

## Checkliste für Messeauftritte

1. Messeziele
2. Ausstellungsprogramm
3. Terminplanung
4. Vorschriften

5. Messestand
6. Kostenplanung
7. Messewerbung
8. Logistik

9. Veranstaltungsarbeiten
10. Abschlussarbeiten
11. Nacharbeiten
12. Zuständigkeitsplan

### 1. Messeziele

Um das geeignete Konzept zu finden, müssen die Ziele systematisch eruiert und klar definiert werden.

- Präsentation neuer Produkte
- Erhöhung oder Halten des Marktanteils mit alten und/oder neuen Produkten
- Präsentation des Unternehmens (Imagepflege)
- Förderung des Verkaufs vor Ort
- Ausbau bestehender Absatzmärkte
- Erschliessung neuer Zielgruppen
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Beobachtung der Aktivitäten des Wettbewerbes
- Gewinnung von Marktinformationen
- Durchsetzung neuer Markstrategien
- Durchsetzung eines neuen Unternehmensleitbildes/ CI /CD
- Kontaktpflege
- Motivierung der eigenen Mitarbeiter

### 2. Ausstellungsprogramm

Entscheidungen nach der Definition der Messeziele:

- Zuständigkeiten definieren
- Einzelbeteiligung/Gemeinschaftsstand
- Standaufteilung produktorientiert oder Informationsorientiert
- Definition Exponate
- Spezielle Produkt-Demos
- Festlegung der Verkaufsbedingungen während der Messe
- Prinzipielle Anforderungen an den Stand
- Anmietung zusätzlicher Flächen oder Konferenzräume
- Freizeitprogramm für Besucher
- Messeexterne Rahmen- und Sonderveranstaltungen, Seminare, Abendprogramme, Pressekonferenzen

### 3. Terminplanung

Einen verbindlichen Terminplan zu erstellen ist unerlässlich. Vermeiden Sie Stresssituationen, indem Sie Vorbereitungsstermine möglichst früh ansetzen. Folgende Termine sind wichtig:

- Rechtzeitige Anmeldungen Technik
- Zulassungen
- Gestaltung des Standes
- Auftragsvergabe
- Klärung der Finanzierung
- Gestaltungsgenehmigung
- Fertigung der Exponate
- Auswahl des Standpersonals
- Reservation der Hotels/Unterkünfte
- Reservation der Aussteller-Parkplätze und -Ausweise
- Vorbereitung Messewerbung und PR
- Bezahlen der Standmiete
- Abschluss von Versicherungen
- Abnahme der Standbauarbeiten
- Zusätzliche Installationen
- Bereitstellung von Transportraum und Lagermöglichkeiten
- Beginn der Dekoration
- Versand der Exponate
- Abreise des Standpersonals
- Einweisung und Schulung des Standpersonals
- Messeeröffnung
- Begleitende Veranstaltungen
- Messeende
- Ausräumen und Rücktransport
- Standabbau
- Messe-Nacharbeit

### 4. Vorschriften

Meistens werden Messe-Vorschriften von Veranstaltern und Behörden erstellt. Für die Planung, den Auf- und Abbau können folgende Bestimmungen relevant werden:

- Arbeitsrechtliche Bestimmungen
- Feuerpolizeiliche Bestimmungen
- Gewerberechtliche Bestimmungen
- Installationstechnische Bestimmungen
- Standbauvorschriften, Standauf- und Standabbauvorschriften
- Urheberrechtliche Bestimmungen
- Versicherungsrechtliche Bestimmungen
- Wettbewerbs-Vorschriften
- Zollrechtliche Vorschriften

## 5. Messestand

Die Entscheidung für einen Standtyp hängt von den lokalen Vorschriften und den messeinternen örtlichen Gegebenheiten ab. Folgende Typen sind denkbar:

### In Hallen:

- Reihenstand (eine oder zwei gegenüberliegende Seiten offen)
- Eckstand (zwei aneinandergrenzende Seiten offen)
- Kopfstand (drei Seiten offen)
- Block-/Inselstand (rundum zugänglich)

### Im Freien:

- Freiausstellungsflächen
- Ausstellungsbus
- Zelt/Pavillon

### Standgestaltung:

- Anpassen des Messestandes an das Erscheinungsbild Ihres Unternehmens
- Standbeschriftungen/Info-Material mehrsprachig
- Standgestaltung durch Messebaufirma
- Festlegung des Architekturstiles, Farbgebung, Lichtführung
- Kontrolle von Hallenbeleuchtung, Hallenboden, Standhintergrund
- Im Freigelände: Kontrolle der Bodenbeschaffenheit und der infrastrukturellen Lage
- Besprechungskabinen/Vorführräume/Konferenzräume
- Präsentationstechniken: Audio/Video, Multimedia, Internet, Projektionen, Animationen
- Küche, Bewirtungsraum, Lager

