

## Marketing Tipp



# Präsentation im Rampenlicht

Vorbereitung von Messen und Ausstellungen

Tipps zur markt- und kundenorientierten  
Unternehmensführung im Handwerk



**Marketing ist unser Handwerk**

Marketing-Center Handwerk

## Präsentation im Rampenlicht

Wo treffen Sie Ihre Kunden und ihre Wettbewerber? Wo können Sie Kontakte knüpfen und Partner kennen lernen? Und wo können Sie sich effektiver im besten Licht präsentieren als auf einer Messe? Für viele Handwerksunternehmen ist der Besuch von Messen im Terminkalender fest eingeplant. Aber warum nicht einmal sich selbst auf der richtigen Messe präsentieren und der eigenen Zielgruppe Kompetenz und Problemlösungen aufzeigen?

Um den Messeauftritt nicht zum teuren Flop werden zu lassen, sollten Sie bereits in der Planung eine Vielzahl von Dingen beachten. Dabei soll Ihnen dieser Tipp helfen.

### Was möchten Sie mit dem Messeauftritt erreichen?

Legen Sie im Vorfeld genau die Ziele fest, die Sie mit einer Messepräsentation erreichen wollen! Welche Zielgruppe möchten Sie ansprechen? Welche Messen besuchen Ihre Kunden? Je genauer die Zielvorgaben sind, umso zielstrebigere können Sie auf den Messeerfolg hinarbeiten. Die folgende Checkliste soll Ihnen mögliche Ziele aufzeigen.

#### Wirtschaftliche Ziele

- Gewinnerhöhung durch Neuaufträge und Neukunden
- Markterweiterung
- ...

#### Marketingziele

##### Produktziele:

- Kernkompetenzen präsentieren
- neue Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen vorstellen und deren Akzeptanz prüfen
- ...

##### Kommunikationsziele:

- Kundenbindung
- Bekanntheit erhöhen
- ein positives Image erzeugen
- Pressekontakte
- ...

##### Distributionsziele:

- Verkäufe oder Vertragsabschlüsse
- ...

##### Marktforschungsziele:

- Kundenbedürfnisse erfahren
- Informationen über Neuheiten der Branche bekommen
- Informationen über Wettbewerber sammeln
- Akzeptanz der angebotenen Produkte/ Dienstleistungen testen
- ...

Informationen über die in Frage kommenden Messen bekommen Sie bei Handwerkskammern und Innungen, bei den Kommunen oder beim Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (Auma)<sup>1</sup>.

Wählen Sie anhand der gewonnenen Erkenntnisse aus, welche Messe (z.B. Fachmesse

oder Endverbrauchermesse) Sie besuchen wollen und welche Ergebnisse Sie sich von diesem Engagement erwarten. Wie viele Kundenkontakte sollen realisiert werden? Wie viele Neuaufträge wollen Sie abschließen? Und die sich daraus ergebende wichtigste Frage: Wie groß ist das Budget, das Sie dafür zur Verfügung stellen wollen? Was wollen Sie Ihrer Zielgruppe präsentieren? Und was können Sie unter den gegebenen Bedingungen Ihren Messebesuchern besonderes bieten?

### Woran sollten Sie unbedingt denken?

Wenn Sie sich für eine Messe entschieden haben, gilt es eine ganze Reihe von Dingen zu beachten. Viele Anmeldeformulare für die Messegesellschaft sind auszufüllen, der Standbau zu planen, Ausstellungsstücke vorzubereiten, Mitarbeiter zu schulen, Informationsmaterialien bereitzuhalten, Kunden und Interessenten einzuladen, die Presse zu informieren und viele Aufgaben mehr.

Eine grundsätzliche Aussage zum Zeitbedarf: Rechnen Sie mit mindestens 6 Monaten Vorbereitungszeit! Nur so können Sie alle anfallenden Aufgaben ohne Hektik zusätzlich zum normalen Tagesgeschäft erledigen.

Damit Sie möglichst nichts vergessen, orientieren Sie sich an unserer Checkliste!

<sup>1</sup> Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (Auma), Lindenstraße 8, 50674 Köln, Tel: (02 21) 20 90 7-0, <http://www.auma.de>

