

1 Zuständigkeitsbereich: Fundiert koordiniert.

Gerade im Messebau ist es unabdingbar, die Kompetenzen klar abzugrenzen. Nur so weiß jeder, was er zu tun hat, wofür er die Verantwortung trägt und wofür ein anderer zuständig ist. Der Koordinator zeichnet im großen Rahmen verantwortlich, andere erledigen Teilbereiche. All diese Mitarbeiter gilt es zu bestimmen.

Wer betreut Einkauf/Durchführung von:

- Anmeldung _____
- Standchef/Koordination _____
- Kontaktaufnahme mit Projektleiter von messerli _____
- Technik _____
- Standgestaltung/Durchführung _____
- Einrichtung/Diverses _____
- Messtransport/Zollunterlagen _____
- Messewerbung/Pressearbeit _____
- Reisetickets _____
- Auswahl/Schulung der Mitarbeiter vor der Messe _____
- Besprechung mit den Mitarbeitern während der Messe _____
- Abschlussbesprechung nach der Messe _____
- Schlussbericht über die Messe _____
- Koordination der Messenacharbeit _____
- Nachkalkulation _____

Wer reserviert folgende Personen und Räumlichkeiten für Veranstaltungen wie Pressekonferenz, Seminar usw.:

- Hotelreservation _____
- Restaurant-Reservation (Abendveranstaltungen) _____
- Temporär-Personal bestellen _____
- Ausstellerausweise bestellen _____
- Presseunterlagen bestellen _____

2 Kostenplanung: Versiert budgetiert.

Fest steht: Bis ein Messestand seine Besucher und damit Ihre potentiellen Kunden beeindruckt, kommt viel zusammen. Dies und das schlägt auf die Kostenseite zu Buche. Wir sind der Überzeugung, daß unliebsame Überraschungen gleich von Anfang an keine Chance haben dürfen. Ein detailliertes Grobbudget in Form einer umfassenden Kostenplanung sorgt dafür, daß Sie die anfallenden Kosten von A bis Z im Griff haben. Achten Sie also auf die Posten:

| | |
|---|-------|
| Standplatzmiete | _____ |
| Miete für zusätzliche Tagungsräume und Werbeflächen | _____ |
| Standkonzeption, Standbau | _____ |
| Standbepflanzung | _____ |
| Anschluß und Betriebskosten für Strom, Wasser, Telefon, Datenleistungen usw. | _____ |
| TV, Video, Projektionen, Multimedia | _____ |
| Messewerbung (Anzeigen/Einladungen) | _____ |
| Pressearbeit vor und nach der Messe | _____ |
| Ausstellungsprogramm (Vorführungen, Shows, Modeschau usw.) | _____ |
| SUISA-Gebühren (für musikalische Darbietungen) | _____ |
| Kosten für Aktionen während der Messe (Seminare, Abendveranstaltungen, Kundeneinladungen u.ä.) | _____ |
| Kosten für Dekorateur, Fotograf, Bewachungspersonal, Standreinigung | _____ |
| Externes Montage- und Standpersonal (Hostessen, Modelle usw.) | _____ |
| Messekleidung/Namensschilder | _____ |
| Reise- und Übernachtungskosten | _____ |
| Taggelder/Spesen/Überstundenzuschläge | _____ |
| Parkgebühren/Trinkgelder | _____ |
| Versicherungen für Ausstellungsgüter | _____ |
| Transporte und allfällige Verzollungen | _____ |

| | |
|---|-------|
| Platzspesen/Spediteur | _____ |
| Werbegeschenke, Streuartikel, Tragtaschen, Plakate, Aufkleber | _____ |
| Prospektmaterial, Verkaufsunterlagen, Preislisten | _____ |
| Eintrittsgutscheine/Einladungen | _____ |
| Bewirtungskosten/Restaurationsbetrieb am Stand | _____ |
| Unvorhergesehenes/Reserven | _____ |
| Total | _____ |

3 Vorschriften: Erlaubt – verboten.

Nicht immer ist erlaubt, was gefällt. Häufig machen Veranstalter oder Behörden bestimmte Auflagen betr. Bauhöhe, Bauweise, Materialien oder Farbgebung. Kontaktieren Sie deshalb mit Vorteil den zuständigen Projektleiter von messerli. Er stellt die richtigen Fragen an den richtigen Stellen.

