist nicht zur Veröffentlichung bestimmt, es dient zur Korrektur des Ergebnisses der Frage 1. Die bei Frage 1 a/01 ermittelte absolute Zahl von Antworten wird zu der absoluten Zahl der Antworten auf Frage 1/01 addiert. Die Summe wird dann auf der Basis aller Antworten zu Frage 1 prozentuiert.
A2 Regionale Herkunft	In welchem Land ist Ihr ständiger Wohnsitz?	☐ Deutschland ☐ anderes Land		
	Wenn Deutschland: In welchem Bundesland wohnen Sie?	☐ Baden-Württemberg ____ % ☐ Bayern ____ % ☐ Berlin ____ % ☐ Brandenburg ____ % ☐ Bremen ____ % ☐ Hamburg ____ % ☐ Hessen ____ % ☐ Mecklenbg.-Vorpommern ____ % ☐ Niedersachsen ____ % ☐ Nordrhein-Westfalen ____ %	Deutschland gesamt ____ % davon (Regionen nach Nielsen) Nielsen 1 ____ % Bremen ____ % Hamburg ____ % Niedersachsen ____ % Schleswig-Holstein ____ % Nielsen 2 ____ % Nordrhein-Westfalen	Wenn der Wert für ein Nielsen-Gebiet unter 5% beträgt, brauchen für die zugehörigen Bundesländer keine Prozentsätze ausgewiesen werden.

Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
	☐ Rheinland-Pfalz ___ % ☐ Saarland ___ % ☐ Sachsen ___ % ☐ Sachsen-Anhalt ___ % ☐ Schleswig-Holstein ___ % ☐ Thüringen ___ %	Nielsen 3a ___ % Hessen ___ % Rheinland-Pfalz ___ % Saarland ___ % Nielsen 3b ___ % Baden-Württemberg ___ % Nielsen 4 ___ % Bayern ___ % Nielsen 5+6 ___ % Berlin ___ % Brandenburg ___ % Mecklenburg-Vorpomm. ___ % Sachsen-Anhalt ___ % Nielsen 7 ___ % Sachsen ___ % Thüringen ___ %	
Wenn anderes Land: In welchem Land wohnen Sie?	Offene Nennung der Ländernamen	Ausland gesamt ___ % EU ___ % andere europ. Länder ___ % Afrika ___ % Nordamerika ___ % Süd- und Mittelamerika ___ % Naher / Mittlerer Osten ___ % Süd-Ost-Zentral-Asien ___ % Australien / Ozeanien ___ % Falls Kontinente zusammengefasst werden: andere Länder ___ % Die fünf Länder mit den höchsten Besucheranteilen (o. Deutschland) _____ % _____ % _____ % _____ % _____ %	Für die Zuordnung der Länder zu Kontinenten und Teilkontinenten sind die von der FKM zur Verfügung gestellten Länderlisten zu verwen- den (→ Anlage 8). Es können zu- sätzlich auch einzelne Wirtschafts- regionen oder Länder ausgewiesen werden. Mindestens 10 Fälle sind notwen- dig, um ein Ergebnis für ein einzel- nes Land bzw. einen Kontinent zu veröffentlichen. Ansonsten werden die Ergebnisse zusammengefasst (Kontinente) bzw. nicht veröffent- licht (Länder).