### Standaufbau:

- Aufbaubestimmungen der Messe vor Ort beachten
- Dossiers/Aufbaupapiere vorhanden (Einfahrscheine, Versicherungspapiere)

### Standausrüstung:

Erst wenn Ihnen die Pläne, Modelle und Zeichnungen komplett vorliegen, kontrollieren Sie, ob die Hauptversorgungsleitungen (Strom, Wasser, Abwasser, Gas, Öl, Druckluft, Telefon, Datenkabel) ausreichen. Allgemein sollten folgende Punkte berücksichtigt werden:

- Technische Anmeldungen Messe
- Werkzeuge für Notreparaturen, Verlängerungskabel, Verteilerstecker
- Erste-Hilfe-Kasten
- Garderoben
- Nähzeug, Fleckenentferner
- Raucherutensilien
- Kücheneinrichtung
- Büroeinrichtung
- Echte Pflanzen vor Ort organisieren
- Reinigungsmittel und Geräte

### Kücheneinrichtung:

Herdplatte, Mikrowelle, Kühlschrank (24 Std.-Anschluss!), Spülmaschine, Kaffeemaschine (mit Filter, Filterpapier), Spülbecken, Küchenschränke für Geschirr, Korkenzieher, Dosenöffner, Flaschenöffner, Besteck, Gläser, Tablett, Servietten, Getränke, Gebäck, Snacks, Müllbeutel

### Büroeinrichtung:

Bürostühle, Aktenschränke, Computer/Notebook, Internet-Anschluss, Drucker, Schreibmaterial, Taschenrechner, Bestellblöcke, Besuchsrapportblöcke, Adresskarten, Visitenkarten, Geschäftsbedingungen, Prospekte, Verkaufsunterlagen (evtl. mehrsprachig)

## 6. Kostenplanung

- Standplatzmiete
- Werbebeträge
- Miete für zusätzliche Konferenzräume
- Einträge im Messekatalog
- Kosten der technischen Anschlüsse für den Stand
- Handygebühren im Ausland
- Audio- /Video-, Internet-, Multimedia-Präsentationskosten
- Wartungen während der Messe (z.B. Reinigungsdienst)
- Zusätzliches Montagepersonal/Standpersonal
- Reise-/Unterkunftskosten/Parkgebühren
- Tagegelder/Spesen
- Versicherungen (Schaden, Haftpflicht, Unfall)
- Zollgebühren
- Transporte, Einlagerungen, Transport-Hilfsmittel
- Leihmobiliar
- Honorare: Designer, Grafiker, Messebauer, Standfotograf, Dolmetscher, Standbewachung, Reinigung, Schriftenmaler, Grünpflanzen, handwerkliche Zulieferanten etc.
- Werbegeschenke, Giveaways
- Einladungen, Freibillette
- Plakate, Aufkleber, spezielle Prospekte
- Inserate
- Messe-Bekleidung
- Bewirtungskosten

## 7. Messewerbung

Folgende flankierenden Werbemaßnahmen können u.a. helfen, den Messeauftritt Ihrer Firma erfolgreich zu gestalten:

### Werbemöglichkeiten beim Messeveranstalter:

- Katalogeintrag
- Werbeflächen im Messegelände
- Sponsoring der Messe

### Firmeneigene Werbemittel:

- Messesignete für Drucksachen
- Prospekte/Verkaufsunterlagen
- Öffentliche Plakate
- Kleber, Giveaways, Tragtaschen etc.

### Pressearbeit:

- Medien für Presseinformationen
- Pressemappen mit News, Spezialitäten etc.
- Pressekonferenz
- Medieninformationen mit Werbeträgern wie VIP's

### Spezielle Möglichkeiten für Messewerbung:

- Werbeflächen auf Taxis
- Messegeschenke
- Muster
- Standfotos vom Profifotografen

### Online Werbemöglichkeiten:

- Online Banner-Werbung
- XING-Gruppen und Werbung
- Twitter
- Facebook
- Weitere online und Social Media Plattformen

## 8. Logistik

Transport, Verpackung und Lagerung der Exponate und der Ausrüstung gehören in diesen Bereich. Wenn Sie hier für einen reibungslosen Ablauf sorgen, sparen Sie Zeit, Geld und Mühe.

Folgende Punkte werden dabei tangiert:

- Versandbestimmungen
- Versandtermine
- Lieferscheine
- Frachtbriefe
- Spedition
- Transportwesen (Schiene, Strasse, Luft, Wasser)
- Gebührenvergleich
- Verpackung
- Leergutlagerung während der Messe
- Zollbestimmungen
- Versicherungen
- Sicherheitsvorschriften
- Transportmittel an der Messe

## 9. Veranstaltungsablauf

Regelmässige Lagebesprechungen sind unerlässlich, um einen geregelten Ablauf zu garantieren.

