AUSSEN
WIRTSCHAFT

GEMEINSCHAFTSSTÄNDE

CHECKLISTE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN MESSEAUFTRITT

Stand: Juli 2020 | Änderungen vorbehalten

Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA bietet österreichischen Firmen die Möglichkeit, jährlich auf rund 100 internationalen Fachmessen im Rahmen von Gruppenausstellungen und Gruppenständen sowie go-international Österreich-Ständen ihre Produkte einem internationalen Publikum zu präsentieren (Details Messebeteiligungen)

Rund um jede Gruppenausstellung bieten wir ein umfangreiches Servicepaket:

- Organisation und Logistik des Messeauftritts
- **Planung/Aufbau** Ihres schlüsselfertigen Messestandes innerhalb des Gemeinschaftsauftritts
- Marketingaktivitäten vor und auf der Messe
- Infrastruktur und Besprechungsräume
- generelle **Unterstützung, Beratung und Betreuung** für die österreichischen Exportfirmen bei der Auswahl geeigneter Messen und sonstigen Veranstaltungen im Ausland sowie in allen Messe- und Ausstellungsfragen
- **Kostenlose Präsentation** Ihres Unternehmens im **österreichischen Ausstellerverzeichnis** und gleichlautend auf **DEM österreichischen Wirtschaftsportal** im Ausland https://www.advantageaustria.org/ für 12 Monate.

Die hier vorliegenden Checklisten sollen Ihnen dabei helfen, die vielfältigen Schritte vorzuplanen. Sie gliedern sich in 5 Teile und umfassen die nachstehenden Themenkomplexe.

Checklistenteil 1 (ca. 15 Monate vorher)
Standortbestimmung – Marktsituation – Ziele - Messeauswahl

Checklistenteil 2 (ca. 12 - 6 Monate vorher)
Personal – Reise – Aufbau – Marketingaktivitäten – Planung Nacharbeit

Checklistenteil 3 (ca. 6 - 3 Monate vorher)
Standplanung – Grafik – Auf- und Abbauorganisation

Checklistenteil 4 (am Messeplatz und während der Messe)
Standbetrieb – Kommunikation am Stand

Checklistenteil 5 (gleich nach der Messe)
Messebewertung – Erfolgskontrolle – Verbesserungen

CHECKLISTE 1:
STANDORTBESTIMMUNG – MARKTSITUATION – ZIELE - MESSEAUSWAHL

DIE POSITION DES UNTERNEHMENS

Beantworten Sie die Fragen bitte offen und ehrlich, denn Ihre Positionsbestimmung ist entscheidend für die Folgeschritte. Gehen Sie von einem falschen Niveau aus, so besteht die Gefahr, dass auch bestens geplante Aktivitäten nicht oder nur teilweise Erfolg zeigen.

Vertreiben Sie derzeit:

- ☐ National
- ☐ International
  - ☐ Europa
  - ☐ Europa und Übersee

Verkaufen Sie an:

- ☐ Importeur
- ☐ Wiederverkäufer/Händler
- ☐ Konsumenten/Endverbraucher
- ☐ An alle

Wie schätzen Sie im Vergleich Ihre Position zum Mitbewerb?

☐ Besser ☐ Schlechter ☐ Vergleichbares Niveau

Wie ist der Kontakt zu Ihren Kunden?

- ☐ Gut
- ☐ Muss verbessert werden
- ☐ Zufriedenstellend
- ☐ _____

Gibt es Neuentwicklungen (Prototypen)?

☐ Ja ☐ Nein

Welches Produkt bzw. welche Leistungen müssen Sie aktiv vermarkten?

DAS MARKTBILD

Unsere AußenwirtschaftsCenter unterstützen Sie gerne bei der Erstellung einer Marktstudie für ein bestimmtes Land oder eine Region.

