



Zertifizierung



FKM-Zertifizierung

von Messe- und Ausstellungszahlen

Stand: Dezember 2024

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	10
1.9	Netto-Ausstellungsfläche	11
1.10	Sonderschaufläche	11
1.11	Aussteller-Standfläche	12

Aussteller

1.12	Physischer Aussteller	12
1.13	Hybrider Aussteller	14
1.14	Digitaler Aussteller	15
1.15	Hauptaussteller	15
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	10
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	10
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	Gesamt-Teilnehmerzahl (Total Attendance)	23
1.24	Messebesuch	24
1.25	Fachbesucher	24
1.26	Privatbesucher	25
1.27	Messebesucherstruktur	25
1.28	Besuchernationalität	27
1.29	Wiederbesuchsabsicht	29
1.30	Kundenzufriedenheit	29

2.0 Dokumente Seite

2.8	Eintrittsausweise für physische und hybride Messebesucher	19
2.9	Besucherregistrierung	22
2.10	Physischer Besuch	24
2.11	Hybrider Besuch	24
2.12	Digitaler Besuch	24
2.13	Besucherstrukturdaten	25
2.14	Besuchernationalität	27
2.15	Besucherbefragungsdaten	29
2.16	Verwendung des FKM-Signets	30
2.17	FKM-Jahresbericht	31

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	25

1.0 Definitionen

Messe/Ausstellung

1.1 Physische Messe/Ausstellung

Eine physische Messe/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/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 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. Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer soll 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 des Wirtschaftsprüfers 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/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

--> www.fkm.de

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 Besuchereinlass-Systemen und dem Wechsel des Veranstaltungsortes.

Ab 2026:

Prüfungen vor Ort erfolgen: bei Messen mit 1-Jahres-Turnus alle drei Jahre; bei Messen mit 2-Jahres-Turnus alle vier Jahre; bei Messen ab 3-Jahres-Turnus bei jeder Durchführung. In den Jahren dazwischen erfolgt die FKM-Zertifizierung durch die Freigabe des Wirtschaftsprüfers.

3.1.3 Der Nachweis der gemeldeten Daten erfolgt anhand schlüssiger Unterlagen, die von dem Messeveranstalter (1.6) vorzulegen sind. Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer führt während der Messe/Ausstellung (1.1–1.3) eine Begehung (Inaugenscheinnahme) durch.

3.1.4 Sofern für die Ermittlung der Besuche (1.24) automatische Besuchereinlass-Systeme eingesetzt werden, sind diese vor Einführung und bei maßgeblicher Änderung einer Systemprüfung zu unterziehen, die durch den mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer erfolgt. In diesem Zusammenhang sind die von dem mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer herausgegebenen technisch-organisatorischen Anforderungen seitens der Systembetreiber 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 mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer und die FKM-Geschäftsführung zeitgerecht einzusenden.

3.1.6 Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer 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 mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer 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 (1.25) 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 Besucherregistrierungssystem 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.

Hinweis 2: Für Messen im Verbund (1.5) mit dem Merkmal von unterschiedlichen Messeveranstaltern

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 (2.17) aufzubewahren.

→ 3.8 Messebesuchereintritte in Verbindung mit 3.10 Messebesucherstruktur

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 Wirtschaftsprüfer 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

anstellen (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 (1.20–1.21) 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 (1.20–1.21) von Verbundveranstaltungen ist ohne Hinweis auf den Verbund und Mehrfachnennungen möglich unter der Bedingung, dass die Summe der Messebesucher (1.20–1.21) der einzelnen Messen/Ausstellungen (1.1–1.3) mit der Gesamtsumme der Messebesucher (1.20–1.21) 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.

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.

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

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.

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

2.0 Dokumente

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.

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

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).

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

1.0 Definitionen

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).

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, Schau tafeln und Vorführungen 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.

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“.

1.0 Definitionen

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.