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
	Wie weit ist Ihr ständiger Wohnsitz von hier entfernt?	☐ bis 50 km ☐ über 50 bis 100 km ☐ über 100 bis 300 km ☐ über 300 km	wie erhoben _____ %	Wenn einzelne Kategorien unter 5% der Antworten umfassen, können sie mit einer anderen Kategorie zusammengefasst werden.
A3 Berufliche Stellung	Welche berufliche Stellung haben Sie?	☐ selbständige/r Unternehmer/-in, Mitinhaber/-in, freiberuflich Tätige/r ☐ Geschäftsführer/in, Vorstandsmitglied, [Behördenleiter/-in] o. ä. ☐ Bereichsleiter/-in, Betriebs-, Werks-, Filialleiter/-in, [Amtsleiter/-in] ☐ Abteilungsleiter/-in, Gruppenleiter/-in, Teamleiter/-in ☐ anders angestellt, [Beamter/Beamtin], Facharbeiter/-in ☐ Dozent/-in, Lehrer/-in ☐ Auszubildende/r ☐ andere berufliche Stellung ☐ Schüler/-in, Student/-in* ☐ andere nicht Berufstätige* nach Bedarf bei Privatbesucher-Befragungen: ☐ Hausfrau/-mann ☐ Rentner/-in / Pensionär/-in [] = optional	wie erhoben _____ %	Wenn abzusehen ist, dass die Kategorie "andere berufliche Stellung" einen erheblichen Prozentsatz erreicht, können weitere individuelle Antwortvorgaben ergänzt werden. Außerdem können optional behördenspezifische Hierarchiebegriffe ergänzt werden. * Die Antworten von Fachbesuchern zu diesem Punkt sind auch als Ergebnisse bei den Ergänzungsfragen für Fachbesucher B2, B3 und B4 zu verwenden. Diese Antwortvorgaben sollten dort also nicht nochmals vorgelegt werden.
A4 Häufigkeit des Messebesuchs	Welche _____-Veranstaltungen haben Sie bereits besucht?	☐ ____ (Jahr der letzten Veranstaltung) ☐ frühere Veranstaltung(en) ☐ keine, bin zum ersten Mal hier	Vorveranstaltung _____ % frühere Veranstaltung(en) _____ % erstmaliger Besuch _____ %	

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
B1 Wirtschaftszweige (Mehrfachnennungen sind zulässig)	Zu welchem Wirtschaftszweig gehört Ihr Unternehmen/Ihre Organisation?	Begriffe aus der Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes (wenn nicht anwendbar, dann individuelle Begriffe). Wenn auf einzelne Wirtschaftszweige erfahrungsgemäß erhebliche Prozentsätze entfallen, sollten sie nach Branchen differenziert werden.	wie erhoben — %	
B2 Einfluss bei Einkaufs-/ Beschaffungsentscheidungen	Wie ist Ihr Einfluss bei Einkaufs-/ Beschaffungsentscheidungen?	☐ ausschlaggebend ☐ mitentscheidend ☐ beratend ☐ nicht beteiligt ☐ Schüler/-in, Student/-in* ☐ andere nicht Berufstätige*	wie erhoben — %	* Diese Antwortvorgabe sollte nicht vorgelegt werden, stattdessen sind die entsprechenden Fachbesucherantworten von Frage A3 zu verwenden.
B3 Aufgabenbereich (kann durch "B4 Berufe" ersetzt werden)	In welchem Aufgabenbereich sind Sie hauptsächlich tätig?	☐ Geschäfts-, Unternehmens-, Betriebsleitung ☐ Forschung und Entwicklung, Konstruktion ☐ Fertigung, Produktion, Qualitätskontrolle ☐ Einkauf, Beschaffung ☐ Finanzen, Rechnungswesen, Controlling ☐ Informations-, Kommunikationstechnik ☐ Personalwesen, Verwaltung 	wie erhoben — %	Wenn abzusehen ist, dass die Kategorie "anderer Bereich" einen erheblichen Prozentsatz erreicht, können weitere individuelle Antwortvorgaben ergänzt werden.