Weiterführende Informationen finden Sie auf: https://wko.at/aussenwirtschaft

Derzeitige Einschätzung der Konjunktur/Branchenlage:

- ☐ Gut
- ☐ Mittel
- ☐ Schlecht
- ☐ Aufwärtstrend
- ☐ Stagnation
- ☐ Abwärtstrend
- ☐ Importdruck
- ☐ Preisverfall
- ☐ Technologieänderungen

Aussichten kurzfristig (2 – 3 Jahre)

- ☐ Steigend
- ☐ Stagnierend
- ☐ Fallend

Wie ist das Kaufverhalten der Branche?

- ☐ Gut
- ☐ Mittel
- ☐ Schlecht

Preisentwicklungstendenzen

- ☐ Gleich
- ☐ Steigend
- ☐ Fallend

Entwicklung des Mitbewerbes

- ☐ Gleich
- ☐ Steigend
- ☐ Fallend

ANALYSIEREN SIE IHRE ZIELE ZUR MESSE

- ☐ Verkaufsziele – Verkaufsförderung
- ☐ Neugeschäftsziele
- ☐ Kontaktpflege
  - ☐ Kunden
  - ☐ Zulieferer
  - ☐ Behörden
  - ☐ Sonstige
- ☐ Neue Kontakte - Neukundengewinnung
- ☐ Ausbau von Absatzwegen und Suche nach Vertriebspartnern
- ☐ Konkurrenzbeobachtung
- ☐ Marktbeobachtung
  - ☐ Trends
  - ☐ Preise
- ☐ Vorstellung von Neuentwicklungen
- ☐ Überprüfung der Konkurrenzfähigkeit
- ☐ Positive Beeinflussung des Firmenimages
- ☐ Stärkung der Marktpräsenz durch Eigendarstellung

SONSTIGE ZIELE

ZIELE DER MESSEBESUCHER[1]

- Neuheiten (80 %)
- Lieferanten der Produkte (64%)
- Persönlichen Kontakt (58 %)
- Informationssuche für Entscheidungen (53 %)
- Preis, Konditionen (49 %)
- Funktion der Produkte (48 %)
- Kaufabschlüsse (15 %)

[1] Quelle: Dirk Kreuter, Erfolgreich akquirieren auf Messen, 2010

WKO AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

WÄHLEN SIE DIE RICHTIGE MESSE AUS

Information über die Messen:

- Informationen über mehr als 13.600 internationale Fachmessen finden Sie auf: http://www.expodatabase.de
- Aktuelle Meldungen/Messedatenbank im AUMA Messe Netzwerk: http://www.auma.de
- Auflistung der internationalen Fachmessen im Ausland, bei denen die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA österreichische Gemeinschaftsbeteiligungen organisiert: https://wko.at/aussenwirtschaft/messen
- Informationen über Messen in Österreich (Arbeitsgemeinschaft Messen Austria): http://www.messen-austria.at/

Suchen Sie gezielt nach Fachveranstaltungen, die Ihrer Zielsetzung entsprechen. Folgende Kriterien können Ihnen bei der Auswahl der richtigen Messe helfen:

☐ Fachmesse ☐ Publikumsmesse

☐ National ☐ International

☐ Regional ☐ Weltleitmesse

☐ Image, Bedeutung der Messe in der Branche und im jeweiligen Markt

☐ Besucheranalyse

☐ Ausstellerlisten (offizieller Messekatalog) – Beteiligung namhafter Mitbewerber

☐ Ausstellerzahlen:

- ☐ Inland: _____
- ☐ Ausland: _____

☐ Serviceleistungen des Veranstalters für Aussteller und Besucher

☐ Werbung des Veranstalters für die Messe

☐ Decken sich Zeitpunkt und Verkaufssaison?

☐ Preise für die Standfläche/Standaufbau

☐ Organisiert die Wirtschaftskammer Österreich eine österreichische Gruppenausstellung im Rahmen dieser Fachmesse? Wie hoch ist der Teilnehmerbeitrag?

KONKRETISIEREN SIE DIE SITUATION

Wenn Sie sich nach der Information für eine Veranstaltung grundsätzlich interessieren, so machen Sie vor der endgültigen Entscheidung eine grobe Kostenschätzung und berücksichtigen Sie dabei die folgenden Faktoren. Seien Sie sich bewusst, dass nur die mehrfache und regelmäßige Teilnahme Ihren Erfolg sichert.