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 Bedin-

2.0 Dokumente

→ 2.5 Zulassung als physischer Aussteller

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).

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.5 Ausstellerzahl

3.5 Ausstellerzahl

3.5.1 Verfahren Ausstellerzahl

Als Beleg für den Nachweis der Ausstellerzahl (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 Aus-

1.0 Definitionen

gung, dass er 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

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.

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

land) sowie für belegte Freigelandfläche (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 Freigelandfläche (Inland und Ausland) ersichtlich sein. Für diese Belegarten sind zusammengefasste Auflistungen in der Reihenfolge der Belegdokumentation vorzulegen.

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

3.5.2 Zählmodus Ausstellerzahl

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.

Die Zahlen der physischen, hybriden und digitalen Aussteller (1.12–1.14) werden getrennt ausgewiesen. Außerdem wird eine Gesamtausstellerzahl ausgewiesen, die physische, hybride und digitale Aussteller (1.12–1.14) umfasst. 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 Mitaussteller (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 Angebotschwerpunkten 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 Ausstellierzahl

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.

1.15 Hauptaussteller

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

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.

→ 2.5-2.7 Zulassung als Aussteller

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.5 Ausstellierzahl

→ 3.5 Ausstellierzahl

1.0 Definitionen

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

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.5 Ausstellerrzahl

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

→ 2.5-2.7 Zulassung als Aussteller

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.

Hinweis 1: Hat ein Gemeinschaftsstand-Aussteller (1.17) keine Vertragsbeziehung mit dem Messeveranstalter (1.6), sondern nur mit einem Gemeinschaftsstand-Organisator (1.7), muss die-

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

ser 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, Journalisten, 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: Referenten und Kongressteilnehmer 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“ (1.24) 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 mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer 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, 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 den beauftragten Wirtschaftsprüfer 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.

Die Besucher (1.20–1.22) werden pro Messe/Ausstellung (1.1–1.3) nur einmal gezählt. Die Zahlen der physischen, hybriden und digitalen

- b) 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.

--> www.fkm.de

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 Messeintritt auf dem Messegelände ausfüllen kann.

Hinweis 2: Ein automatisches Registrierungssystem ist dadurch charakterisiert, dass der Messebesucher (1.20–1.21) entweder im zeitlichen Vorfeld oder vor dem Messeintritt 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

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 Gesamt-Teilnehmerzahl (Total Attendance)

Die Gesamt-Teilnehmerzahl ist die Gesamtzahl der Teilnehmer an einer Messe/Ausstellung (1.1–1.2), die während der offiziellen Öffnungszeiten für Messebesucher (1.20–1.21) anwesend sind. Die Gesamt-Teilnehmerzahl umfasst Besucher, Ausstellerpersonal und Medienvertreter. Die Person wird nur einmal für die gesamte Dauer der Messe gezählt, unabhängig von der Anzahl der Besuche.

Hinweis 1: Referenten und Kongressteilnehmer zählen nur unter der Voraussetzung als Teilnehmer, wenn sie auf der Messe/Ausstellung (1.1–1.2) anwesend sind.

Hinweis 2: Zur Gesamt-Teilnehmerzahl zählen nicht das Personal des Veranstalters und die Dienstleister.

Hinweis 3: Physische und digitale Teilnehmer werden getrennt ausgewiesen.

2.0 Dokumente

→ 2.8 Eintrittsausweise für physische und hybride Messebesucher

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.8 Messebesuchereintritte

1.0 Definitionen

1.24 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).

1.25 Fachbesucher

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

2.0 Dokumente

2.10 Physischer Besuch

Der physische Besuch einer hybriden Messe/Ausstellung (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).

→ 2.13 Besucherstrukturdaten

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.10 Messebesucherstruktur

1.0 Definitionen

1.26 Privatbesucher

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

1.27 Messebesucherstruktur

Die strukturellen Merkmale von Messebesuchern (1.20–1.22) auf Basis der FKM dienen einer genaueren Qualifizierung der quantitativen Besucherstrukturdaten (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.

