



Nr. 3 / Frankfurt, 1. Juni 2007

### **FKM-Jahres-Pressegespräch**

- *FKM prüfte Kennzahlen von 280 deutschen Messen*
- *Fast 200 Besucherstrukturanalysen verfügbar*
- *FKM-Vorsitzender von Zitzewitz: Besucherregistrierungen zur Kundenbindung nutzen*
- *Weltweite Standardisierung von Messebegriffen macht Fortschritte*

---

Die deutschen Messeveranstalter haben im Jahr 2006 rund 11 % mehr Messen prüfen lassen als im Vorjahr. Für 280 deutsche Messen und Ausstellungen liegen FKM-geprüfte Aussteller- und Besucherzahlen vor. Die FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen hat außerdem vier neue Mitglieder gewonnen und umfasst jetzt 71 Messeveranstalter. Damit ist die FKM wieder auf Wachstumskurs. Das Angebot an vergleichbaren Planungsdaten für die ausstellende Wirtschaft hat sich deutlich verbessert. Dies betonte Michael von Zitzewitz, Vorsitzender der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen, im Jahres-Pressegespräch der FKM am 1. Juni 2007 in Frankfurt.

Zahlreiche Mitglieder hätten neue Messen schon frühzeitig angemeldet, obwohl es nach den FKM-Regeln erst vor der dritten Durchführung notwendig sei. Offensichtlich sei es Erfolg versprechend, bei der Kundengewinnung und Kundenbindung mit fundierten, geprüften Daten zu argumentieren. Die FKM umfasse nahezu alle Veranstalter internationaler Messen und ein breites Spektrum von Veranstaltern, die im regionalen Messemarkt arbeiten. Von den Messen, die der AUMA als Verband der Messewirtschaft als überregional einstuft, sind fast 90 % FKM-geprüft, bei den regionalen Veranstaltungen sind es 80 %. Die FKM-geprüften Messen umfassen insgesamt 196.000 Aussteller und 14 Mio. Besucher.

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

**Geschäftsführung:**  
Littenstraße 9  
10179 Berlin · Germany  
Tel. (030) 24 000 - 0  
Fax (030) 24 000 - 340  
www.fkm.de  
info@fkm.de

**Vorsitzender:**  
Michael von Zitzewitz  
Messe Frankfurt GmbH,  
Frankfurt  
1. Stv. Wolfgang P. Marzin  
Leipziger Messe GmbH,  
Leipzig  
2. Stv. Heiko Könicke  
AFAG Messen und  
Ausstellungen GmbH,  
Nürnberg

**Sitz der Gesellschaft:**  
Frankfurt  
USt-IdNr. DE219957019

**Prüfstelle:**  
Ernst & Young AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Ludwigstraße 8 · 50667 Köln  
Tel. (0221) 2779 - 20200  
Fax (0221) 2779 - 20417  
contact-fkm@de.ey.com

Die Zahl der durchgeführten Besucherstrukturanalysen sei deutlich gestiegen, um 12 % auf jetzt 199. Damit liegen jetzt für 70 % der geprüften Messen solche Tests vor. Vor fünf Jahren waren es erst 60 %.

Der FKM-Vorsitzende: „Diese Erhöhung des Angebotes ist nur konsequent, denn bei der Bewertung von Kontakten geht es in erster Linie um die Qualität, ob bei Messen oder anderen Medien. Es geht um Informationen über die regionale Struktur, um Einfluss auf Entscheidungen und die Zugehörigkeit zu bestimmten Branchen und Berufen. Denn hohe Besucherzahlen ohne weitere Differenzierungen beeindrucken die Aussteller immer weniger“.

Mit diesem Angebot an standardisierten und geprüften Besucherbefragungen sei Deutschland weltweit führend. In den großen europäischen Wettbewerbsländern und in Ostasien gebe es so etwas gar nicht, in den USA nur ansatzweise. Von Zitzewitz regte allerdings an, die systematische Registrierung von Besuchern und damit das personalisierte Besuchermarketing zu verstärken. In der konsequenten Nutzung solcher Adressen lägen erhebliche Chancen, die Besucherzahlen im Business-to-Business-Segment zu steigern und die Kundenbindung zu erhöhen. Denn in Deutschland seien rund ein Drittel aller Messebesucher zum ersten Mal auf einer Messe. Das bedeute auch, dass ein entsprechender Anteil von Besuchern der letzten Messe nicht mehr vertreten sei.