Stellen Sie ggf. die Kosten für eine Teilnahme an einer von der WKÖ organisierten österreichischen Gruppenausstellung jenen eines eigenen Standes gegenüber. Berücksichtigen Sie dabei das umfangreiche Rahmenprogramm, das Ihnen die WKÖ im Rahmen einer Gruppenausstellung bietet.

Standmiete	
Div. Zusatzgebühren	
Standbau	
Gestaltung und Dekoration	
Technikkosten	
Personalkosten	
Ausstellungsgüter/Transport	
Marketing und Presse	
Summe	0,00

Wertvolles Beurteilungshilfsmittel liefert AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der deutschen Wirtschaft e.V.) mit dem direkten Link zum "Messe Nutzen Check": http://www.auma.de/mnc/mnc.html

Wenn Sie sich nach all diesen Überlegungen für die Teilnahme entscheiden, definieren Sie den/die Verantwortliche(n) für das Projekt. Denn nur mit optimaler Vorbereitung werden Sie den Erfolg ernten können.

CHECKLISTE 2:
PERSONAL – REISE – AUFBAU – MARKETINGAKTIVITÄTEN – PLANUNG - NACHARBEIT

DETAILLIERTE INFORMATIONSBESCHAFFUNG

Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA verschickt per E-Mail Einladungen zu Fachmessen, bei denen österreichische Gemeinschaftsstände geplant werden, und greift dabei auf ihre Mitgliederdatenbank zurück.

Eine Auflistung der internationalen Fachmessen im Ausland, bei denen die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA österreichische Gemeinschaftsbeteiligungen organisiert, finden Sie auch hier: https://wko.at/aussenwirtschaft/messen

- ☐ Teilnahmebedingungen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA lesen
- ☐ Anmeldefrist beachten
- ☐ Anmeldung exakt ausfüllen
- ☐ Die E-Mail-Adresse jener Ansprechperson anführen, die für die Abwicklung Ihrer Messebeteiligung verantwortlich zeichnet. Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA verschickt laufend Informationen (Rundschreiben) über die organisatorischen Vorkehrungen an diese E-Mail-Adresse.

DIE PERSONALPLANUNG

- ☐ Bestimmen Sie den/die Messeverantwortliche(n)
- ☐ Sollten Sie Ihren lokalen Vertriebspartner zur Messe entsenden, so stellen Sie sicher, dass er sämtliche Rundschreiben der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA erhält. Bitte beachten Sie in diesem Zusammenhang, dass die Rundschreiben in deutscher Sprache verfasst sind.
- ☐ Statten Sie ihn mit Kompetenzen aus
- ☐ Planen Sie regelmäßige Meetings mit den Mitarbeitern
- ☐ Prüfen Sie Sprachkenntnisse und lassen Sie die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA-Rundschreiben ggf. in die Landessprache übersetzen, sofern Sie Ihren lokalen Vertriebspartner zur Messe entsenden.
- ☐ Überprüfen Sie die soziokulturellen Kenntnisse der Messeverantwortlichen
- ☐ Planen Sie rechtzeitig Reise und Hotel
- ☐ Schaffen Sie ein Klima, das dem Mitarbeiter klarmacht:
  Nur die Besten kommen zur Messe.

