

# Research & Results 2012

DIE MARKTFORSCHUNGSMESSE

Fachmesse für Marktforschung

24. - 25.  
Oktober



**M,O,C,**  
Veranstaltungscener  
München



**Ausstellerinformationen**



[www.research-results.de](http://www.research-results.de)



# Research & Results 2012

## DIE MARKTFORSCHUNGSMESSE

# Zeigen Sie Flagge!

Die Marktforschungsmesse Research & Results ist laut einer Statistik des US Branchendienstes „Inside Research“ zur weltweit größten Marktforschungsveranstaltung herangewachsen und hat sich endgültig als Pflichttermin der nationalen und internationalen Marktforschungsbranche bestätigt.

An diesen großen Erfolg der letzten Jahre wird auch die Research & Results 2012 anknüpfen, die am 24. und 25. Oktober 2012 bereits zum siebten Mal stattfindet.

Es gibt viele gute Gründe, (auch) in diesem Jahr als Aussteller dabei zu sein.

Der Kern der Veranstaltung ist – wie in jedem Jahr – **die Ausstellung**. Mit einem Messestand in angemessener Größe können Sie Ihr Unternehmen vor Ort repräsentieren. Er ist Anlaufstelle für Ihre Kunden und Interessenten, ein Ort der Information und Präsentation. Und – wenn Sie es wollen – auch ein Ort der Gastfreundschaft und des Wohlbefindens. Nutzen Sie diese Möglichkeit, Ihren Geschäftspartnern einen unvergesslichen Eindruck von Ihrem Unternehmen zu vermitteln!

Marktforschung und Präsentation – zwei Begriffe, die unmittelbar zusammengehören! Über den Messestand hinaus bieten Ihnen **Workshops** die Möglichkeit, Ihre zentralen Themen in aller Ausführlichkeit einem interessierten Publikum zu präsentieren. Wir stellen Ihnen dafür einen Konferenzraum mit der dazugehörigen Kommunikationstechnik zur Verfügung.

Falls Sie sich etwas kürzer fassen möchten: Dann buchen Sie einfach eine **Guided Tour**.

Wie Ihr individuelles Engagement auch aussehen mag – in jedem Fall treffen Sie auf ein hoch motiviertes Besucherpublikum, das bereit ist, neue Kontakte zu knüpfen, bestehende Kontakte zu pflegen und sich über neue Themen und Trends zu informieren.

Auch wir als Veranstalter werden wieder unser Bestes geben, um allen Ausstellern und Besuchern ein Maximum an Service bieten zu können.

Wir freuen uns auf Sie!



Hans Reitmeier



Heinrich Fischer



Martin Sippel



## Fakten 2011

### überzeugend!

#### Internationalisierung

Die im letzten Jahr eingeleitete Internationalisierung hat Früchte getragen: Knapp 10 % der Besucher und über 20 % der Aussteller kamen aus dem Ausland.

#### Ausstellerrekord

Mit 147 Ausstellern aus 18 Ländern erzielte die Research & Results 2011 einen absoluten Ausstellerrekord.

#### Besucher mit Entscheidungskompetenz

Die überwiegende Mehrheit der Besucher (81 %) gehört zu den Entscheidern von Marktforschungsleistungen.

#### Zufriedene Besucher

Die Besucher geben Bestnoten: 81 % waren (sehr) zufrieden und 84 % werden die Research & Results 2012 voraussichtlich wieder besuchen.

#### Hohe Teilnehmerzahlen

Der harte Kern von rund 3.000 Marktforschungsprofessionals belegt die anhaltend hohe Attraktivität der Veranstaltung.

# Kosten\* und Leistungen



## Ausstellung

### Anmeldegebühr

Die Anmeldegebühr beträgt EUR 630,- für jeden Hauptaussteller oder EUR 500,- für jeden Mitaussteller und beinhaltet folgende Leistungen:

1.000 individuelle Messeeinladungen, Eintrag im Messekatalog, Eintrag auf der Messe-website mit Kurzprofil und Link, Besucherliste, anteilige Besucherwerbung.

### Ausstellungsfläche

Ausstellungsflächen können ab einer Größe von 6 m<sup>2</sup> zum Preis von EUR 410,- pro m<sup>2</sup> gebucht werden. Für jeden Mitaussteller werden pauschal EUR 1.360,- berechnet.