### **Ausstellende Firmen planen medienübergreifend**

Der FKM-Vorsitzende betonte, dass sich die Aussteller eher wenig mit dem intensiven Wettbewerb zwischen den deutschen Veranstaltern beschäftigten, vielmehr verglichen sie Effizienz und Qualität ihrer Messebeteiligungen in Deutschland mit denen in anderen Ländern, und vor allem verglichen sie Messen mit anderen Marketinginstrumenten. Deshalb müssten die Veranstalter um das Volumen von messeinteressierten Firmen mit sauberem Wettbewerb kämpfen, auch bei Zahlenangaben. Sonst hätten es ausländische Messen und

andere Marketinginstrumente allzu leicht, sich als attraktive und verlässliche Alternative zu empfehlen.

Gerade kleine und mittlere Betriebe bereiteten sich, so von Zitzewitz, nicht ausreichend auf ihre Beteiligung vor. Vor allem vergäßen sie oft, im Vorfeld der Messen klar zu definieren, welche Ziele sie in welchem Umfang erreichen wollten. Die FKM habe deshalb schon begonnen, mit Unterstützung der Industrieverbände die Aussteller auf die Notwendigkeit rationaler Messeplanung hinzuweisen.

Kritisch äußerte sich der FKM-Vorsitzende zu der in Frankreich eingeführten Zwangsprüfung für alle Messen des Landes. Staatlich verordnete Regelungen führten immer auch zu Bestrebungen, solche Regeln zu umgehen. Wer dagegen freiwillig Prüfungen akzeptiere, mache dies mit einer gewissen Überzeugung, und die sei nach seiner Auffassung wichtiger als eine Zwangsprüfung. Von Zitzewitz empfahl, auf diese freiwillige Mitgliedschaft in der Öffentlichkeit stärker als bisher hinzuweisen. Es sollte allen Ausstellern und anderen Beteiligten immer klar sein, wessen Zahlen nach festgelegten Standards geprüft werden und wer eigene Regeln anwende.

### **Internationale Messetransparenz**

Die FKM hat drei ausländische Gastmitglieder, die Messe Verona, die MVK-Messegesellschaft aus Moskau und das Hong Kong Trade Development Council, sie lassen insgesamt 33 Messen prüfen. Darüber hinaus hat die FKM enge Beziehungen zu anderen europäischen Prüforganisationen für Messezahlen. Zusammen mit 12 Partnern gibt sie jährlich die so genannte Euro Fair Statistics heraus. Sie umfasst die Zahlen von fast 1.500 geprüften Messen aus 20 Ländern. Diese Veranstaltungen repräsentieren ein Volumen von 525.000 Ausstellern und 51 Mio. Besuchern. Erstmals ist Russland mit 47 geprüften Messen vertreten. Schon jetzt ist absehbar, dass diese Zahl in Zukunft noch deutlich steigen wird.

Schon seit einigen Jahren arbeite die FKM, so von Zitzewitz, bei der weltweiten Standardisierung von Messebegriffen mit, z. B. in einer internationalen ISO-Arbeitsgruppe, aber auch innerhalb der UFI, des Weltverbandes der Messewirtschaft. Vor zwei Jahren habe das Normungsinstitut von Singapur beim ISO-Sekretariat ein Verfahren zur Standardisierung von Messeterminologie in Gang gesetzt.

Inzwischen hätten drei Verhandlungen stattgefunden mit einem vorläufigen Ergebnis. Die FKM werde sehr gründlich prüfen, ob ihre Standards hinreichend berücksichtigt worden sind. Denn sie wolle hohe Mindeststandards sichern und so verhindern, dass sich andere Länder unter dem Deckmantel eines ISO-Standards Vorteile verschafften.

Pressekontakt: Harald Kötter, Telefon: 030/24000140  
Telefax: 030/24000340, E-Mail: [info@fkm.de](mailto:info@fkm.de)