- a) Der FKM-Besucherstruktur-Test besteht aus zwei Teilen. Der **erste** Teil des FKM-Besucherstruktur-Tests beinhaltet die Basisfragen für Fach- und/oder Privatbesucher (1.25–1.26) gemäß → Anlage 5. Der **zweite** Teil des FKM-Besucherstruktur-Tests enthält zwei Gruppen (Fach- und Privatbesucher – 1.25–1.26) von Ergänzungsfragen (→ Anlagen 6 und 7), wobei eine Gruppe in den Besucherstruktur-Test aufzunehmen ist.
- b) Die Grundlagen für den FKM-Besucherstruktur-Test (1.27) sind in der → Anlage 3 beschrieben, während die zeitlichen Anforderungen und Bedingungen für Veröffentlichungen nachstehend aufgelistet sind:

2.0 Dokumente

→ 2.13 Besucherstrukturdaten

2.13 Besucherstrukturdaten

2.13.1 Beschreibung des Dokuments

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

Für einen FKM-zertifizierten Nachweis der Besucherstruktur ist ein FKM-Besucherstruktur-Test (1.27) durchzuführen, der in den Anlagen der FKM-Zertifizierung inhaltlich detailliert aufgeführt und im Rahmen einer Besucherbefragung oder Besucherregistrierung zu realisieren ist.

Im Hinblick auf eine FKM-Zertifizierung von Besucherstrukturdaten gilt die grundlegende Anforderung, dass die eingesetzten Erhebungsmethoden nach wissenschaftlich anerkannten Maßstäben (z. B. Stichprobenbestimmung) oder durch zertifizierte Systeme erfolgen müssen.

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.10 Messebesucherstruktur

3.10 Messebesucherstruktur

Die Zertifizierung der Strukturmerkmale von Messebesuchern (1.20–1.22) erfolgt auf der Grundlage des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27).

Als Grundlage für die Prüfung des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27) dienen die Abfragen, die Kurzbeschreibung des Messeveranstalters (1.6), eine Darstellung der Erhebungsmethoden und, bei einer Befragung, der Interviewer-Einsatzplan und die tabellarische Auswertung der Fragen.

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

Grundsätzlich wird jeweils der erste FKM-Besucherstruktur-Test (1.27) einer Messe/Ausstellung (1.1–1.3) zertifiziert; die weiteren Zertifizierungen erfolgen entsprechend den Zertifizierungsleitlinien unter 3.1.2.

1.0 Definitionen

c) Zeitliche Anforderungen

1. Die Gesellschafter sollen für die von ihnen angemeldeten Messen/Ausstellungen (1.1–1.3) FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27) 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 Besucherstrukturdaten erhebt, gilt die Anmeldung weiter.

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 (1.27) durchgeführt wird. Bei Besucherstrukturdaten mit Basis- und Ergänzungsfragen für Privatbesucher (1.26) erlischt die Anmeldung bei Einjahresturnus der Messe/Ausstellung (1.1–1.3) erst dann, wenn nicht bei jedem dritten Durchführungstermin ein FKM-Besucherstruktur-Test (1.27) 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).

2.0 Dokumente

2.13.2 Veröffentlichungsregel

Die Veröffentlichung von Besucherstrukturdaten ist nur in Verbindung mit der Angabe der Erhebungsmethode (bspw. CAPI, Online-Befragung, Registrierungssystem etc.) einschließlich der Angabe des Erhebers zulässig.