Max. Bauhöhe _____cm

Doppelstöckige Bauweise erlaubt nicht erlaubt

Standdecke erlaubt nicht erlaubt

Bewegliche Aufbauten erlaubt nicht erlaubt

Folgende Farbgebung ist erlaubt _____

Einsatz akustischer Werbemittel erlaubt nicht erlaubt

Aktionen am Stand (z.B. Vorführungen) erlaubt nicht erlaubt

Betrieb von Maschinen
(Öfen, Funkgeräte, Schweissgeräte) erlaubt nicht erlaubt

Bemerkungen _____

4 Standkonzept: Garantiert masskonzipiert.

Jeder, der sich an einer Messe beteiligt, verfolgt bestimmte Ziele. Sie reichen von der Präsentation neuer Produkte über die Imagepflege des Unternehmens bis zur Motivierung der eigenen Mitarbeiter. Neue Zielgruppen werden ins Auge gefaßt, alte gepflegt. Der Marktanteil will gehalten oder noch besser – erhöht werden. All diese Ziele müssen bei der Standkonzeption berücksichtigt werden. Denn sie haben entscheidenden Einfluß auf Standtyp, Gestaltung, Standaufteilung und geplante Aktivitäten.

a) Standtyp

- Reihenstand (1 Seite offen)
- Eckstand (2 Seiten offen)
- Kopfstand (3 Seiten offen)
- Inselstand (4 Seiten offen)
- Aussenpavillion

b) Gestaltung

- Eher verkaufsorientiert _____
- Eher imageorientiert _____

c) Standaufteilung

Gesamtfläche _____ m² _____ m breit _____ m tief

Fläche für Produktdemonstration _____ m²

Besprechungsräume _____ m² geschlossen offen

Bar/Bistro _____ m²

Arbeitsräume _____ m²

Küche _____ m²

Lagerräume _____ m²

Audiovisuelle Vorführung _____ m² Video Plasma Beamer

d) Extrawünsche

- Präsentation von Neuheiten _____
- Aktionen _____
- Spezielle Messeangebote _____
- Wettbewerb _____
- Anderes _____

5 Technische Anschlüsse: Ganz zu Ihren Diensten.

Wenn es um den Bereich Energie in Ihrem Messestand geht, sind wir energisch für Sie da. Denn für alle technischen Bestellungen nehmen wir Ihnen Ihr «Büro» ab, beispielsweise sämtliche technischen Anmeldungen. Sie sagen uns, was Sie an Telefonen, Steckdosen, Küchengeräten, Lampen usw. benötigen und wieviel Energie Sie brauchen, alles weitere können Sie ruhig uns überlassen.

- Stromanschlüsse _____
- Wasseranschlüsse _____
- Gasanschlüsse _____
- Vakuumpumpen _____
- Standreinigung _____
- Telefon
- Telefax
- ISDN/ADSL
- Versicherungen _____

(Da das gesamte Standbaumaterial durch uns versichert ist,
müssen Sie nur Ihre Exporte versichern.)

6 Werbung/PR: Auffallen und gefallen.

Charles Wip formulierte einmal mit spitzer Feder: «Werbung gehört zum Produkt wie der elektrische Strom zur Glühbirne.» Dies gilt mit Sicherheit auch für einen erfolgreichen Messe-Auftritt. Und John Wanamaker meinte, dass die Hälfte der Werbeausgaben für die Katz' sei, nur wisse man nicht welche. Damit Ihnen, die folgenden Punkte intensiv mit Ihrer Werbeabteilung/Werbeagentur und PR-Agentur zu besprechen.

a) Werbemöglichkeiten des Veranstalters

- Katalogeintrag
- Inserate im Messekatalog
- Werbeflächen im Messegelände
- Werbeflächen innerhalb der Internetseite des Veranstalters

b) Firmeneigene Werbemittel

- Messesignete für Drucksachen bestellt am: _____
- allgemeine Prospekte
- Plakate
- Kleber
- Werbeflächen innerhalb der eigenen Internetseite

c) Spezielle Aktionen für die Beteiligung

- Zeitungsinserate
- Inserate in Fachzeitschriften
- Werbeflächen auf Taxis
- Aufhänger in Messebussen
- Messepräsente
- Werbegeschenke
- Streuartikel
- Muster