Aktion	zu beachten:	Termine?	erl.
Anmeldung des Messestandes	Wunschplatzierungen und Art des Standes (Kopf-, Block- oder Reihenstand?)	Zu erfragen bei der jeweiligen Messegesellschaft; Anmeldung nach Anmeldungsschluss meist noch möglich!	<input type="checkbox"/>
Festlegung der Exponate	Sind bereits Exponate vorhanden oder müssen Ausstellungsstücke neu produziert werden?	Je nach Produktionsaufwand	<input type="checkbox"/>
Kostenlose Werbemittel der Messegesellschaft anfordern!	Von der Messegesellschaft erhältlich!	Monate vorher erhältlich	<input type="checkbox"/>
Standbau	Normstand oder Messebau? (Auflagen der Messegesellschaft (z.B. Höhe des Standes) und des Brandschutzes (Feuerfestigkeit etc.) beachten! Normstände können oft bei den Messegesellschaften gemietet werden; ansonsten Messebauer engagieren!	So zeitig wie möglich	<input type="checkbox"/>
Eintragung in den Messekatalog / Kataloganzeige	Besondere Platzierungsmöglichkeiten erfragen; erforderliche Dateiformate für Text und Logo erfragen.	Siehe Anmeldeunterlagen!	<input type="checkbox"/>
Zusätzliche Werbeflächen auf der Messe?	Bei der Messegesellschaft erfragen!	Siehe Anmeldeunterlagen!	<input type="checkbox"/>
Ausstellerausweise und Parkausweise	Je nach Standpersonal; an Aufbauausweise denken!	Siehe Anmeldeunterlagen! (kurz vor Messebeginn)	<input type="checkbox"/>
Falls erforderlich: Hotelreservierung für Stand- und Hilfspersonal	Wenn mögl., Hotels in Nähe des Messegeländes, Optionierung der Zimmer, um kurzfristige Änderungen noch vornehmen zu können. Nichtraucherzimmer?	3 bis 4 Monate im Voraus	<input type="checkbox"/>
Telefon-, Fax-, Internetanschluss	Genauere Lage auf dem Messestand, sachgerechte „Verkabelung“. Beim Installieren der Anschlüsse in der Aufbauphase anwesend sein!	Siehe Anmeldeunterlagen!	<input type="checkbox"/>
Wasserinstallation	Falls eigener Verpflegungsbereich gewünscht wird.	Siehe Anmeldeunterlagen!	<input type="checkbox"/>
Standreinigung / Abfallentsorgung	Erstreinigung nach Aufbau klären; relativ unkompliziert; Entsorgung nach der Messe sichern.	Siehe Anmeldeunterlagen! Zusatzaufträge können während der Messetage geklärt werden!	<input type="checkbox"/>
Versicherung	Nicht zu niedrig versichern! Haftpflicht- und Sachversicherung; wenn zusätzliche Aktionen mit Kindern - extra Versicherung! Verluste müssen vor endgültigem Verlassen des Messegeländes gemeldet werden. Achtung: keine Transportversicherung! Versicherung über Nacht nur bei Bewachung!	Kurz vor Messebeginn (Anträge in den Anmeldeunterlagen)	<input type="checkbox"/>
Bewachung des Messestandes	Je nach Wert des Standes, Wertsachen (Computer etc. über Nacht verschließbar?), eventuell Bewachung schon in der Aufbau- und noch in der Abbauphase		<input type="checkbox"/>
Mietmobiliar	Kataloge von der Messe erhältlich!	So früh wie möglich, sonst muss man mit den Resten vorlieb nehmen.	<input type="checkbox"/>
Miete technischer Geräte	Wenn eigener Verpflegungsbereich: Kaffeemaschine, Geschirrspüler	Siehe Anmeldeunterlagen!	<input type="checkbox"/>
Vermittlung von zusätzlichem Standpersonal	Über die Messegesellschaft möglich!		<input type="checkbox"/>
Blumenschmuck	Kann auf der Messe gekauft werden!		<input type="checkbox"/>
Beschriftung des Standes, Informationstafeln etc.	Eventuelle Vorgaben der Messe beachten!	Ca. 6 Wochen vorher in Auftrag geben!	<input type="checkbox"/>
Drucksachen (Broschüren, Flyer etc.)	Sind noch ausreichend vorhanden? Ansonsten neu auflegen! Pressemappen und -materialien im Pressezentrum auslegen	Je nach Produktionszeiten der Druckerei	<input type="checkbox"/>
Streuartikel, Werbegeschenke (Luftballons etc.)	Genauere Beschriftung entsprechend der Gestaltungsrichtlinien (CI) des Unternehmens festlegen. Mit der Agentur im Vorfeld die benötigten Dateiformate und die genaue Gestaltung abklären.	Ca. 6 Wochen vor der Messe	<input type="checkbox"/>
Eintrittskartengutscheine	Zu beziehen bei der Messe!	Im Vorfeld versenden!	<input type="checkbox"/>

Herausgeber:

Marketing-Center Handwerk (MCH) der  
Landes-Gewerbeförderungsstelle des NRW Handwerks (LGH)

Geschäftsführer:

Dipl.-Kfm. Hans Hermann Beyer

Redaktion:

Dipl.-Ök. Jürgen-Johannes Lau

Autorin:

Dipl.-Kffr. Anne Seela

Produktion:

Wohlfeld und Wirtz, Duisburg

Fotos: KölnMesse und Ausstellungen GmbH

Prüfen Sie, welche Aufgaben Sie an Ihre Mitarbeiter delegieren können! Legen Sie also Verantwortlichkeiten und Termine fest und besprechen Sie regelmäßig gemeinsam den Stand der Vorbereitungen.

Und noch ein Hinweis zum Schluss: Jede Messegesellschaft bietet ihren Ausstellern die Möglichkeit, sowohl Gemeinschaftswerbemittel zu beziehen als auch die Presse auf Neuigkeiten und besondere Ereignisse auf ihrem Stand aufmerksam zu machen! Nutzen Sie diese für Sie kostenfreien Möglichkeiten!

Viel Erfolg auf der Messe!

Marketing-Center  
Handwerk der  
Landes-Gewerbe-  
förderungsstelle des  
NRW Handwerks  
Mülheimer Str. 6  
46049 Oberhausen



Tel.: 02 08 / 8 20 55-20  
Fax: 02 08 / 8 20 55-25  
mch@mch.de  
<http://www.mch.de>