### Die wichtige, letzte Besprechung:

- Einteilung Standdienst
- Führen der Abwesenheitsliste
- Betreuung der Besucher/VIP's
- Küchendienst
- Messekleidung
- Richtlinien über das Verhalten am Stand
- Pausen-Koordination
- Vorstellen des Standchefs

### Aufgaben der Standleitung:

- Materialnachschub regeln
- Liste der wichtigsten Telefonnummern (Messe, Feuerwehr, Notarzt, Polizei, Versicherung, ...)
- Ordnung am Stand
- Infos an die Geschäftsleitung über den Verlauf der Messe

### Lagebesprechungen:

- Was ist zu verbessern?
- Ist der Stand noch in Ordnung?  
(Exponate defekt, Flecken am Boden etc.)
- Stimmt der Nachschub? (Prospekte, Getränke etc.)
- Wie ist die Resonanz der Besucher?
- Wie sehen die Stände der Mitbewerber aus?

## 10. Abschlussarbeiten

Auch die Abschlussarbeiten müssen lange vorher geplant werden. Gerade jetzt gibt es noch unheimlich viel zu tun. Der Stand muss abgebaut werden, der Abtransport organisiert, das Mietmaterial wieder in gutem Zustand zurückgebracht wird.

Auch Ihr Verkaufserfolg lässt sich durch eine professionelle Messe-Nacharbeit entscheidend beeinflussen.

Achten Sie also auf folgende Punkte:

### Standabbau:

- Abbaupapiere vorhanden?
- Wer baut ab? Verantwortung?
- Abbau der Versorgungsleitungen?
- Sind alle gemieteten oder geliehenen Gegenstände zurückgegeben oder abgerechnet worden?
- Transportmittel und Fahrzeuge?
- Wie kommt das Verpackungsmaterial und Leergut zum Stand?
- Wer bringt die Standfläche in Ordnung?
- Wer übergibt die Standfläche an die Messegesellschaft?

### Auswertung:

- Geordnete Messeartikel richtig ausgeliefert?
- Konnten die richtigen und wichtigen neuen Zielgruppen erreicht werden?
- Sind noch Reklamationen zu erwarten?
- Welche Rechnungen sind noch offen?
- Wer ist für die Bewertung des Messeerfolges zuständig?
- Wie war das Presseecho?
- Wer fertigt den Abschlussbericht an?

## 11. Nacharbeiten

Die systematische Erfassung der Messekontakte ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Nacharbeit. Die Messegespräche müssen protokolliert werden, die Anschrift und Branche des Besuchers erfasst und Termine für das weitere Vorgehen festgehalten werden:

- Zusendung versprochener Unterlagen mit Begleitschreiben
- Erledigung versprochener Telefonate
- Bedankungen für Messebesuche
- Informationen an den Aussendienst
- Brief an wichtige Kunden, die nicht auf die Messe kommen konnten
- Erstellen einer Kundenliste/Erweiterung der bestehenden Liste
- Kontrolle der Ergebnisse
- Feedback des Standpersonals
- Registrierung der eingehenden Aufträge
- Erfolgskontrolle/Statistiken

## 12. Zuständigkeitsplan

Es ist dringend zu empfehlen, vorab klar abgegrenzte Kompetenzen zu schaffen. Der Zuständigkeitsplan stellt zusammen mit dem Terminplan ein wichtiges Koordinationsinstrument in der Messeplanung dar. Der Koordinator kümmert sich um das Gesamtkonzept und bestimmt, welcher Mitarbeiter für welchen Teilbereich zuständig ist.

Koordination	_____
Messe-Anmeldung	_____
Einkauf Standgestaltung und Durchführung	_____
Einkauf Standtransport und Durchführung	_____
Einkauf Standaufbau und Durchführung	_____
Einkauf Standausstattung und Durchführung	_____
Werbung	_____
Messeeinladungen	_____
Pressearbeit	_____
Messe-Veranstaltungsprogramm	_____
Auswahl des Messepersonals, Schulung	_____
Letzte Kontrolle	_____
Standübergabe	_____
Messestandfotos	_____
Tägliche Lagebesprechung	_____
Schlussbericht	_____
Messe-Nacharbeit	_____

Für allfällige Fragen bezüglich Ihres Messeauftrittes stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

EMEX Management GmbH  
Lindenbachstrasse 56  
8006 Zürich

T +41 44 366 61 11  
F +41 44 366 61 29

info@suisse-emex.ch  
www.suisse-emex.ch