



CHECKLISTE FÜR IHRE MESSEBETEILIGUNG

40 Bausteine für Ihren Messeerfolg

IM VORFELD DER MESSE

| | WER ? | BIS WANN ? | ERLEDIGT |
|--|-------|------------|--------------------------|
| 1. Entscheidung zur Messebeteiligung | | | <input type="checkbox"/> |
| 2. Grobe Zielsetzung (► Anhang 1) | | | <input type="checkbox"/> |
| 3. Messebudget festlegen | | | <input type="checkbox"/> |
| 4. Personaleinsatz planen | | | <input type="checkbox"/> |
| 5. Präsentationsschwerpunkte festlegen | | | <input type="checkbox"/> |
| 6. Werbemittel zusammenstellen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Vorhandene Werbemittel | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Neue Werbemittel | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Werbegeschenke | | | <input type="checkbox"/> |
| 7. Kalkulation | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Vorbereitende Werbung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Messebeteiligung, Standkosten | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Personalkosten | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Verkaufsförderung am Stand | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Werbung im Nachfeld | | | <input type="checkbox"/> |
| 8. Kostenplan (► Anhang 2) | | | <input type="checkbox"/> |
| 9. Feinzielsetzung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Ausformulierung quantifizierbarer Ziele | | | <input type="checkbox"/> |
| 10. Zentrale Präsentationsidee | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Briefing | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Werbemaßnahmen (► Anhang 3) | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Verantwortlichkeiten | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Terminplanung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Information an Beteiligte | | | <input type="checkbox"/> |
| 11. Abschluss mit dem Veranstalter | | | <input type="checkbox"/> |
| 12. Festlegung der Präsentation | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Information an die Mitarbeiter | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Information an die Kunden | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Information an die Medien | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Festlegen der Messedramaturgie | | | <input type="checkbox"/> |
| 13. Prüfung der Gegebenheiten am Messeplatz (I) | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Wer steht neben mir? | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Vorschläge zur Standplanung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Beschriftung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Licht | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Leerflächen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Präsentationsflächen | | | <input type="checkbox"/> |



CHECKLISTE FÜR IHRE MESSEBETEILIGUNG

40 Bausteine für Ihren Messeerfolg

IM VORFELD DER MESSE

| | WER ? | BIS WANN ? | ERLEDIGT |
|---|-------|------------|--------------------------|
| 13. Prüfung der Gegebenheiten am Messeplatz (II) | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Lager | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Gesprächsplätze | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Service-Stellen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Ruhezonen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Werbeständer | | | <input type="checkbox"/> |
| 14. Endgültige Standplanung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Entscheidung System- oder Individualstandbau | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Auftragsvergabe | | | <input type="checkbox"/> |
| 15. Erste Personalschulung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Arbeitsunterlagen erstellen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Ziele vermitteln | | | <input type="checkbox"/> |
| 16. Kundeninformation | | | <input type="checkbox"/> |
| 17. Medieninformation (► Anhang 4) | | | <input type="checkbox"/> |
| 18. Fertigstellung der Werbemittel | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Werbemittel am Stand | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Entwurf von Antwortschreiben für die rasche Kontaktbearbeitung | | | <input type="checkbox"/> |
| 19. Organisation | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Unterkunft | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Warenanlieferung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Standausstattung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Transport | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Versicherungen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Werbegeschenke | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Catering | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Personalplanung | | | <input type="checkbox"/> |
| 20. Kundeninformation | | | <input type="checkbox"/> |
| 21. Medieninformation (► Anhang 4) | | | <input type="checkbox"/> |
| 22. Standbau | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Übernahme | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Kontrolle, Ergänzungen | | | <input type="checkbox"/> |
| 23. Personalschulung (► Anhang 5) | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Kick-off Meeting mit allen Mitarbeitern | | | <input type="checkbox"/> |
| 24. Endgültige Standübernahme | | | <input type="checkbox"/> |



CHECKLISTE FÜR IHRE MESSEBETEILIGUNG

40 Bausteine für Ihren Messeerfolg

WÄHREND DER MESSE

| | WER ? | BIS WANN ? | ERLEDIGT |
|---|-------|------------|--------------------------|
| 25. Präsentationen | | | <input type="checkbox"/> |
| 26. Kontaktgespräche | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> laufende Aufarbeitung von Kundenwünschen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Versenden vorbereiteter Antwortschreiben | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Terminvereinbarungen | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Information an den Außendienst | | | <input type="checkbox"/> |
| 27. Konkurrenzbeobachtung | | | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Information an Verkauf und Marketing | | | <input type="checkbox"/> |
| 28. Zwischeninformation an die Medien, eventuell Pressegespräche | | | <input type="checkbox"/> |
| 29. Tägliche Aufarbeitung und Besprechung der Erfahrungen | | | <input type="checkbox"/> |
| 30. Endbesprechung | | | <input type="checkbox"/> |