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
		☐ Verkauf, Vertrieb ☐ Marketing, Werbung, PR ☐ Logistik: Materialwirtschaft, Lager, Transport ☐ Wartung, Instandhaltung ☐ anderer Bereich ☐ Schüler/-in, Student/-in* ☐ andere nicht Berufstätige*		* Diese Antwortvorgabe sollte nicht vorgelegt werden, stattdessen sind die entsprechenden Fachbesucherantworten von Frage A3 zu verwenden.
B4 Beruf (alternativ oder ergänzend zu "B3 Aufgabenbereich")	Welchen Beruf üben Sie aus?	Vorgabe individueller Begriffe (max. 15)	wie erhoben ____ %	
B5 Betriebsgröße	Wie viele Beschäftigte hat Ihr Betrieb / Ihre Organisation?	☐ 1 – 4 ☐ 500 – 999 ☐ 5 – 9 ☐ 1 000 und mehr ☐ 10 – 49 ☐ Schüler/-in, Student/-in* ☐ 50 – 199 ☐ andere nicht Berufstätige* ☐ 200 – 499	wie erhoben ____ %	Sonderregelungen sind in Abstimmung mit der FKM möglich. Sie sollten dann auch bei vergleichbaren Messen angewendet werden. * Diese Antwortvorgabe sollte nicht vorgelegt werden, dafür sind die entsprechenden Fachbesucherantworten von Frage A3 zu verwenden.
B6 Aufenthaltsdauer	An wievielen Tagen besuchen Sie die Veranstaltung?	☐ 1 Tag ☐ 2 Tage ☐ n Tage	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: ____ Tage	
			Bei allen Punkten können Antworten, die zusammen nicht mehr als 5 % aller Antworten ergeben, zur Gruppe „andere“ zusammengefasst werden.	

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
C1 Geschlecht		☐ männlich ☐ weiblich ☐ divers	wie erhoben — %	Bei persönlichen Interviews vom Interviewer anzukreuzen
C2 Alter	Wie alt sind Sie?	☐ bis 20 Jahre ☐ über 50 bis 60 ☐ über 20 bis 30 ☐ über 60 bis 70 ☐ über 30 bis 40 ☐ über 70 Jahre ☐ über 40 bis 50	wie erhoben — %	
C3 Haushaltsgröße	Aus wie viel Personen besteht Ihr Haushalt?	☐ 1 Person ☐ 4 Personen ☐ 2 Personen ☐ 5 und mehr Personen ☐ 3 Personen	wie erhoben — %	
C4 Kauf- oder Bestelltätigkeit	a) Haben Sie auf der Ausstellung etwas gekauft oder bestellt? (Ohne persönlichen Verzehr während des Rundgangs) b) Wollen Sie noch etwas kaufen oder bestellen?	☐ ja ☐ nein ☐ ja ☐ nein ☐ vielleicht	für a) und b) zusammen: Kauf oder Bestellung auf der Ausstellung getätigt oder beabsichtigt: ja — % nein — % vielleicht — %	Anmerkung zur Auswertung: – wenn mindestens einmal mit „ja“ auf die Fragen a) und b) geantwortet wird ► Veröffentlichung: ja – wenn zweimal mit „nein“ geantwortet wird ► Veröffentlichung: nein – wenn die Frage a) mit „nein“ und Frage b) mit „vielleicht“ beantwortet wird ► Veröffentlichung: vielleicht Frage kann optional gestellt werden
C5 Nachgeschäft	Haben Sie vor, aufgrund der hier auf der Ausstellung erhaltenen Informationen zu einem späteren Zeitpunkt etwas zu kaufen?	☐ ja ☐ nein ☐ vielleicht	Kaufabsicht zu einem späteren Zeitpunkt: ja — % nein — % vielleicht — %	Frage kann optional gestellt werden