PLANEN SIE RECHTZEITIG ALLE WERBE- UND VERKAUFSAKTIVITÄTEN

- ☐ Prüfen Sie die Aktivitäten des Veranstalters im Detail
- ☐ Informieren Sie sich über Messe-Werbematerial, Neuproduktwettbewerbe, Seminare, Kongresse
- ☐ Versuchen Sie, mit Ihren Ideen anders zu sein als andere – denn zur Messe werden Ihre potenziellen Besucher mit Werbung überhäuft.
- ☐ Homepage, Prospekte und Broschüren ggf. in der Zielsprache.
- ☐ Nützen Sie die Werbeträger im Messegelände, denn neben dem fixen Besuchsprogramm lassen sich die Besucher von neuen Ideen begeistern.
- ☐ Nützen Sie die kostenlosen Services der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA (Die Teilnahme an einer österreichischen Gruppenausstellung inkludiert die kostenlose Präsentation der Ausstellerfirma im österreichischen Ausstellerverzeichnis und gleichlautend auf DEM österreichischen Wirtschafts-Webportal im Ausland, https://www.advantageaustria.org für 12 Monate, etc.)
- ☐ Profitieren Sie von den z.T. kostenlosen Marketingservices des Veranstalters (z.B. Pressearbeit; Logo der Messe in elektronischer Form; Matchmaking-Programme für b2b; elektronische Einladungen, die Sie an Ihre Kunden und Geschäftspartner verschicken können etc.).
- ☐ Weisen Sie potenzielle Messebesucher auf Ihrer Internetseite darauf hin, dass Sie auf der Messe ausstellen. Vergessen Sie nicht, Ihre Standnummer sowie die Kontaktdaten Ihres Messeverantwortlichen anzuführen.
- ☐ Vereinbaren Sie Termine auf Ihrem Stand!

- ☐ Prüfen Sie eigenes Adressmaterial
- ☐ Erwerben Sie Adressen von potenziellen Kunden aus Ihren Hauptzielmärkten (Unsere AußenwirtschaftsCenter unterstützen Sie gerne auf Wunsch dabei!). Planen Sie dabei genügend Vorlaufzeit ein.
- ☐ Aktivieren Sie den Besuch durch Spiele/Verlosungen
- ☐ Beachten Sie die postspezifischen Bedingungen in verschiedenen Ländern
  - ☐ Größe ☐ Gewicht ☐ Porto

INSERTION

- ☐ Wählen Sie die Medien gezielt aus (Fachmagazine, Messekatalog, Prebuyers' Guide)
- ☐ Fragen Sie den Messeveranstalter nach den wichtigsten Medien der Besucherländer
- ☐ Lassen Sie sich von den Medien „Normalexemplar" und „Messeexemplar" senden
- ☐ Vergessen Sie nicht auf Ihre Standangabe
- ☐ Verbinden Sie Ihre Werbung mit Aktivitäten, die den Besucher zum Stand bringen

PRESSEARBEIT

Im Trubel der Ereignisse geht Pressearbeit oft unter.

- ☐ Produzieren Sie Ihre Pressetexte (A4 Format) rechtzeitig – ggf. in der Landessprache!
- ☐ Senden Sie die Texte (inkl. Bildmaterial) rechtzeitig an die Redaktionen.
- ☐ Nutzen Sie die Pressezentren des Messeveranstalters. Dort können Sie oft Texte und Info-Material auflegen.
- ☐ Laden Sie die Medien ein, Ihren Stand zu besuchen.
- ☐ Halten Sie eine Pressemappe für jeden Journalisten bereit.

DIE NACHARBEIT

Das Danach muss früh geplant sein.

- ☐ Notieren Sie jeden Wunsch Ihrer Besucher auf Kontaktbögen.
- ☐ Jeder Besucher sollte von Ihnen hören – je schneller, umso besser! (Spätestens 1 Woche nach Messeende)
- ☐ Ihr Außendienst muss jeden Besucher innerhalb einer definierten Frist nachbesuchen. Lassen Sie keine Ausreden zu!
- ☐ Übermitteln Sie unmittelbar nach der Messe einen Bericht an Ihre wichtigsten Fachmedien.

CHECKLISTE 3:
STANDPLANUNG ¬– GRAFIK – AUF- UND ABBAUORGANISATION

STANDPLANUNG

Wählen Sie die Größe Ihrer Standfläche nach folgenden Kriterien:

- ☐ Art und Parameter der Ausstellungsgüter, die Sie auf dem Gemeinschaftsstand präsentieren möchten bitte halten Sie bei großen, schweren Maschinen mit dem AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA-Projekt Manager Rücksprache, ob die Tragfähigkeit des Bodens ausreichend ist.
- ☐ Anzahl der Mitarbeiter, die auf der Messe Ihren Stand betreuen
- ☐ Besprechungskojen
- ☐ Lagerbedarf
- ☐ Küche
- ☐ Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA stellt allen Gruppenausstellern antialkoholische Getränke (Kaffee, Tee, Mineralwasser etc.) kostenlos zu Verfügung. Falls Sie Ihre Kunden zusätzlich verpflegen möchten (z.B. mit Brötchen etc.), ist eine eigene Küche / eigenes Catering empfehlenswert.

