

Gewusst wie...

www.wir-machen-druck.de

Beispiele, Tipps und Tricks

Spot an – hier kommen Sie!

So gestalten Sie Ihren
Messeauftritt erfolgreich

Wie Sie Kommunikations-
instrumente richtig nutzen



So wird Ihr Messeauftritt zum **Erfolg**

Er ist wahrscheinlich schon in Ihrem Kalender rot angestrichen: der Termin für die nächste Messe, bei der Sie mit Ihrem Unternehmen dabei sein werden. Jeder Marketing-Verantwortliche möchte das Beste daraus machen. Wer ein paar wichtige Praxistipps für einen erfolgreichen Messeauftritt beachtet, steht mit seiner Firma bestimmt im Rampenlicht. Showtime!

Messeauftritte rechnen sich nicht nur für Großunternehmen. Auch für kleine und mittelständische Unternehmen kann ein eigener Messestand lohnenswert sein. Eine Messe bietet sich hervorragend dazu an, um sein Unternehmen und dessen Leistungen vorzustellen – egal ob Kontakte zu den Konsumenten oder zu anderen Unternehmen geknüpft werden. Unternehmen wollen durch den Messeauftritt die Verkaufszahlen steigern, ihre Bekanntheit fördern oder Mitarbeiter gewinnen. Im Mittelpunkt der Messe stehen Informationen. Um diese Informationen gezielt zu verbreiten, will ein Messeauftritt gut geplant sein.

INHALT

6 Tipps für einen erfolgreichen Messeauftritt.....	04
Nachgefragt! Ein Beispiel aus einer Marketingabteilung	06
Das ABC der Kommunikations-Instrumente	07
Checkliste für einen gelungenen Messeauftritt.....	13
Impressum.....	15



“Sehen und gesehen werden - effiziente Messebeteiligung”

6 TIPPS

Tipp 1

Groß ist nicht immer auch gut.

Die finanziellen Möglichkeiten bestimmen natürlich die Rahmenbedingungen für das Messekonzept. Ein Messestand muss jedoch nicht viel kosten. Der Auftritt sollte lediglich der Firmengröße entsprechen. Start-ups und kleine Unternehmen können auch kompakte Infostände erfolgreich einsetzen. Bei bekannten Marken hingegen sollte der Stand dem Anspruch des Unternehmens entsprechen.



Tipp 2

Harmonischer Gesamteindruck.

Mit einem einheitlichen Messeauftritt ist Ihnen eine erfolgreiche Präsentation sicher. Bieten Sie einen übersichtlichen Messestand im Erscheinungsbild Ihres Unternehmens. Die Auswahl der Farben, Materialien und das Design sollte natürlich dem Corporate Design entsprechen. Eine gut durchdachte Gestaltung ist wichtig. Ziehen Sie für das Design der Wände, Decken und Boden einen professionellen Grafiker hinzu. Die Gestaltung muss auf Ihre Kernaussage und die vorgestellten Exponate abgestimmt sein.



Tipp 3

Anders sein!

Überlegen Sie, wie Sie sich mit Ihrer Präsentation von denen anderer abheben können. Vermitteln Sie eine eigene „Firmenpersönlichkeit“. Erregen Sie durch ungewöhnliche Ideen, die vom Konsens abweichen, Aufmerksamkeit. Setzen Sie Höhepunkte mit einem Rahmenprogramm. Mit Fachvorträgen, Vorführungen oder Attraktionen locken Sie Besucher an Ihren Stand. Musik oder ein Künstler können in eine fachspezifische Ausstellung Schwung reinbringen.



für einen erfolgreichen Messeauftritt

Tipp 4

Blickfang.

Damit der Stand stärker ins Auge fällt, empfehlen sich „Augenmagnete“. Solche Eyecatcher lenken den Blick auf den Stand: etwa große, sich bewegende oder ungewöhnlich geartete Gebilde. Moderne Medien dienen als interaktive Ansprache. Zum Eyecatcher kann selbst die Kleidung des Messteams werden: entweder durch eine uniforme Garderobe oder beim Business-Dresscode mit Akzenten durch ausgefallene Details wie verrückte Krawatten oder auffällige Schuhe.