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

d) Bedingungen für Veröffentlichungen

1. Zu veröffentlichen sind mindestens das Ergebnis der Basisfragen für Fach- oder Privatbesucher (1.25–1.26) und das Ergebnis der Ergänzungsfragen für die entsprechende Besuchergruppe. Es können veröffentlicht werden:

- a) das Gesamtergebnis der Basisfragen,
- b) die Fach- und Privatbesucher-Ergebnisse (1.25–1.26) der Basisfragen und
- c) die Ergebnisse der Ergänzungsfragen für Fach- und Privatbesucher (1.25–1.26).

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

1.28 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 (1.28) sind entweder Registrierungsdaten aus einem Besucherregistrierungssystem oder Daten aus einer repräsentativen Besucherbefragung, die im Rahmen eines FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27) erfolgen sollte, aus dem die Strukturanteile von Inlands- und Auslandsbesuchern ohnehin ableitbar sind.

3.0 Zertifizierungskriterien

→ 3.10 Messebesucherstruktur

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

Sie können auch durch eine gesonderte Befragung ermittelt werden, deren Inhalt nicht den Gesamtumfang des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27) enthält, aber in ihren erhebungs- und prüfungstechnischen Anforderungen den Regeln des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27) entspricht.

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 Inland und Ausland vorzunehmen. Dabei ist dem Veranstalter (1.6) freigestellt, den Anteil ausländischer Besucher durch nachprüfbare Zählung oder repräsentativ mithilfe einer Befragung zu ermitteln.

Eine Befragung muss analog den Regeln des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.27) 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.

1.0 Definitionen

1.29 Wiederbesuchsabsicht

Die Wiederbesuchsabsicht bezieht sich darauf, ob Messebesucher (1.20–1.22) nach ihrem aktuellen Messebesuch beabsichtigen, auch zukünftig die nächste Messe/Ausstellung (1.1–1.3) zu besuchen.

1.30 Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit bezieht sich darauf, wie zufrieden Messebesucher (1.20–1.22) mit der Messe/Ausstellung (1.1–1.3) insgesamt sind.

2.0 Dokumente

2.15 Besucherbefragungsdaten

Im Hinblick auf eine FKM-Zertifizierung von Besucherbefragungsdaten gilt die grundlegende Anforderung, dass die eingesetzten Erhebungsmethoden nach wissenschaftlich anerkannten Maßstäben (z. B. Stichprobenbestimmung) oder durch zertifizierte Systeme erfolgen müssen.

Bei internationalen Messen/Ausstellungen (1.1–1.3) ist eine Aufgliederung der Besucher (1.20–1.22) nach Inland und Ausland vorzunehmen. Dabei ist dem Veranstalter (1.6) freigestellt, den Anteil ausländischer Besucher durch nachprüfbarbare Zählung oder repräsentativ mithilfe einer Befragung zu ermitteln.

→ 2.15 Besucherbefragungsdaten

3.0 Zertifizierungskriterien

Für die Zertifizierung der Wiederbesuchsabsicht ist es notwendig, nachfolgend aufgeführte Formulierung der Frage zu nutzen:

„Werden Sie die nächste (Messeteil) wieder besuchen?“

5er-Skala: 1. Ja, sicher bis 5. nein, sicher nicht. Nur die Eckpunkte 1 und 5 der Skala werden beschriftet.

Es wird eine weitere Antwortoption geben:
Kann ich noch nicht beurteilen.

Für die Zertifizierung der Kundenzufriedenheit ist es notwendig, nachfolgend aufgeführte Formulierung der Frage zu nutzen:

„Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Besuch der (Messeteil) insgesamt?“

5er-Skala: 1. Sehr zufrieden bis 5. Sehr unzufrieden. Nur die Eckpunkte 1 und 5 der Skala werden beschriftet.

Es wird eine weitere Antwortoption geben:
Kann ich noch nicht beurteilen.

2.16 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.

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.

2.17 FKM-Jahresbericht

2.17.1 Beschreibung des Dokuments

Der FKM-Jahresbericht ist eine Darstellung aller im Berichtsjahr stattgefundenen, FKM-angemeldeten Messen/Ausstellungen (1.1–1.3) von FKM-Gesellschaftern.