PLANUNGSDETAILS

Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA beauftragt einen Architekten oder Werbegestalter mit der Durchführung der Standaufplanung. Das Rahmendesign sowie der Grundriss werden Ihnen direkt vom Architekten übermittelt, der auch die Ihrer gebuchten Fläche entsprechende Standardeinrichtung berücksichtigt. Bitte geben Sie folgende Informationen an den Architekten weiter:

- ☐ Änderungswünsche
- ☐ Art und Parameter der Ausstellungsgüter
- ☐ Elektroausstattung (benötigen Sie für Ihre Maschine/n einen Starkstromanschluss?)
- ☐ Küche/Wasser
- ☐ Audiovisuelle Elemente (Beamer, Flatscreen etc.)
- ☐ zusätzliches Mobiliar
- ☐ Produktpräsentation (Vitrinen, Podeste etc.)
- ☐ Internet

MESSESTANDGESTALTUNG

Das Layout der Überbauten, Abhängungen und Firmenbeschriftungstafeln wird von der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorgegeben. Die Trennwände innerhalb Ihrer Standkoje können Sie individuell gestalten. Der von der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA beauftragte Architekt berät Sie auf Wunsch gerne hinsichtlich der grafischen Gestaltung Ihrer Standkoje. Bitte beachten Sie, dass es für Austrian Experts eigene Teilnahmebedingungen gibt. Diese entnehmen Sie bitte der jeweiligen Messeeinladung.

- ☐ Grafik – Schriften – optisches Erscheinungsbild
- ☐ Tafeln
- ☐ Fotos
- ☐ Poster
- ☐ Leuchtbilder
- ☐ Laufschriften
- ☐ Fotowände
- ☐ Namensschilder für Mitarbeiter
- ☐ Dekoration
- ☐ Blickfänge
- ☐ Produktbeleuchtung
- ☐ Pflanzen

Vergessen Sie dabei nicht auf Mengenangaben, Maße, Farbe, Lieferantenadressen

DER AUFBAU

Vom reibungslosen Aufbau hängt der Messeerfolg ab. Halten Sie sich dabei an die vorgegebenen Aufbauzeiten, da Ihnen sonst zusätzliche Kosten erwachsen. Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA übermittelt Ihnen per E-Mail oder Link das Ausstellerhandbuch der Messeleitung, dem Sie wichtige Informationen entnehmen können. Bitte lesen Sie das Manual aufmerksam und bedenken Sie folgende Aspekte:

- ☐ Aufbauverantwortliche/r in Ihrer Firma
- ☐ Personal
- ☐ Versicherung des Personals
- ☐ Anreise – Abreise (Anwesenheit auf dem österreichischen Gemeinschaftsstand ist am letzten Aufbautag Pflicht!)
- ☐ Nächtigung
- ☐ Aufbaudatum
- ☐ Einfahrtskarten
- ☐ Aufbaukarten
- ☐ Parkscheine
- ☐ Öffnungs-/Schließzeiten
- ☐ Bewachung
- ☐ Messespediteur – eigener Spediteur
- ☐ Hilfspersonal
- ☐ Bargeld für Kautionen
- ☐ Werkzeuge / Hilfsmittel / Kleinteile

- [ ] Wichtige Unterlagen für einen reibungslosen Auf- und Abbau:
  - [ ] Pläne und Skizzen
  - [ ] Ladeliste
  - [ ] Packliste
  - [ ] Planungslisten
  - [ ] Genehmigungen
  - [ ] Rundschreiben der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA
  - [ ] Vereinbarungen mit Messeveranstalter (z.B. Formblätter für die Bestellung der Ausstellerkarten etc.)