EU-Länder	übriges Europa	Afrika	Amerika
Belgien (BEL) Bulgarien (BGR) Dänemark (DNK) Deutschland (DEU) Estland (EST) Finnland (FIN) Frankreich (FRA) Griechenland (GRC) Irland (IRL) Italien (ITA) Kroatien (HRV) Lettland (LVA) Litauen (LTU) Luxemburg (LUX) Malta (MLT) Niederlande (NLD) Österreich (AUT) Polen (POL) Portugal (PRT) Rumänien (ROU) Schweden (SWE) Slowakei (SVK) Slowenien (SVN) Spanien (ESP) Tschechien (CZE) Ungarn (HUN) Zypern (CYP)	Ålandinseln (ALA) Albanien (ALB) Andorra (AND) Belarus (BLR) Bosnien-Herzegowina (BIH) Färöer (FRO) Gibraltar (GIB) Grönland (GRL) Großbritannien und Nordirland (GBR) Guernsey (GGY) Insel Man (IMN) Island (ISL) Jersey (JEY) Kosovo (XKX) Liechtenstein (LIE) Mazedonien, die ehemalige jugoslawische Republik (MKD) Moldau, Republik (MDA) Monaco (MCO) Montenegro (MNE) Norwegen (NOR) Russische Föderation (RUS) San Marino (SMR) Schweiz (CHE) Serbien (SRB) Svalbard und Jan Mayen (SJM) Türkei (TUR) Ukraine (UKR) Vatikanstadt (VAT)	Ägypten (EGY) Algerien (DZA) Angola (AGO) Äquatorialguinea (GNQ) Äthiopien (ETH) Benin (BEN) Botsuana (BWA) Burkina Faso (BFA) Burundi (BDI) Cabo Verde (CPV) Côte d'Ivoire (CIV) Dschibuti (DJI) Eritrea (ERI) Eswatini (SWZ) Gabun (GAB) Gambia (GMB) Ghana (GHA) Guinea (GIN) Guinea-Bissau (GNB) Kamerun (CMR) Kenia (KEN) Komoren (COM) Kongo, Republik (COG) Kongo, Demokratische Republik (COD) Lesotho (LSO) Liberia (LBR) Libyen (LBY) Madagaskar (MDG) Malawi (MWI)	Nordamerika Amerikanische Überseeinseln, Kleinere (UMI) Kanada (CAN) St. Pierre und Miquelon (SPM) USA (USA) Süd- und Mittelamerika Amerikanische Jungferninseln (VIR) Anguilla (AIA) Antigua und Barbuda (ATG) Argentinien (ARG) Aruba (ABW) Bahamas (BHS) Barbados (BRB) Belize (BLZ) Bermudas (BMU) Bolivien (BOL) Bonaire, St. Eustatius und Saba (BES) Brasilien (BRA) Britische Jungferninseln (VGB) Chile (CHL) Costa Rica (CRI) Curaçao (CUW) Dominica (DMA) Dominikanische Republik (DOM) Ecuador (ECU)

* Nach DIN-EN-ISO 3166-1-alpha 3, ohne unbewohnte Inseln. In Einzelfällen wurden in Deutschland übliche Bezeichnungen verwendet; außerdem wurden Staaten ergänzt, die von Deutschland anerkannt sind.

Asien

Falklandinseln [Malwinen] (FLK)
 Französisch-Guayana (GUF)
 Grenada (GRD)
 Guadeloupe (GLP)
 Guatemala (GTM)
 Guayana (GUY)
 Haiti (HTI)
 Honduras (HND)
 Jamaika (JAM)
 Kolumbien (COL)
 Kuba (CUB)
 Martinique (MTQ)
 Mexiko (MEX)
 Montserrat (MSR)
 Nicaragua (NIC)
 Panama (PAN)
 Paraguay (PRY)
 Peru (PER)
 Puerto Rico (PRI)
 St. Barthélemy (BLM)
 St. Kitts und Nevis (KNA)
 St. Lucia (LCA)
 St. Martin [niederl. Teil] (SXM)
 St. Martin [franz. Teil] (MAF)
 St. Vincent und die Grenadinen (VCT)
 Suriname (SUR)
 Trinidad und Tobago (TTO)
 Turks- und Caicosinseln (TCA)
 Uruguay (URY)
 Venezuela, Bolivarische
 Republik (VEN)

Naher / Mittlerer Osten

Bahrain (BHR)
 Irak (IRQ)
 Iran, Islamische Republik (IRN)
 Israel (ISR)
 Jemen (YEM)
 Jordanien (JOR)
 Katar (QAT)
 Kuwait (KWT)
 Libanon (LBN)
 Oman (OMN)
 Palästinensische Gebiete (PSE)
 Saudi-Arabien (SAU)
 Syrien, Arabische Republik (SYR)
 Vereinigte Arabische Emirate (ARE)

Süd-Ost-Zentral-Asien

Afghanistan (AFG)
 Armenien (ARM)
 Aserbaidshan (AZE)
 Bangladesch (BGD)
 Bhutan (BTN)
 Brunei Darussalam (BRN)
 China, Volksrepublik (CHN)
 Georgien (GEO)
 Hongkong, China SVR (HKG)