Die Preise beziehen sich auf die reine Ausstellungsfläche und beinhalten weder Standaufbauten noch Nebenkosten. Für den Standbau ist jeder Aussteller selbst zuständig.

Als minimale Vorschrift gilt das Aufstellen von 2,50 m hohen Rück- und Seitenwänden. Alle Einzelheiten sind den Teilnahmebedingungen sowie dem „Aussteller-Serviceheft 2012“ zu entnehmen. Diese Unterlagen sind Vertragsbestandteil und stehen auf der Website [www.research-results.de](http://www.research-results.de) zum Download bereit oder können auf Anfrage zugesandt werden.

### Einstiegsangebot

Firmen unter EUR 500.000,- Jahresumsatz erhalten 15 % Rabatt auf die Ausstellungsfläche.

### Standbau

Grundsätzlich ist jeder Aussteller in der Wahl der Standbaufirma frei. Auf Wunsch bietet die Firma Meplan GmbH (ein Tochterunternehmen der Messe München) eine Vielzahl preisgünstiger Mietsystemstände an, die unter [www.research-results.de](http://www.research-results.de) (Menüpunkt Messe/Ausstellerinfo) bestellt und konfiguriert werden können. Der Mietpreis versteht sich für zwei Messetage inklusive Montage und Demontage aller gelieferten Teile.

\*Alle genannten Preisangaben zuzüglich 19 % Mehrwertsteuer.

## Ausstellerstimmen 2011





## Workshops

Auf der Messe stehen Seminarräume zur Verfügung, in denen im stündlichen Wechsel Workshops von 45 Minuten Dauer stattfinden. Diese Workshops können durch Aussteller kostenpflichtig gebucht werden. Für die inhaltliche Gestaltung ist jeder Aussteller selbst verantwortlich.

Grundgedanke ist die sachorientierte Präsentation eines Forschungsthemas und entsprechender Angebote des präsentierenden Unternehmens.

### Themenvorschläge müssen bis 4. Juni 2012 beim Veranstalter eingereicht werden.

Bei identischen oder ähnlichen Themenvorschlägen entscheidet der Zeitpunkt der Einreichung. Der Veranstalter behält sich eine Ablehnung ungeeigneter Themen vor.

Pro Aussteller können bis zu 3 Workshops\*\* gebucht werden.

**Anmeldeschluss ist der 31. Mai 2012.** Die Anzahl der Workshops ist begrenzt.

### Kosten

Für Aussteller: EUR 1.550,- | Für Nicht-Aussteller: EUR 4.650,-

### Leistungen

- Seminarraum mit parlamentarischer Bestuhlung für mindestens 50 Personen
- Präsentationsdauer: 45 Minuten
- Komplette Präsentationstechnik inklusive technische Betreuung
- Beschilderung am Eingang
- Beschreibung des Workshops auf den Wandtafeln im Messe-Foyer, im Messekatalog, in den Messeprospekten (Besucherwerbung) sowie auf der Messe-Website
- Ankündigung über Lautsprecher auf der Messe
- Empfang und elektronische Registrierung der Teilnehmer durch eine Messehostess
- Teilnehmerliste per E-Mail spätestens 3 Wochen nach Ende der Messe



## Guided Tours

In der Ausstellungshalle finden themenspezifische Guided Tours für Gruppen von maximal 30 Besuchern statt, die etwa 3 bis 5 Stände besuchen.

Die Teilnahme eines Standes als Tour-Station kann von den Ausstellern kostenpflichtig gebucht werden. Jedes buchende Unternehmen entscheidet sich bei der Buchung für ein bestimmtes Tour-Thema und verpflichtet sich, dieses Thema bei der Präsentation am Stand schwerpunktmäßig zu behandeln.

Die Themenkreise werden vom Veranstalter vorgegeben. Sofern die Anzahl der Buchungen für einen Themenkreis die mögliche Zahl an Tour-Stationen übersteigt, entscheidet die Reihenfolge des Buchungseinganges. In Abhängigkeit von der Nachfrage behält sich der Veranstalter auch nach der Buchung eine sachgerechte Zusammenfassung von Themenkreisen zu einer Tour vor.

