WE PLAY MARKETING.
WE PLAY SERVICE.
WE PLAY YOUR PROJECT.
WE ARE FAIRPLAY.

Fairplay® Service GmbH

Checkliste für die Organisation der Messeteilnahme

Schritt 1: Interne Validierung der Messeteilnahme

- Entscheidung, ist die Messe das richtige Instrument für die Zielerreichung?
- Ist die vorgeschlagene Messe die richtige Messe, wenn ich das Zielpublikum xy erreichen möchte?
- Gibt es neue Produkte, Dienstleistungen, die man vorstellen will auf der Messe?
- Welche Chancen und welche Risiken ergeben sich durch die Messeteilnahme?
- Was sind die konkreten Erwartungen der Messeteilnahme seitens des Unternehmens?
- Was sind die groben Kosten, die mit der Messebeteiligung in Zusammenhang stehen?
- Welches Return on Investment erwarte ich, z. B. konkret in Leads gemessen?
- Welches Budget kann bereitgestellt werden?
- Könnte auch ein Gemeinschaftsstand in Frage kommen?
- Wie viele Personen werden für die Organisation der Messe intern benötigt?
- Braucht man externe Partner, wie z. B. Agenturen, Messebauer?

Die Entscheidung für eine Messeteilnahme sollten Sie **9–12 Monate vor** dem eigentlichen Messe-Termin treffen. Siehe hierzu auch die konkreten Anmeldeschlusstermine der Messegesellschaften für Aussteller.

Schritt 2: Anforderung der Ausstellerunterlagen für die Buchung der Standfläche bei der jeweiligen Messegesellschaft (neun Monate bis ein Jahr im Voraus, auch abhängig von der jeweiligen Messe)

- Das beinhaltet:
  - > Infos zu Standgröße und damit verbundenen Kosten
  - > Infos zur Standart (Insel-, Kopf-, Reihenstand…)
  - > Infos zur Lage des Standes (Halle und innerhalb der Halle in Bezug auf Verkehrswege)

- Rücksprache mit der Agentur oder dem Messebauteam…
  - > Kreativkonzept für Messestand (Präsentations- und Besprechungszone sowie Nutzflächen) – gut zu wissen, bevor man einen Stand bucht
  - > Umsetzung als konventionell, gebauter Stand versus System-Stand (letzteres ist eine Frage der Kosten und des Budgets).

    Die Präsentation eines Kreativkonzeptes für den Messeauftritt **sollte ca. acht Monate** vor der Messe-Eröffnung erfolgen.

    Nochmaliger Abgleich der Entstehungskosten für die Messe, entsprechend dem präsentierten Konzept.

Fairplay Service GmbH
Maaßstraße 32/1 | 69123 Heidelberg | Fon 06221 73919-82 | Fax 06221 73919-89 | info@fairplay-service.de | www.fairplay-service.de
Stand: September 2015

WE PLAY MARKETING.
WE PLAY SERVICE.
WE PLAY YOUR PROJECT.
WE ARE FAIRPLAY.

Fairplay® Service GmbH

Checkliste für die Organisation der Messeteilnahme

Schritt 3: Beauftragung von Produktion des Messestandes und Werbemittel

- Falls der Messebauer nicht von der beauftragten Agentur ausgewählt wird, sollte ein Messebauer-Screening erfolgen. Handelt es sich um einen mobilen, flexiblen Systemstand, so ist es ggf. nicht unbedingt notwendig, zusätzlich einen Messebauer anzufordern. Dies kann dann von der beauftragten Agentur/ Ihrem Marketing-Dienstleister geleistet werden. Diese Entscheidung sollten Sie **mindestens sechs Monate** vor Messebeginn fällen.
- Flankierende Messemaßnahmen, Werbemittel und Aktivitäten:
  - > Messemotto, Key Visual
  - > Einladungswesen
  - > Eintrag Messekatalog
  - > Anzeige in Fachtiteln
  - > Messe-Werbemittel
  - > Messetechnik (Audio und Video)
  - > Messefilm/3D-Rendering
  - > Exponate auswählen
  - > Messe-Mobiliar
  - > Messe-Catering
  - > Messe-Kleidung
  - > Einbindung von Promotionpersonal oder Hostessen
  - > Werden Speaker, Moderatoren benötigt?
  - > Hotelbuchungen, Reiseplanung

Schritt 4: Beauftragung Zusatzleistungen und Umsetzung von Vor-Ort-Mitteln

- Nachfolgende Aktivitäten sollten ca. ein bis zwei Monate vor Messestart erfolgen:
  - > Umsetzung des Messemottos auf grafischen Flächen und Werbemitteln
    - > Mailings an Kunden
    - > Pressearbeit
    - > Auswahl der Namensschilder
    - > Messetraining ausarbeiten
    - > Briefing Standteam
    - > Technische Kommunikationsleitungen, Strom, Wasseranschlüsse anfordern (bzw. nochmals prüfen)
    - > Messekataloge und Produktprospekte beauftragen
    - > Transportdetails abstimmen
    - > Abnahme des Messestandes (meist vor offiziellem Messebeginn)

Fairplay Service GmbH
Maaßstraße 32/1 | 69123 Heidelberg | Fon 06221 73919-82 | Fax 06221 73919-89 | info@fairplay-service.de | www.fairplay-service.de
Stand: September 2015

WE PLAY MARKETING.
WE PLAY SERVICE.
WE PLAY YOUR PROJECT.
WE ARE FAIRPLAY.

Fairplay® Service GmbH

Checkliste für die Organisation der Messeteilnahme

Schritt 5: Auf der Messe vor Ort

- Organisatorisches:
  - Durchführung des Standbriefings
  - Aufteilung Kundengespräche und Kontakte…
  - Besucherbefragungen
  - Wettbewerbsbeobachtung
  - Erfolgskontrollen
  - letzter/vorletzter Tag ggf. Standparty mit der Messe-Crew als Dankeschön

Schritt 6: Messe-Ende

- Auswertung und Zukunftsplanung:
  - Abbau und Rücktransport des Standes
  - Analyse der Leads in quantitativer und qualitativer Hinsicht
  - Aufteilung der Nachbearbeitung der Kontakte
  - Gesamt-Kostenaufstellung, Abgleich mit Planungszahlen
  - Ableitungen aus der Messeteilnahme für die Zukunft
  - Return on Investment ermitteln
  - Abschlussbericht erstellen mit Handlungsempfehlung
  - Entscheidung für die Zukunft treffen
  - „Tue Gutes und rede drüber“ – Messenachlese im Internet auf der Website oder in Fachzeitschriften

Fairplay Service GmbH
Maaßstraße 32/1 | 69123 Heidelberg | Fon 06221 73919-82 | Fax 06221 73919-89 | info@fairplay-service.de | www.fairplay-service.de
Stand: September 2015