Tipp 5

Exponiert sein!

Messeexponate sind ein effektives Instrument der Verkaufsförderung. Sie können einerseits einen Wiedererkennungswert haben, andererseits können es auch Modelle sein, die eine Funktionalität haben. Sie sollten beim Kunden den Impuls zur Kommunikationsaufnahme erzeugen.



Tipp 6

Teilen Sie aus!

Verteilen Sie Info-Flyer, Giveaways und Gutscheine – damit können Sie leichter auf die Kunden zugehen. Lassen Sie die Besucher nicht an Ihrem Stand vorbeigehen. Sprechen Sie sie an. Wenn ein Kunde länger am Stand bleibt, können Sie gezielt nachfragen: „Interessieren Sie sich für...?“ und „Darf ich Ihnen unser neues Produkt ... vorstellen?“





Nachgefragt! EIN BEISPIEL AUS EINER MARKETINGFACHABTEILUNG



Die Online-Druckerei WIRmachenDRUCK hat sich mal in ihrer eigenen Marketingabteilung umgehört, worauf es in der Praxis ankommt. Derjenige, der für Messeauftritte verantwortlich ist, muss es schließlich wissen...

In der Marketingabteilung ist man zu folgender Überzeugung gelangt: Für einen gelungenen Messeauftritt braucht man immer einen Aufhänger! Das kann ein spezielles neues Produkt sein, ein Gag oder ein grafisch auffälliges Objekt.

Nächste Empfehlung: „Zeige Deine Produkte, zeige Deine Firma!“ Wie man dabei vorgeht ist natürlich branchenabhängig – sei es eine seriöse Präsentation oder ein ungewöhnliches Spiel am Stand – ein Gewinnspiel mit Rubbellosen etwa – oder seien es firmenspezifische Give-aways, die zum Unternehmen passen sollten.

Auch der Marketingchef von WIRmachenDRUCK betont, dass der Messestand von der Art der Präsentation zur Firma passen muss, vor allem zum Corporate Behaviour bzw. zum Unternehmensverhalten und zum Corporate Design. Eine seriöse Firma wird anders auftreten als ein flippiges, junges Start-up-Unternehmen.

Und der Geheimtipp? Minimalismus führt am Ende weiter! In der Ausstattung lieber so minimalistisch wie möglich, als dass der Messestand ein Sammelsurium ist. Der Messestand sollte immer einheitlich wie aus einem Guss aussehen.

Auch wenn's banal erscheint: Vorbereitung und das Aufstellen eines genauen Zeitplans ist das A&O eines jeden Messeauftritts. Hier hat die Marketingabteilung der Online-Druckerei noch einen speziellen Insider-Tipp: Die kleinen Utensilien wie Visitenkarten, die zur Standardaustattung gehören, immer zuerst bestellen. Fehlende Roll-ups oder andere spezielle Exponate fallen nicht so sehr auf wie fehlende Visitenkarten.