### Kosten

Pro Stand/pro Tour: EUR 370,-

### Leistungen

- Bereitstellung der Mikrofon-/Kopfhörertechnik
- Empfang der Teilnehmer am Treffpunkt
- Organisation und Durchführung der Tour gemäß Tour-Plan
- Führung durch Tour-Führer mit Marktforschungsexpertise
- Präsentationsdauer: 8 Minuten + 2 Minuten Puffer oder Fragen
- Ankündigung der Guided Tours im Messeprogramm (Besucherwerbung)
- Detaillierte Ankündigung mit Nennung der beteiligten Aussteller auf der Messewebsite, im Messekatalog sowie auf der Messe auf Tafeln
- Ankündigung der Tour über Lautsprecher auf der Messe

Die „**Research & Results 2012**“ ist eine zweitägige Fachmesse mit einem umfangreichen Leistungsangebot, das aus einer Ausstellung, Workshops und Guided Tours besteht. Fachbesucher haben bei vorheriger Online-Registrierung kostenfreien Eintritt.

## Das Messekonzept



### Termin

24. und 25. Oktober 2012

### Ort

M,O,C, Veranstaltungszentrum München: eine etablierte und attraktive Messelocation, die für Besucher und Aussteller ideal mit Auto, Bahn und Flugzeug zu erreichen ist.

### Veranstaltung

Die Ausstellung findet in den Hallen 1 und 2 mit einer Gesamthallenfläche von ca. 4.500 m<sup>2</sup> statt. Erwartet werden etwa 140 Messestände zwischen 6 und 50 m<sup>2</sup>, die zusammen eine Standfläche von etwa 1.800 m<sup>2</sup> bilden. Die durchschnittliche Standgröße liegt bei etwa 13 m<sup>2</sup>.

Parallel zur Ausstellung finden in abgeschlossenen Konferenzräumen stündlich wechselnde Workshops statt. Die Workshops können von Ausstellern gebucht werden, die den Messebesuchern ihre Forschungsthemen und Angebote detailliert präsentieren möchten.

In der Ausstellungshalle finden themenspezifische Guided Tours statt. Die Teilnahme eines Standes als Tour-Station mit einer achtminütigen Präsentation vor der Gruppe kann von Ausstellern gebucht werden.

### Geplante Teilnehmerzahl

Über 3.000 Teilnehmer

### Aussteller-Zielgruppe

Anbieter von marktforschungsrelevanten Dienstleistungen und Produkten, wie

- Markt- und Meinungsforschungsinstitute (Full-Service)
- Feldorganisationen
- Teststudios
- Softwareanbieter
- Hardwareanbieter
- Datenerfassungs- und Auswertungsservices
- Marktforschungsberater
- Trendforschungsinstitute
- Online-Panel-Provider
- Social Media
- Verbände / Organisationen
- Verlage / Medien

### Besucher-Zielgruppe

Aktuelle und potenzielle Auftraggeber von Projekten, Dienstleistungen und Produkten, wie

- Marktforschungsleiter und Marktforschungsreferenten
- Marketingleiter und Marketingspezialisten
- Geschäftsführer
- Produktmanager
- Institutsmarktforscher

### Vermarktung

**4 bis 8 Wochen vor Messebeginn setzt eine umfangreiche Besucherkampagne ein:**

**Veröffentlichung des Messeprogramms** in führenden Fachzeitschriften für Marktforschung, Marketing und Werbung, wie Research & Results, absatzwirtschaft, werben & verkaufen, Horizont, Lebensmittelzeitung, acquisa, Media Spectrum u. ä. in einer geplanten Auflage von etwa 200.000 Exemplaren.

**Einladungen durch die Aussteller:** Jeder Aussteller erhält auf Wunsch 1.000 – 3.000 individuell gedruckte Einladungskarten, mit denen er seine Geschäftspartner auf die Messe einladen kann. Dadurch wird eine hohe Marktdurchdringung erreicht. Geplante Auflage: 100.000 Exemplare. Zusätzlich erhält jeder Aussteller diese Einladungskarte auch in digitaler Form.

**E-Mail- und Social-Media-Marketing:** Messeprogramm, aktuelle Messethemen und Messe-Einladungen werden über Messe-Newsletter und Social Media an die Kernzielgruppe und die Messebesucher der vergangenen Jahre kommuniziert.

