

## **LB 15.30 „Messe-Beteiligungen als Marketing-Instrument“**

<b>Gliederung</b>	<b>Seite</b>
<b>Ziele dieses Lehrbriefs</b>	4
<b>Vorbemerkungen</b>	5
<b>1. Die Entscheidungen im Vorfeld</b>	6
<b>2. Die Messebeteiligungen als mögliches Element im Marketing-Mix</b>	7
<b>3. Gründe für eine Messebesuchung</b>	9
<b>4. Externe Prüffaktoren für die Messeentscheidung</b>	10
<b>5. Unternehmensinterne Prüffaktoren</b>	11
<b>6. Abschließende Prüfpunkte vor der Messe-Konzeption</b>	13
<b>7. Die Struktur einer Messekonzeption</b>	15
<b>8. Die Zielsetzung für die Messebeteiligung</b>	17
<b>9. Präsentationsstrategie</b>	19
<b>10. Planung der Maßnahmen</b>	20
10.1 Planung nach innen	21
10.1.1 Budgetierung als Entscheidungshilfe und Orientierungsrahmen	21
10.1.2 Planung der Standgestaltung (Exponate)	29
10.1.3 Planung der Aktivitäten auf dem Stand	32
10.1.4 Planung der Personalbesetzung	33
10.1.5 Betreuung und Bewirtung am Stand	34
10.1.6 Transport / Auf- und Abbau	34
10.1.7 Planung von Auf- und Abbau	35
10.2 Planung nach außen	39
10.2.1 Planung der Standanmeldung	39
10.2.2 Planung der Besucherwerbung (vor der Messe)	51
10.2.3 Die Pressearbeit vor der Messe	53
10.3 Organisation während der Messe	55
10.3.1 Besucheransprache und Aktionen	55
10.3.2 Standübergabe und Standleitung	63
10.3.3 So sollten die Messetage ablaufen	64
10.3.4 Manöverkritik	65
<b>11. Der Abschlußbericht</b>	66
<b>12. Auswirkungen für das Unternehmen</b>	74
12.1 Erkenntnisse für die Produkt-Entwicklung	74
12.2 Erkenntnisse für die Organisations-Entwicklung	75
12.3 Erkenntnisse für die Markt-Entwicklung	75
12.4 Erkenntnisse für Preise und Konditionen	76
12.5 Erkenntnisse für die Werbung	76
12.6 Erkenntnisse für die Verkaufsförderung	77
12.7 Erkenntnisse für die Öffentlichkeitsarbeit	77
12.8 Erkenntnisse für Verkaufsorganisation und Logistik	78

<b>13. Die Messe-Nacharbeit</b>	80
13.1 Grundregeln für die Messenacharbeit	81
13.2 Zielgruppen der Messenacharbeit	81
13.3 Die „Nach-Messe-Zeitung“	85
<b>14. Aufgaben zur Selbstkontrolle</b>	87
<b>15. Lösungstichworte zur Selbstkontrolle</b>	89
<b>16. Literatur</b>	90
<b>17. Aufgaben zum Einsenden</b>	92