



GMM Messe-Bus



Individuelle Informationen über die Gesamtheit
der Veranstaltungsbesucher gewinnen

- Über die eigenen Standgrenzen hinaus
- Neutral
- Kostengünstig



GMM Messe-Bus

Aufgabenstellung

Befragungen von Ausstellern auf Messen müssen sich nicht ausschließlich auf die eigenen Standbesucher beschränken. Gelegentlich treten Fragestellungen auf, für deren Analyse Aussagen der eigenen Besucherklientel nicht aussagekräftig genug sind. Oder der Informationsbedarf bezieht sich nur auf wenige Fragen, für die sich eine eigene Standbefragung nicht lohnen würde.

In solchen Fällen bieten Ihnen einige Veranstalter in Zusammenarbeit mit GMM die Möglichkeit, sich an der repräsentativen Gesamtbefragung der Messebesucher zu beteiligen (in Anlehnung an die Marktforschungsmethode der Mehrthemen-Befragung bzw. "Omnibus-Befragung" von GMM "Messe-Bus" genannt).

Vorgehensweise

Individuelle Fragen von Ausstellern werden in den Besucherfragebogen der jeweiligen Messe integriert. Die Stichprobe ist repräsentativ (Zufallsauswahl) bezogen auf die jeweilige Veranstaltung. Der Stichprobenumfang ist abhängig von der für die jeweilige Veranstaltung zu erzielenden Fallzahl.

GMM führt diese Projekte als Terminalbefragung mit dem Computer interview System CIS durch. Die Befragung erfolgt nicht auf Ihrem Stand, sondern auf 'neutralem Boden' - verteilt über das Messegelände.

Beteiligen sich mehrere Aussteller, sorgt eine computerinterne Steuerung dafür, dass der einzelne Befragte neben den Fragen des Veranstalters jeweils nur Fragen eines Teils der Aussteller vorgelegt bekommt. Hiermit wird eine zu starke Belastung der Befragten vermieden.

Zum Leistungsumfang gehören die Abstimmung und das Erstellen des Fragebogens, die Datenerhebung und die Lieferung Ihrer individuellen Ergebnisse zusammen mit den FKM-Strukturfragen aus der Befragung des Veranstalters als tabellarische Auswertung (differenziert nach Zielgruppen Ihrer Wahl).

Ergebnisse

Besonders geeignet ist diese Art der Datenerhebung für Analysen zu Themen wie...

- **Benchmarking:** Wie schneidet Ihr Stand im Wettbewerbsumfeld ab?
- **Awareness:** Wie bekannt ist die Beteiligung? Welche Reichweite haben Ihre Marketing-Aktionen?
- **Informationsverhalten:** Welche Informationen benötigen die Besucher und wie bzw. wann bereiten sie sich auf den Besuch vor?
- **Anforderungsprofil:** Was erwarten die Messebesucher konkret von einem Aussteller?
- **Branchenanalyse:** Welche Themen, Trends und Einflüsse bewegen die Branche?

Zusätzlich lieferbar:

- Auswertung nach individuellen Zielgruppen
- Fremdsprachige Fragen
- Zwischenauswertungen
- Kommentierender Bericht bzw. grafische Darstellung der Ergebnisse