**Direct-Mailing:** Das Messeprogramm wird als persönliche Einladung per Post an die Messebesucher der vergangenen Jahre sowie an einen erweiterten Interessentenkreis versandt. Geplante Auflage ca. 15.000 Exemplare.

**Gezielte Pressearbeit** setzt bereits Anfang des Jahres ein, mit dem Ziel, die Messe über die relevanten Fachmedien bekannt zu machen. Eine ausführliche Vorberichterstattung findet begleitend im Fachmagazin Research & Results statt.

**Messewebsite:** Unter [www.research-results.de](http://www.research-results.de) stehen alle relevanten Informationen für Aussteller, Besucher und Pressevertreter wie Ausstellerkatalog mit Kurzprofil und Verlinkung, Workshopprogramm, Registrierungsmöglichkeit, Downloads der Ausstellerunterlagen und Standkonfigurator zur Verfügung.



## Allgemeine Informationen

### Veranstungsort

Messe München GmbH  
M,O,C, Veranstaltungszentrum  
Lilienthalallee 40  
80939 München  
Deutschland  
www.moc-muenchen.de

### Allgemeine Informationen über das M,O,C,

Das M,O,C, Veranstaltungszentrum ist ein Geschäftsbereich der Messe München International. Unter einem Dach befinden sich attraktive Messeflächen, Konferenz- und Veranstaltungsräume.

Höchste Flexibilität und Funktionalität, das einmalige Ambiente, der zentrale Standort, die beispielhafte Infrastruktur, Service und professionelle Teams zeichnen das M,O,C, aus.

Optimal zu erreichen: direkter Autobahnanschluss an die A9, 20 Autominuten vom Flughafen München, 12 U-Bahn-Minuten von der Stadtmitte. 1.500 Tiefgaragen-Parkplätze befinden sich im Haus.

### Veranstungstermin

24. und 25. Oktober 2012

### Öffnungszeiten für den Besucher

Mittwoch, 24. Oktober 2012,  
9.00 bis 18.30 Uhr  
Donnerstag, 25. Oktober 2012,  
9.00 bis 18.00 Uhr

### Eintrittspreise

Fachbesucher haben nach vorheriger Online-Registrierung auf der Website [www.research-results.de](http://www.research-results.de) kostenfreien Eintritt für beide Messetage.



### Standbuchung:

**Heinrich Fischer**  
**Lange Straße 64**  
**71332 Waiblingen**  
**Deutschland**  
**Telefon +49 (0)7151 / 27 08 89**  
**Telefax +49 (0)7151 / 27 08 90**  
**fischer@research-results.de**



### Aufbauzeiten

Dienstag, 23. Oktober 2012, 8.00 bis 24.00 Uhr

### Abbauzeiten

Donnerstag, 25. Oktober 2012, 18.00 bis 24.00 Uhr

### Hallen / Konferenzräume

Ausstellung: Hallen 1 und 2  
Workshopräume: Die Workshopräume befinden sich im Foyer und in den Hallen.

### Veranstalter

Die Fachmesse „Research & Results 2012“ wird von der Reitmeier Input Management Services GmbH veranstaltet, die auch Research & Results, das Magazin für Media-, Markt- und Werbeforschung herausgibt. Fundierte Branchenkenntnis und sehr gute Kontakte zu Anbietern und Auftragnehmern sind beste Voraussetzungen, eine Fachmesse erfolgreich durchzuführen. Die publizistischen Möglichkeiten des Blattes sind ein effektiver Hebel für die kommunikative Unterstützung der Veranstaltung. Und der hautnahe Kontakt mit den Themen der Branche sichert ein attraktives Rahmenprogramm.

Darüber hinaus kann das Inhaber- und Herausgeber-Team von Research & Results auf langjährige Erfahrung in der Forschungs-, Medien- und Marketingbranche verweisen.

Reitmeier Input Management Services GmbH  
Haldenbergerstraße 28  
80997 München · Deutschland  
Telefon +49 (0)89 / 1 49 02 79-0  
Telefax +49 (0)89 / 1 49 02 79-29  
E-Mail [info@research-results.de](mailto:info@research-results.de)  
[www.research-results.de](http://www.research-results.de)

Geschäftsführer: Heinrich Fischer, Hans Reitmeier, Martin Sippel