TRANSPORT

Räumen Sie der Transportvorbereitung viel Augenmerk ein, es erspart Ihnen Geld, Zeit und Ärger. Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA organisiert einen Sammeltransport zum Messeort und gibt Ihnen die Kontaktdaten des beauftragten Spediteurs bekannt. Sie haben die Wahl, diesen Spediteur zu beauftragen oder einen Spediteur Ihrer Wahl mit dem Transport zu betrauen. Bitte beachten Sie, dass die Transportkosten nicht in Ihrem Teilnehmerbeitrag inkludiert sind.

- [ ] Terminplanung
- [ ] Warenverpackung
- [ ] Kühltransporte bei Lebensmitteln
- [ ] Manipulation am Messeplatz
- [ ] Versicherungen
- [ ] Papiere und Formulare
- [ ] Zwischenlager
- [ ] Handelsbestimmungen (EORI-Nummer etc.)
- [ ] Transportmittel (LKW, Luftfracht, Schiff)
- [ ] Bei Beauftragung eines eigenen Spediteurs ist darauf zu achten, dass die Waren am letzten Aufbautag rechtzeitig zollabgefertigt zu Ihrer Standkoje zugestellt werden.
- [ ] Handrodel für die Selbstanlieferung an den Messestand

CHECKLISTE 4:
STANDBETRIEB – KOMMUNIKATION AM STAND

STANDABNAHME

Wenn Sie den Stand übernehmen, tun Sie das mit der Planungscheckliste, damit alle vereinbarten Leistungen kontrolliert werden können. Und denken Sie noch an folgende Punkte:

- ☐ Schlüssel (erhalten Sie vom Architekten bzw. Standbauer)
- ☐ Sicherheit
- ☐ Gerätefunktion
- ☐ Überprüfung der Bestände
- ☐ Ggf. Standapotheke
- ☐ Ggf. Nähzeug
- ☐ Dekoration (die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA unterstützt Sie gerne kostenlos beim Anbringen Ihrer Poster und Grafiken sowie beim Arrangieren Ihrer Vitrinen)
- ☐ Reserve-Dekomaterial für Ausbesserungen (ist selbst mitzubringen)
- ☐ Installationsüberprüfung (bei Messen im Ausland ggf. Zwischenstecker)

MESSESTANDBETRIEB

Während des Messebetriebes sind AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA-MitarbeiterInnen gerne für Sie da (Informationserteilung, Bewirtung etc.). Für Ihren eigenen Standbetrieb muss es klare Richtlinien geben. Sichern Sie dies mit eindeutigen Informationen und regelmäßigen Meetings ab. Einige Punkte sollen Ihnen zeigen, wie vielfältig die Anforderungen sind.

Organisation am Messestand

- ☐ Aufgabenverteilung
- ☐ Einweisung und Schulung des eigenen Personals und des Fremdpersonals
- ☐ Werbe- und Informationsmaterial erläutern
- ☐ Werbe- und Pressegeschenke
- ☐ Bekleidung
- ☐ Namensschilder, Visitenkarten
- ☐ Formulare für Besuchererfassung
- ☐ Besucherbetreuung
- ☐ Produktbesprechung
- ☐ Einteilung der Kojen
- ☐ Einweisung Lager, Küche, Büro
- ☐ Gehen Sie auf Messebesucher aktiv zu, lächeln Sie sie an und wenden Sie ihnen nicht den Rücken zu oder widmen sich ausschließlich Ihren Laptop!
- ☐ Konsultieren Sie frühzeitig den offiziellen Messekatalog (die offizielle Messehomepage) und besuchen Sie aktiv andere interessante Aussteller

Maßnahmen vor Messebeginn

- ☐ Anwesenheitsliste
- ☐ Prüfung von:
  - ☐ Exponaten
  - ☐ Beständen
  - ☐ Bewirtung
  - ☐ Werbematerial
  - ☐ Büromaterial

Maßnahmen täglich nach Messeschluss

- ☐ Abschlussgespräch
- ☐ Anregungen/Kritik
- ☐ Verbesserungen
- ☐ Standreinigung

Kontaktformular

Sichern Sie ab, dass kein Besucher den Messestand verlässt, ohne dass seine Anwesenheit auf einem Kontaktformular – mit möglichst genauer Beschreibung der Wünsche – festgehalten wird.