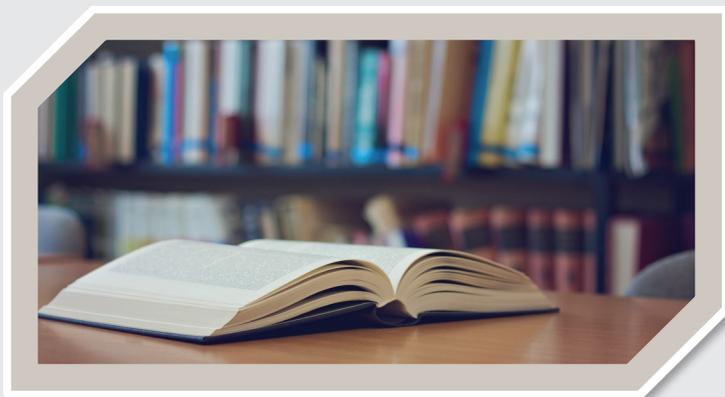
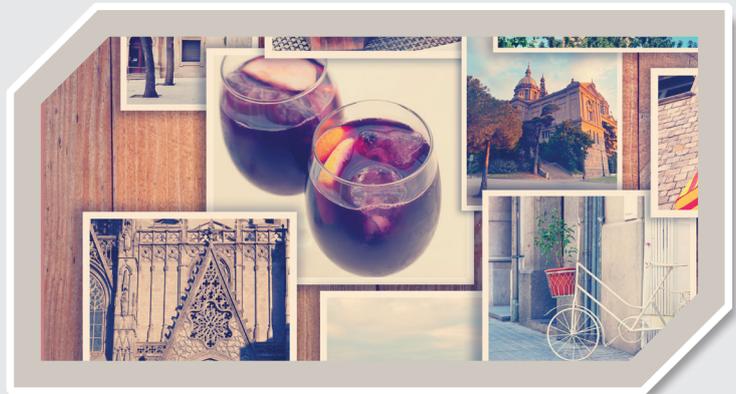
Das ABC der Kommunikationsinstrumente



Jedes gute Werbekonzept braucht die richtigen Werbemittel: Damit die Kommunikation auf der Messe gut funktioniert, spielen Instrumente eine besondere Rolle. Instrumente sind die Medien, die Ihre Botschaft transportieren. Solche Instrumente müssen zum Erscheinungsbild Ihres Unternehmens passen. Im folgenden ein paar pfiffige Werbetechnik-Ideen für den Innen- wie auch für den Außenbereich:

A wie Ansichtskarten oder Postkarten

Warum schreiben Sie nicht mal eine Ansichtskarte? Eine bunte Ansichtskarte mit einem Motiv, das mit Ihrem Unternehmen in Verbindung steht, ist immer gern mitgenommen. Postkarten sind die einfachste Art von Informationsträgern.



B wie Buch: Ein Buch spricht Bände

Geben Sie doch mal ein Buch heraus. Im Erscheinungsbild des Unternehmens gedruckt kann es etwas enthalten, was dem Tätigkeitsbereich Ihres Unternehmens entspricht – ob Lektüre, Sachbuch oder Bildband. Die Kosten können je nach Auflagenhöhe dank moderner Online-Druckereien erstaunlich günstig sein.

B wie Broschüren und Prospekte

Legen Sie an Ihrem Messe-Stand Prospektmaterial aus. Je nach Zielgruppe und Branche müssen es keine teuren Hochglanzprospekte sein. Kleinere Unternehmen können auch preisgünstig Ihre Botschaften platzieren.

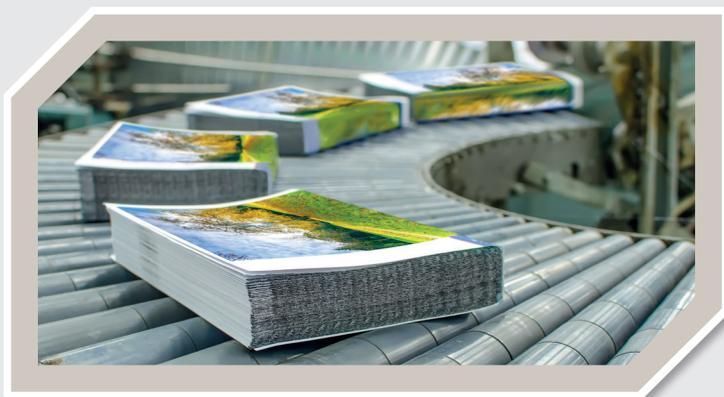


F wie Fahnen: Botschaften im Wind

Fahnen sind die wehende Visitenkarte Ihres Unternehmens und zeigen gleich, wer Sie sind. Sie sollten deshalb in Größe, Farbe, Schrift und Bild dem entsprechen, was Sie vermitteln möchten.