NACH DER MESSE

| | WER ? | BIS WANN ? | ERLEDIGT |
|--|-------|------------|--------------------------|
| 31. Warenrücklaufkontrolle | | | <input type="checkbox"/> |
| 32. Standabbau | | | <input type="checkbox"/> |
| 33. Rücklauf Arbeitsmaterial, Werbemittel | | | <input type="checkbox"/> |
| 34. Aufarbeitung offener Bestellungen, Rechnungen und Aufträge | | | <input type="checkbox"/> |
| 35. Protokollerstellung | | | <input type="checkbox"/> |
| 36. Reklamationen | | | <input type="checkbox"/> |
| 37. Bericht an Verkauf/Marketing und Geschäftsführung | | | <input type="checkbox"/> |
| 38. Nachbesprechung | | | <input type="checkbox"/> |
| 39. Datenübergabe an Verkauf und Außendienst, Messenachbearbeitung | | | <input type="checkbox"/> |
| 40. Kostenabrechnung und Erfolgskontrolle (► Anhang 6) | | | <input type="checkbox"/> |



CHECKLISTE FÜR IHRE MESSEBETEILIGUNG

40 Bausteine für Ihren Messeerfolg

Messeziele (Anhang 1)

- Marktanteilgewinn mit neuen Produkten – wesentliche Nutzen herausstellen - produktorientierte Präsentation
- Marktanteilgewinn mit alten Produkten – neue Nutzen herausstellen - lösungsorientierte Präsentation
- Marktgenerierung mit neuen Problemlösungen – Problembewusstsein schaffen - beratungsorientierte Präsentation
- Marktpflege – Sicherheit und Kontaktqualität betonen – kontaktorientierte Präsentation

Quelle: Prof. Dr. Reginal Földy
„Die Messe als Markt - Beteiligungsstrategien für Aussteller“

Kostenplanung (Anhang 2)

- Standmiete: 15-20% der Gesamtkosten
- Standgestaltung: 40-50% der Gesamtkosten
- Standabbau: 5-10% der Gesamtkosten
- Vertrieb und Werbung: 5-10% der Gesamtkosten
- Beschickungskosten: 15-20% der Gesamtkosten

Werbemaßnahmen (Anhang 3)

- Werbemittelangebot des Veranstalters verwenden
- Direktwerbung, persönlich gehaltene Einladungen versenden
- Hinweis auf die Messe auf der Unternehmens-Homepage
- Anzeigen in Tages- und Fachpresse, die auf Messebesuch hinweisen
- Anzeigen in Medien des Veranstalters, z.B. im Katalog, Internetkatalog
- Bannerschaltungen z. B. auf der Homepage des Veranstalters
- Während der Messe: Großfotos, Dias, Schautafeln, Kataloge, Prospekte, Werbegeschenke
- Werbung am Messegelände: Prospektverteilung, etc.

Pressearbeit (Anhang 4)

- Presse vor, während und nach der Veranstaltung über Neuheiten informieren
- Informieren Sie auch die Pressestelle des Veranstalters über besonders interessante Neuheiten und Aktivitäten
- Gut beschriftete Pressefotos bereithalten, ebenso Fotos in elektronischer Form
- Presstexte ins Internet stellen, eventuell auch auf der Website des Veranstalters
- Pressezentrum des Veranstalters mit Unterlagen (Auflageempfehlung: ca. 50 Stück) versorgen
- Eventuell Pressekonferenz am Stand während der Messe abhalten
- den Messeveranstalter über Pressetermine am Stand informieren - Einladungen im Pressezentrum auflegen

Personalschulung (Anhang 5)

- Orientierung über Schwerpunktaktivitäten
- Orientierung über vorgesehene Konkurrenzbeobachtung
- Schulung über alle wichtigen Produkte
- Klarstellung der Aufgaben und Ziele jedes Einzelnen
- Vermitteln des „Touch and go“-Konzeptes (nicht zu lange bei einem Kunden aufhalten)

Erfolgskontrolle (Anhang 6)

- Zahl der inländischen Kontakte
- Zahl der ausländischen Kontakte
- Altkundengespräche
- Neue Interessenten
- Auftragseingänge
- Besucherstruktur
- Hauptinteresse der Besucher
- Meinungen der Besucher zum Stand
- Anregungen von Besuchern
- Auswertung Presseberichterstattung
- Auswertung Wettbewerbsbeobachtung
- Auswertung Gesprächsnotizen