Die Darstellung erfolgt tabellarisch alphabetisch nach Veranstaltungsorten.

2.17.2 Veröffentlichungsregel

Der FKM-Jahresbericht wird bis 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 Wirtschaftsprüfer einzureichen. Für Zahlen, die nach diesem Termin eingehen, kann eine Aufnahme in den Jahresbericht nicht mehr sichergestellt werden.

FKM-Zertifizierung

Anlagen

Anlage 1

Testatbogen

→ Flächen-, Aussteller- und Besucherzahlen

33

Anlage 2

→ Erfassung der Brutto-Ausstellungsflächen

35

Anlage 3

FKM-Besucherstruktur-Test

→ Durchführungsbestimmungen

36

Anlage 4

FKM-Besucherstruktur-Test

→ Durchführendes Institut und
Kurzbeschreibung der Stichprobe

39

Anlage 5

FKM-Besucherstruktur-Test

A → Basisfragen

40

Anlage 6

FKM-Besucherstruktur-Test

B → Ergänzungsfragen für Fachbesucher

43

Anlage 7

FKM-Besucherstruktur-Test

C → Ergänzungsfragen für Privatbesucher

45

Anlage 8

Länderliste

→ Zuordnung der Besucher im
FKM-Besucherstruktur-Test

→ Zuordnung der ausländischen Aussteller

46

Anlage 9

FKM-Bericht

→ Veranstaltungskategorien

48

Testatbogen → Flächen-, Aussteller- und Besucherzahlen

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
Physischer 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

FKM-Zertifizierung – Anlage 2

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

Name, Ort Termin der Veranstaltung

Datum

Belegte Hallen

Brutto-Ausstellungsflächen in m² (ohne Serviceeinrichtungen)

Netto-Ausstellungsflächen
in geschlossenen Räumen
außerhalb von Hallen

Zuschlag 80 %

+

Hallenfläche brutto

Freigeländefläche netto

Zuschlag 80 %

+

Freigeländefläche brutto

Brutto-Ausstellungsfläche

FKM-Besucherstruktur-Test → Durchführungsbestimmungen

A. Besucherstruktur-Tests für Einzelmessen

1. Der FKM-Besucherstruktur-Test kann für sich allein oder in Verbindung mit einer anderen Erhebung von Besucherstrukturdaten durchgeführt werden.
2. Die Erhebung erfolgt nach einem repräsentativen, wissenschaftlich anerkannten Stichprobenverfahren (z. B. Befragung oder durch Registrierung).
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 Datensätze, d. h., der Stichprobenumfang muss um die Zahl der zu erwartenden fehlerhaften Datensätze erhöht werden. Fehlerhafte Datensätze dürfen in die Auswertung nicht einbezogen werden.

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

5. Alle Antworten zu den Fragen des Fachbesucherstrukturtests 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 Wirtschaftsprüfer 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 Besucherstruktur-Tests können gemäß der Verteilung der Herkunft (Inland/Ausland) aus der Registrierung gewichtet werden.
- Wenn keine Gewichtung der übrigen Daten des Besucherstruktur-Tests 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. Bei einer Datenerhebung durch Befragung am Veranstaltungsort werden die Interviewer 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 weiterge-

hender 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 elektronisch 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 Datenerhebung 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 diejenigen 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 Besucherstrukturhebungen 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-Besucherstruktur-Test → Durchführendes Institut und Kurzbeschreibung

FKM-Besucherstruktur-Test der

_____ (Messe/Ausstellung)

Auftraggeber _____

Durchführendes Institut _____

Projektleiter des Instituts _____

Verantwortlicher Sachbearbeiter
im Hause des Auftraggebers _____

Erhebungsmethode* _____

Grundgesamtheit _____

Stichprobenumfang _____

Zahl der Interviewer _____

Besucher

Fälle

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

Interviews an den einzelnen Tagen:

1. Tag: _____

4. Tag: _____

Weitere Tage: _____

2. Tag: _____

5. Tag: _____

3. Tag: _____

6. Tag: _____

Verteilung der Interviewer auf dem Veranstaltungsgelände
lt. beiliegendem Plan

Auswertungsverfahren: manuell/maschinell


(Organschaftsvertreter des Veranstalters)

FKM-Besucherstruktur-Test **A** → Basisfragen für Fach- und/oder Privatbesucher

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
A1 Fach-/Privatbesucheranteil	Besuchen Sie die Messe mehr aus beruflichem/geschäftlichen Interesse oder mehr aus privatem Interesse?	1/01 <input type="checkbox"/> berufliches/geschäftliches Interesse 1/02 <input type="checkbox"/> privates Interesse	Anteil Fachbesucher ___ % Anteil Privatbesucher ___ %	
	Ergänzungstrage 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 <input type="checkbox"/> ja 1a/02 <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> Deutschland <input type="checkbox"/> anderes Land		
	Wenn Deutschland: In welchem Bundesland wohnen Sie?	<input type="checkbox"/> Baden-Württemberg ___ % <input type="checkbox"/> Bayern ___ % <input type="checkbox"/> Berlin ___ % <input type="checkbox"/> Brandenburg ___ % <input type="checkbox"/> Bremen ___ % <input type="checkbox"/> Hamburg ___ % <input type="checkbox"/> Hessen ___ % <input type="checkbox"/> Mecklenburg-Vorpommern ___ % <input type="checkbox"/> Niedersachsen ___ % <input type="checkbox"/> Nordrhein-Westfalen ___ %	Deutschland gesamt ___ % davon <input type="checkbox"/> Baden-Württemberg ___ % <input type="checkbox"/> Bayern ___ % <input type="checkbox"/> Berlin ___ % <input type="checkbox"/> Brandenburg ___ % <input type="checkbox"/> Bremen ___ % <input type="checkbox"/> Hamburg ___ % <input type="checkbox"/> Hessen ___ % <input type="checkbox"/> Mecklenburg-Vorpommern ___ %	

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
		<input type="checkbox"/> Rheinland-Pfalz ___ % <input type="checkbox"/> Saarland ___ % <input type="checkbox"/> Sachsen ___ % <input type="checkbox"/> Sachsen-Anhalt ___ % <input type="checkbox"/> Schleswig-Holstein ___ % <input type="checkbox"/> Thüringen ___ %	<input type="checkbox"/> Niedersachsen ___ % <input type="checkbox"/> Nordrhein-Westfalen ___ % <input type="checkbox"/> Rheinland-Pfalz ___ % <input type="checkbox"/> Saarland ___ % <input type="checkbox"/> Sachsen ___ % <input type="checkbox"/> Sachsen-Anhalt ___ % <input type="checkbox"/> Schleswig-Holstein ___ % <input type="checkbox"/> Thüringen ___ %	
	<p>Wenn anderes Land: In welchem Land wohnen Sie?</p>	<p>Offene Nennung der Ländernamen</p>	<p>Ausland gesamt ___ % EU ___ % andere europäische Länder ___ % Afrika ___ % Nordamerika ___ % Süd- und Mittelamerika ___ % Nahe/Mittlerer Osten ___ % Süd-Ost-Zentralasien ___ % Australien/Ozeanien ___ %</p> <p>Falls Kontinente zusammengefasst werden: andere Länder ___ %</p> <p>Die fünf Länder mit den höchsten Besucheranteilen (o. Deutschland)</p> <p>_____ % _____ % _____ % _____ % _____ %</p>	<p>Für die Zuordnung der Länder zu Kontinenten und Teilkontinenten sind die von der FKM zur Verfügung gestellten Länderlisten zu verwenden (→ Anlage 8). Es können zusätzlich auch einzelne Wirtschaftsregionen oder Länder ausgewiesen werden.</p> <p>Mindestens 10 Fälle sind notwendig, um ein Ergebnis für ein einzelnes Land bzw. einen Kontinent zu veröffentlichen. Ansonsten werden die Ergebnisse zusammengefasst (Kontinente) bzw. nicht veröffentlicht (Länder).</p>

