



# GMM Frequenzmessung

## Besucheraufkommen als absoluter Erfolgsmaßstab

- Wichtige Kontrollgröße und Basis für die Berechnung von Kennziffern
- Identifizierung von Besucherströmen und Frequenzspitzen für Ihre Personaleinsatzplanung
- Analyse der Eintrittsbereiche gibt Hinweise für die Planung Ihrer Standgestaltung



## GMM Frequenzmessung

### Aufgabenstellung

Die Frequenzmessung bietet einen wichtigen Maßstab für die Effektivität Ihrer Messebeteiligung in quantitativer Hinsicht. Denn: So gut ein Messauftritt auch ankommen mag, bei zu geringem Besucheraufkommen kann er nicht als erfolgreich bewertet werden.

Aber nicht nur Daten zum absoluten Besucheraufkommen am Stand insgesamt sind relevant: Um zu planen und zu gestalten, benötigen Sie differenzierte Zahlen (nach Messtagen und Tageszeiten sowie nach Eintrittszonen).

### Vorgehensweise

Wir empfehlen in der Regel die Durchführung als Teilzählung mit anschließender Hochrechnung. Eine Vollzählung ist unseres Erachtens nur selten erforderlich, um verlässliche Ergebnisse in einem ausgewogenen Kosten-Nutzen-Verhältnis zu erzielen.

Der Stand wird für die Teilzählung in überschaubare Eingangsabschnitte aufgeteilt, die in rotierender Reihenfolge besetzt werden (so kann ein Zähler z.B. im Zehn-Minuten-Takt jeweils zwischen drei Abschnitten wechseln).

Gezählt wird jede Person, die den Messestand betritt. Von der Zählung ausgenommen sind Personen, die deutlich als Standpersonal zu identifizieren sind, sowie Personen, die erkennbar nach einem Besuch den Stand ein weiteres Mal betreten.

Die Zählung erfolgt mittels eines Zählgerätes per Knopfdruck und findet idealerweise an allen Tagen über die gesamte Öffnungszeit der Messe statt.

Die Tages-Ergebnisse erhalten Sie nach Absprache in der Regel noch am Abend des Messtages.

### Ergebnisse

- Die Gesamtbesucherzahlen oder Teilgruppenumfänge sind wertvolle Basis für die Berechnung von Kennziffern (z.B. Kosten je Kontakt).
- Bei Hinzuziehen der Gesamtbesucherzahlen der Messe lassen sich Rückschlüsse auf die Reichweite Ihres Standes und (bei wiederholten Erhebungen) deren Änderung im Zeitablauf ziehen.
- Sie verfügen über objektive Belege gegenüber der Messegesellschaft, z.B. bei Diskussionen hinsichtlich der Hallen-/Standplatzierung.
- Eine differenzierte Betrachtung der Standseiten/ Eintrittsbereiche gibt Anhaltspunkte für die Verbesserung der Standplatzierung in der Halle oder auch die optimale Anordnung bestimmter Standelemente bei künftigen Messen.
- In Verbindung mit einer Standbesucherbefragung können Sie die durchschnittliche Auslastung pro Zeiteinheit auf Ihrem Stand ermitteln, um Über- oder Unterkapazitäten zu erkennen.
- In Verbindung mit einer Strukturanalyse wird die absolute Zahl an "irrelevanten" Besuchern (z.B. Mitarbeiter und Wettbewerber) und der für Sie tatsächlich relevanten ("externen") Besuchern identifizierbar.

### Beispiel: Reichweitenmessung im Zeitablauf

