



## Terminplan für erfolgreiche Messeauftritte

Der Schlüssel zum Messeerfolg liegt in der geordneten Planung und ganz besonders in der Zeitplanung. Ein exakt abgestimmter Terminplan ist die beste Voraussetzung eines erfolgreichen Messeauftritts. Wenn Sie Ihre Vorbereitungen frühzeitig beginnen, bleibt Zeit für Preisvergleiche, optimale interne und externe Abstimmungen und den kostengünstigen Einsatz von Ressourcen.

Hier sehen Sie exemplarisch, wie Sie bei der Planung vorgehen sollten. Bei internationalen Leitmesen können die Vorlaufzeiten noch wesentlich länger sein, bei regionalen Verbrauchermessen deutlich kürzer.

Monate	Aufgabe	Verant- wortlich
bis -12	<b>Ziele und Erwartungen der Messebeteiligung festlegen</b>	
-12 bis -9	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Neue Produkte oder Dienstleistungen einsatzbereit zum Messebeginn?</li> <li>&gt; Wirtschaftssituation, Absatzmöglichkeiten und Distribution prüfen</li> <li>&gt; Kostenerwartungen, Return on Investment</li> <li>&gt; Unternehmensentscheidung Teilnahme Messe</li> <li>&gt; Auswahl des Messebauunternehmens <a href="http://www.famab.de/fma/Mitglieder/member/Tipps.html">http://www.famab.de/fma/Mitglieder/member/Tipps.html</a></li> <li>&gt; Budgetfreigabe</li> <li>&gt; Projektleitung/ Firmenteam ernennen</li> <li>&gt; Interne Koordinierung</li> </ul>	
-8 bis -5	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Messeunterlagen anfordern</li> <li>&gt; Standgröße und Platzierung festlegen</li> <li>&gt; Anmeldung/ Zuteilung</li> <li>&gt; Briefing des Messebauunternehmens</li> <li>&gt; Exponatauswahl</li> <li>&gt; Standplanung</li> <li>&gt; Programmgestaltung/ Events</li> <li>&gt; Telekommunikation/ Strom/Wasser planen</li> <li>&gt; Außenwerbung, Kundengeschenke</li> <li>&gt; Standbesetzung festlegen</li> <li>&gt; Hotelreservierung</li> <li>&gt; Präsentation des Messebauunternehmens</li> <li>&gt; Beauftragung des Messebauunternehmens</li> </ul>	
bis -5	<b>Das Messekonzept steht</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Messekatalog-Eintrag</li> <li>&gt; begleitende Werbemaßnahmen</li> </ul>	

-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bewirtungskonzept</li> <li>&gt; Externe Mitarbeiter, Hostessen</li> <li>&gt; Dresscode, Uniformen</li> </ul>
-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Kataloge/ Prospekte in Auftrag geben</li> <li>&gt; Standgrafik – Grafikdaten an den Messebauer</li> </ul>
-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Mailings an Kunden/ Einladungen</li> <li>&gt; Kriterien für Erfolgskontrolle festlegen</li> <li>&gt; Schulung der Standmannschaft</li> <li>&gt; Pressearbeit</li> <li>&gt; Hostessen-Briefing</li> <li>&gt; Namensschilder</li> </ul>
-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Verfügbarkeit der Exponate sicherstellen</li> <li>&gt; Einbringung der Exponate und eigene Installationen planen</li> </ul>
	<p><b>Messebeginn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Gesprächsprotokolle</li> <li>&gt; Beobachtung der Mitbewerber</li> <li>&gt; tägliches Reflektionsgespräch</li> </ul> <p><b>Messeende</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; geordneter Abbau und Rücktransport</li> </ul>
+1	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Analyse der Beteiligung</li> <li>&gt; Ziele der Messebeteiligung erreicht?</li> <li>&gt; Nachbearbeitung/ Kundenkontakte</li> </ul>
+2	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Kostenerfassung</li> <li>&gt; Konsequenzen für die Zukunft</li> </ul>
+3	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Abschlussbericht/ Dokumentation</li> <li>&gt; Return on Investment feststellen</li> <li>&gt; Entscheidung nächste Messe, Standgröße</li> </ul>