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
	Wie weit ist Ihr ständiger Wohnsitz von hier entfernt?	<input type="checkbox"/> bis 50 km <input type="checkbox"/> über 50 bis 100 km <input type="checkbox"/> über 100 bis 300 km <input type="checkbox"/> über 300 km	wie erhoben _____ %	Wenn einzelne Kategorien unter 5% der Antworten umfassen, können sie mit einer anderen Kategorie zusammengefasst werden.
A3	Berufliche Stellung	<p>Welche berufliche Stellung haben Sie?</p> <input type="checkbox"/> selbständiger Unternehmer, Mitinhaber, freiberuflich Tätiger <input type="checkbox"/> Geschäftsführer, Vorstandsmitglied, [Behördenleiter] o. ä. <input type="checkbox"/> Bereichsleiter, Betriebs-, Werks-, Filialleiter, [Amtsleiter] <input type="checkbox"/> Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Teamleiter <input type="checkbox"/> anders angestellt, [Beamter], Facharbeiter <input type="checkbox"/> Dozent, Lehrer <input type="checkbox"/> Auszubildender, Lehrer <input type="checkbox"/> andere berufliche Stellung <input type="checkbox"/> Schüler, Student <input type="checkbox"/> andere nicht Berufstätige <p>nach Bedarf bei Privatbesucherbefragungen:</p> <input type="checkbox"/> Hausfrau/-mann <input type="checkbox"/> Rentner, Pensionär <p>[] = optional</p>	wie erhoben _____ %	<p>Wenn abzusehen ist, dass die Kategorie „andere berufliche Stellung“ einen erheblichen Prozentsatz erreicht, können weitere individuelle Antwortvorgaben ergänzt werden.</p> <p>Außerdem können optional behördenspezifische Hierarchiebegriffe ergänzt werden.</p> <p>* 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.</p>
A4	Häufigkeit des Messebesuchs	<p>Welche _____-Veranstaltungen haben Sie bereits besucht?</p> <input type="checkbox"/> ____ (Jahr der letzten Veranstaltung) <input type="checkbox"/> frühere Veranstaltung(en) <input type="checkbox"/> keine, bin zum ersten Mal hier	<p>Vorveranstaltung _____ % frühere Veranstaltung(en) _____ % erstmaliger Besuch _____ %</p>	

	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?	<input type="checkbox"/> ausschlaggebend <input type="checkbox"/> mitentscheidend <input type="checkbox"/> beratend <input type="checkbox"/> nicht beteiligt <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> Geschäfts-, Unternehmens-, Betriebsleitung <input type="checkbox"/> Forschung und Entwicklung, Konstruktion <input type="checkbox"/> Fertigung, Produktion, Qualitätskontrolle <input type="checkbox"/> Einkauf, Beschaffung <input type="checkbox"/> Finanzen, Rechnungswesen, Controlling <input type="checkbox"/> Informations-, Kommunikationstechnik <input type="checkbox"/> 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	
		<input type="checkbox"/> Verkauf, Vertrieb <input type="checkbox"/> Marketing, Werbung, PR <input type="checkbox"/> Logistik: Materialwirtschaft, Lager, Transport <input type="checkbox"/> Wartung, Instandhaltung <input type="checkbox"/> anderer Bereich <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> 1 – 4 <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> 5 – 9 <input type="checkbox"/> andere nicht Berufstätige* <input type="checkbox"/> 10 – 49 <input type="checkbox"/> 50 – 199 <input type="checkbox"/> 200 – 499 <input type="checkbox"/> 500 – 999 <input type="checkbox"/> 1.000 und mehr	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 wie vielen Tagen besuchen Sie die Veranstaltung?	<input type="checkbox"/> 1 Tag <input type="checkbox"/> 2 Tage <input type="checkbox"/> n Tage	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer ____ Tage	
				Bei allen Punkten können Antworten, die zusammen nicht mehr als 5 % aller Antworten ergeben, zur Gruppe „andere“ zusammengefasst werden.	