- Tragtaschen
- Einladungsmailing an Kunden, Interessenten, spezielle Zielgruppen usw.
- Eintrittsgutscheine bestellen (Organisator) für Mailing
- Nachfassen des Mailings, inkl. Terminvereinbarung
- Standfotos bestellen (Archiv und PR-Zwecke)
- Fotos von Konkurrenten

d) Pressearbeit

- Auswahl der Medien für Presseinfos
- Vor-Info der Presse
- Pressemappen mit Neuigkeiten, Spezialitäten usw.
- Pressekonferenz
- Schluss-Info mit evtl. Fotos von prominenten Besuchern

7 Zubehör/Details: an Messen nie vergessen.

Wie schon in unserem Vorwort kurz erwähnt, sind es manchmal die Kleinigkeiten, die mit über den Erfolg entscheiden. Zudem steckt der Teufel bekanntlich im Detail. Die nachfolgenden Liste enthält deshalb all die Kleinigkeiten, all die Details, die zwar nicht immer unbedingt nötig sind, jedoch viel zu häufig vergessen werden. Übrigens kann fast alles, was zu einem perfekt funktionierenden Standbetrieb gehört, bei uns gemietet werden.

Standbetrieb

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Aschenbecher | <input type="checkbox"/> Erste-Hilfe-Koffer |
| <input type="checkbox"/> Besen | <input type="checkbox"/> Feuerlöscher |
| <input type="checkbox"/> Blumen/Pflanzen | <input type="checkbox"/> Fahrzeuge/Zündhölzer |
| <input type="checkbox"/> Elektromaterial | <input type="checkbox"/> Handtücher |
| <input type="checkbox"/> Mehrfachstecker | <input type="checkbox"/> Werkzeugkiste |
| <input type="checkbox"/> Isolierband | <input type="checkbox"/> Klebebänder |
| <input type="checkbox"/> Verlängerungskabel | <input type="checkbox"/> Kleiderbügel |
| <input type="checkbox"/> Ersatzbirnen | <input type="checkbox"/> Nähzeug |
| <input type="checkbox"/> Sicherungen | <input type="checkbox"/> Papierkörbe |
| Ersatzteile für | <input type="checkbox"/> Reinigungsmittel |
| <input type="checkbox"/> Exponate | <input type="checkbox"/> Schutzhüllen für Exponate |
| <input type="checkbox"/> Geräte | |
| <input type="checkbox"/> Küchenmaschinen | |

Büro/Organisation

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Anwesenheitsliste | <input type="checkbox"/> Notizblöcke |
| <input type="checkbox"/> Bleistifte | <input type="checkbox"/> Ordner |
| <input type="checkbox"/> Scheren | <input type="checkbox"/> PC und Drucker |
| <input type="checkbox"/> Bostich | <input type="checkbox"/> Disketten und Toner |
| <input type="checkbox"/> Briefpapier | <input type="checkbox"/> Briefmarken |
| <input type="checkbox"/> Büroklammern | <input type="checkbox"/> Radiergummi |
| <input type="checkbox"/> Couverts | <input type="checkbox"/> Rechenmaschine |
| <input type="checkbox"/> Firmenstempel/ Stempelkissen | <input type="checkbox"/> Schnellhefter |
| <input type="checkbox"/> Formulare | <input type="checkbox"/> Schreibmaschine |
| <input type="checkbox"/> Leim/Kleber/Klebstifte/ Klebeband | <input type="checkbox"/> Stadtplan der Messestadt |
| <input type="checkbox"/> Locher | <input type="checkbox"/> Taschenrechner |
| | <input type="checkbox"/> Telefonbuch der Messestadt |

Verkauf

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Preislisten | <input type="checkbox"/> Auftragsblock |
| <input type="checkbox"/> Informationsblätter | <input type="checkbox"/> Kontaktbögen |
| <input type="checkbox"/> Verkaufsunterlagen | <input type="checkbox"/> Diktiergerät |
| <input type="checkbox"/> Spezialdrucksachen | <input type="checkbox"/> Lieferverzeichnis |
| <input type="checkbox"/> Visitenkarten | <input type="checkbox"/> Namensschilder |
| <input type="checkbox"/> Terminkalender | <input type="checkbox"/> Bestellblöcke/ Auftragsbücher |
| <input type="checkbox"/> Kundenverzeichnis | |