Indien (IND)
 Indonesien (IDN)
 Japan (JPN)
 Kambodscha (KHM)
 Kasachstan (KAZ)
 Kirgistan (KGZ)
 Korea, Demokr. Volksrepublik (PRK)
 Korea, Republik (KOR)
 Laos, Demokratische
 Volksrepublik (LAO)
 Macao, China SVR (MAC)
 Malaysia (MYS)
 Malediven (MDV)
 Mongolei (MNG)
 Myanmar (MMR)
 Nepal (NPL)
 Pakistan (PAK)
 Philippinen (PHL)
 Singapur (SGP)
 Sri Lanka (LKA)
 Tadschikistan (TJK)
 Taiwan (TWN)
 Thailand (THA)
 Timor-Leste (TLS)
 Turkmenistan (TKM)
 Usbekistan (UZB)
 Vietnam (VNM)

Australien und Ozeanien

Amerikanisch-Samoa (ASM)
 Australien (AUS)
 Cookinseln (COK)
 Fidschi (FJI)
 Französisch-Polynesien (PYF)
 Guam (GUM)
 Kiribati (KIR)
 Kokosinseln [Keeling] (CCK)
 Marianen, Nördliche (MNP)
 Marshallinseln (MHL)
 Mikronesien, Föderierte Staaten
 von (FSM)
 Nauru (NRU)
 Neukaledonien (NCL)
 Neuseeland (NZL)
 Niue (NIU)
 Norfolkinsel (NFK)
 Palau (PLW)
 Papua-Neuguinea (PNG)
 Pitcairnsinseln (PCN)
 Salomonen (SLB)
 Samoa (WSM)
 Tokelau (TKL)
 Tonga (TON)
 Tuvalu (TUV)
 Vanuatu (VUT)
 Wallis und Futuna (WLF)
 Weihnachtsinsel (CXR)

August 2021

A Mehrbranchenmessen für Fachbesucher

- A 1 Investitionsgüter und Konsumgüter
- A 2 Investitionsgüter
- A 3 Konsumgüter

B Fachmessen und -ausstellungen

- B 1 Land-, Forst- und Fischwirtschaft, Wein-, Garten- und Landschaftsbau und deren Ausrüstungen
- B 2 Ernährungswirtschaft, Genussmittel, Gastronomie und deren Ausrüstungen
- B 3 Textil, Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Schmuck und deren Ausrüstungen
- B 4 Bau, Ausbau und deren Ausrüstungen
- B 5 Wohnungsausstattung, Hausrat und deren Ausrüstungen
- B 6 Gesundheit, Körperpflege, Arbeitsschutz und deren Ausrüstungen
- B 7 Umweltschutz, Sicherheit, Reinigung, kommunale Dienstleistungen und deren Ausrüstungen
- B 8 Transport, Verkehr, Logistik und deren Ausrüstungen

- B 9 Informationstechnik, Kommunikation, Büro, Unterhaltungselektronik, Foto, Film

- B 10 Bildung, Existenzgründung

- B 11 Sport, Spiel, Freizeit und deren Ausrüstungen

- B 12 Elektrotechnik und Elektronik

- B 13 Metallbe- und -verarbeitung, Automatisierung, Messtechnik, Qualitätssicherung

- B 14 Kunststoff- und Holzverarbeitung und deren Ausrüstungen

- B 15 Energiewirtschaft und deren Ausrüstungen

- B 16 Andere Investitionsgüterbranchen

- B 17 Andere Konsumgüter- und Dienstleistungsbranchen

- B 18 Kunst, Antiquitäten

C Mehrbranchen-Publikumsmessen



**Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle
von Messe- und Ausstellungszahlen**

Littenstraße 9 · 10179 Berlin
Tel. 030 24000-0 · Fax -340
www.fkm.de · info@fkm.de

Layout / Satz: CCL, Berlin
Titelfoto: ADAM-Preisträger 2011
ATELIER BRÜCKNER
Stand:
Dezember 2021