FKM-Besucherstruktur-Test **C** → Ergänzungsfragen für Privatbesucher

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
C1 Geschlecht		<input type="checkbox"/> männlich <input type="checkbox"/> weiblich <input type="checkbox"/> divers	wie erhoben _____ %	Bei persönlichen Interviews vom Interviewer anzukreuzen
C2 Alter	Wie alt sind Sie?	<input type="checkbox"/> bis 20 Jahre <input type="checkbox"/> über 50 bis 60 <input type="checkbox"/> über 20 bis 30 <input type="checkbox"/> über 30 bis 40 <input type="checkbox"/> über 30 bis 40 <input type="checkbox"/> über 70 Jahre <input type="checkbox"/> über 40 bis 50 <input type="checkbox"/>	wie erhoben _____ %	
C3 Haushaltsgröße	Aus wie viel Personen besteht Ihr Haushalt?	<input type="checkbox"/> 1 Person <input type="checkbox"/> 4 Personen <input type="checkbox"/> 2 Personen <input type="checkbox"/> 5 und mehr Personen <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> vielleicht	Kaufabsicht zu einem späteren Zeitpunkt: ja _____ % nein _____ % vielleicht _____ %	Frage kann optional gestellt werden.

Länderliste* → Zuordnung der Besucher im FKM-Besucherstruktur-Test → Zuordnung der ausländischen Aussteller

EU-Länder

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)

Übriges Europa

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)
 Moldau, Republik (MDA)
 Monaco (MCO)
 Montenegro (MNE)
 Nordmazedonien (MKD)
 Norwegen (NOR)
 Russische Föderation (RUS)
 San Marino (SMR)
 Schweiz (CHE)
 Serbien (SRB)
 Svalbard und Jan Mayen (SJM)
 Türkei (TUR)
 Ukraine (UKR)
 Vatikanstadt (VAT)

Afrika

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)
 Mali (MLI)
 Marokko (MAR)
 Mauretanien (MRT)
 Mauritius (MUS)
 Mayotte (MYT)
 Mosambik (MOZ)
 Namibia (NAM)
 Niger (NER)
 Nigeria (NGA)
 Reunion (REU)
 Ruanda (RWA)
 Sambia (ZMB)
 São Tomé und Príncipe (STP)
 Senegal (SEN)
 Seychellen (SYC)
 Sierra Leone (SLE)
 Simbabwe (ZWE)
 Somalia (SOM)
 St. Helena, Ascension
 und Tristan da Cunha (SHN)
 Sudan (SDN)
 Südsudan (SSD)
 Südafrika (ZAF)
 Tansania, Vereinigte Republik (TZA)
 Togo (TGO)
 Tschad (TCD)
 Tunesien (TUN)
 Uganda (UGA)
 Westsahara (ESH)
 Zentral-Afrikanische Republik (CAF)

Amerika

Nordamerika

Amerikanische Überseeinseln,
 Kleinere (UMI)
 Kanada (CAN)
 St. Pierre und Miquelon (SPM)
 Vereinigte Staaten
 von Amerika (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.

Falklandinseln (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)

Asien

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)
Aserbaidschan (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, Demokratische
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 (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)

Dezember 2024

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. +49 30 24000-114

www.fkm.de · info@fkm.de

Gestaltung/Titelfoto:
Stefan Dömelt/Comrhein, Düsseldorf

Stand: Dezember 2024