Küche/Bar

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Abfallsäcke | <input type="checkbox"/> Kochplatte |
| <input type="checkbox"/> Abwaschmittel | <input type="checkbox"/> Kochtöpfe |
| <input type="checkbox"/> Besteck | <input type="checkbox"/> Kühlschrank |
| <input type="checkbox"/> Büchsenöffner | <input type="checkbox"/> Papierservietten |
| <input type="checkbox"/> Flaschenöffner | <input type="checkbox"/> Seife |
| <input type="checkbox"/> Geschirrtücher | <input type="checkbox"/> Spülbecken |
| <input type="checkbox"/> Gläser | <input type="checkbox"/> Tassen/Teller |
| <input type="checkbox"/> Kaffeemaschinen | |

Bewirtung

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Brötchen | <input type="checkbox"/> Salzgebäck |
| <input type="checkbox"/> Kaffeerahm | <input type="checkbox"/> Spirituosen |
| <input type="checkbox"/> Früchte | <input type="checkbox"/> Suppen |
| <input type="checkbox"/> Getränke | <input type="checkbox"/> Tee |
| <input type="checkbox"/> Kaffee | <input type="checkbox"/> Zucker |

8 Während der Messe: Lohn der perfekten Organisation.

Es ist soweit. Der Messestand steht. In wenigen Tagen strömen die Besucher an die Ausstellung. Jetzt lohnt es sich, nochmals einige wichtige Aspekte Revue passieren zu lassen. Schließlich soll Ihre Show ja halten, was Sie sich und Ihre Besucher davon versprechen.

Koordination auf dem Messestand:

- Vorstellen des Standchefs/der Standleitung
- Bekanntmachung des Personals untereinander oder Information über Standpersonal einer anderen Filiale
- Einteilung des Standdienstes
- Führen von Abwesenheitslisten
- Betreuung der Besucher
- Küchendienst
- Richtlinien Messekleidung
- Richtlinien über das Verhalten am Stand
- Übergabe der Ausstellerkarten/Parkscheine
- Zimmerzuteilung bestätigen
- Zuständigkeit am Stand klar festlegen

Aufgaben des Standchefs/der Standleitung:

- Koordination der Pausen (Personal)
- Materialnachschub wie Prospekte, Büromaterial, Getränke usw.
- Liste der wichtigsten Telefonnummern (Hotel, Hallenchefs usw.)
- Ordnung am Stand
- Information an Geschäftsleitung über Messeverlauf

9 Messe-Nacharbeit: Der ganz starke Schlusspunkt.

Alles hat geklappt, hoffentlich wie am Schnürchen. Alle Beteiligten sind von Streß und Hektik geschafft. Aber noch sollten Sie sich nicht auf den verdienten Lorbeeren ausruhen. Denn Ihr Verkaufserfolg läßt sich durch eine intensive und professionelle Messe-Nacharbeit entscheidend beeinflussen. Zudem liefern Ihnen die Ergebnisse einer systematischen Nacharbeit wertvolle Hinweise für die Vorbereitung der nächsten gleichartigen Messe. Achten Sie also auf:

- Zusendung der versprochenen Unterlagen an die Standbesucher
- Messeanschluss-Telefonate von Spezialisten
- Schriftlich für den Besuch danken
- Verarbeitung der eingehenden Aussendienst-Meldungen
- Übertragung der ausgefüllten Kontaktbögen in die Kontaktbogenauswertung
- Kontrolle der Ergebnisse
- Registrierung der eingehenden Aufträge
- Räumliche Konzeption des Standes sehr gut nicht befriedigend
- Präsentation der Exponate sehr gut nicht befriedigend
- Briefing des Standpersonals sehr gut nicht befriedigend
- Streuung der Einladungsschreiben sehr gut nicht befriedigend

Zielsetzung für die nächste Messe _____

Viel Erfolg wünscht Ihnen



Andreas Messerli