Auf manchen internationalen Fachmessen müssen sich sowohl Aussteller als auch Besucher registrieren und erhalten personifizierte Messeausweise, die mit einem Bar Code versehen sind. Die Veranstalter stellen dann oft kostenpflichtig einen sogenannten Badge Reader zu Verfügung, über den sämtliche Personaldaten des Besuchers/Ausstellers eingelesen und mit zusätzlichen Kommentaren ergänzt werden können. Die Daten werden dann in Form einer Excel-Tabelle an den Mieter des Badge Readers übermittelt. Das spart Arbeit!

Konkurrenzbeobachtung

- ☐ Nützen Sie die Messe für Informationsbeschaffung.
- ☐ Wettbewerber
- ☐ Standgröße/Gestaltung
- ☐ Welche Produkte werden vorgestellt?
- ☐ Produktinnovationen?
- ☐ Welche Aktivitäten gibt es am Stand?
- ☐ Welche Personalschwerpunkte?
- ☐ Auffällige Werbe- und Verkaufsunterlagen
- ☐ Wie ist die Besucherfrequenz?
- ☐ Messeberichte in Medien beobachten – vor, während und nach der Messe
- ☐ Subjektive Beurteilung
- ☐ Überlegenheit / Unterlegenheit des einzelnen Mitbewerbers?

Abbau und Abschluss

Informationen zum letzten Messetag sowie Abbau finden Sie sowohl in den AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA-Rundschreiben als auch im Ausstellerhandbuch der Messeleitung.

- ☐ Zuständigkeiten
- ☐ Abbaudatum
- ☐ Abholtermin (Spedition)
- ☐ Einfahrtskarten
- ☐ Abbaukarten
- ☐ Hilfspersonal
- ☐ Einholung aller erlegten Kautionen
- ☐ Rückgabe von Leihgeräten
- ☐ Geltendmachung von Rechtsansprüchen / Schadensmeldungen
- ☐ Reparaturen
- ☐ Rechnungskontrolle
- ☐ Gesamtabrechnung

CHECKLISTE 5:
MESSEBEWERTUNG – ERFOLGSKONTROLLE - VERBESSERUNGEN

MESSEBEWERTUNG

- ☐ Standortbewertung
- ☐ Besucherstruktur
- ☐ Besucherqualität
- ☐ Hotellerie
- ☐ Ausstellerstruktur
- ☐ Service des Veranstalters
- ☐ Werbung
- ☐ Zusatzaktivitäten
- ☐ Äußerer Gesamteindruck der Messe
- ☐ Hallengliederung
- ☐ Serviceeinrichtungen
- ☐ Parkplatzsituation
- ☐ Presseecho

GESAMTANALYSE

- ☐ Kunden
  - ☐ Inland
  - ☐ Ausland
- ☐ Neukontakte
  - ☐ Inland
  - ☐ Ausland
- ☐ Wurden die Ziele erreicht?
- ☐ Wie sind die Werbemittel angekommen?
- ☐ Beurteilung der Position im Markt
- ☐ Beurteilung der Mitbewerber
- ☐ Konnten die Messeziele erreicht werden?
- ☐ Was hat gut funktioniert?
- ☐ Was war nicht ok?
- ☐ Anregungen der Mitarbeiter
- ☐ Verbesserungsvorschläge

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

ERFOLGSKONTROLLE

Detailauswertungen

☐ Adressen ☐ Kundenreaktionen ☐ Presse

Soll/Ist-Vergleich der Kosten

Nächste Veranstaltung – Wiederteilnahme

☐ Ja ☐ Nein ☐ Zu überdenken

Ziele für Folgeveranstaltung