F wie kunstvolles Faltblatt

Ein Flyer ist ein Allrounder, der vielseitig eingesetzt werden kann: als Informationsträger, als Einladung oder zur Firmenvorstellung. Gängig sind die Formate DIN A4 oder DIN A5. Ein Faltblatt kann auch kunstvoll gefaltet oder in pfiffigen Formen beschnitten werden. Drucksachen können Sie in jeder freien Form erhalten.

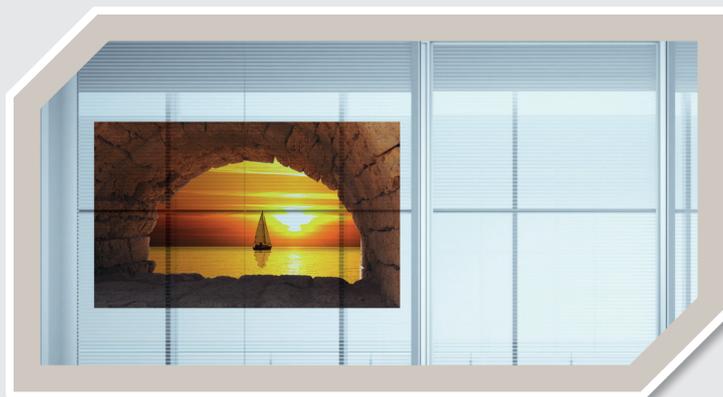


F wie Flyer: Infos kurz und knapp

Besonders unkompliziert sind Handzettel heutzutage zu bedrucken. Geben Sie Ihrer Zielgruppe Informationen an die Hand, die diese schwarz auf weiß bzw. bunt nach Hause tragen können. Heutzutage braucht die Informationsblätter niemand mehr mit seinem eigenen Computer auszudrucken. Man kann den Druckauftrag auch per Mausklick an eine Online-Druckerei schicken, die Flyer professionell bedruckt und per Post liefert.

F wie Folien: Aussagen mit Durchblick

Folien sind ein ungewöhnliches Medium, das sofort ins Auge sticht. An einer Glastür aufgehoben sorgt diese einfache Lösung für große Aufmerksamkeit. Heute gibt es selbstklebende Folie, die sich dafür bestens eignet.

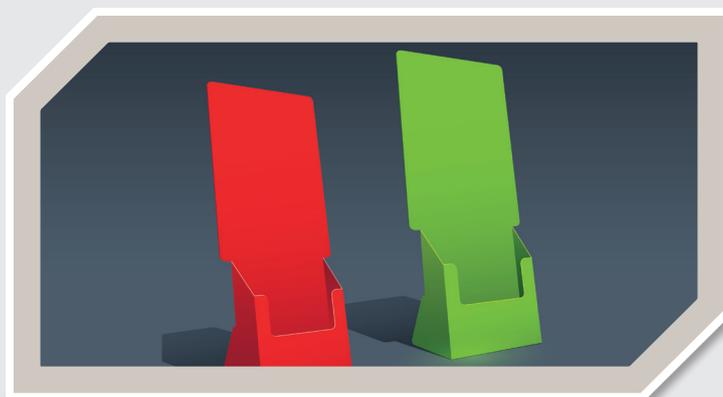


G wie Give-away

Möglichkeiten für Give-aways gibt es viele: ob Aufkleber, T-Shirts, Mousepads, Fototassen, Bierdeckel oder Süßigkeiten. Give-Aways sollten den Kunden und Geschäftspartnern vor allem eins bieten: nämlich Mehrwert. Ein Beispiel sind die beliebten Putzer fürs Smartphone: Sie sind klein, passen leicht in jede Tasche. In der magnetischen Variante trägt man sie sogar am Handy mit sich herum. Ein anderes Beispiel sind bedruckbare Getränkedosen: Getränkedosen erfüllen so gesehen ein Grundbedürfnis der Messebesucher. Sie stillen den Durst. Mit Ihrer Werbebotschaft versehen, sind sie obendrein eine ausgefallene Marketing-Idee. Eine weitere beliebte Marketing-Masche, die sogar schmeckt, sind Süßigkeiten. Hochwertige Fruchtgummi-Päckchen oder Dragees finden immer Abnehmer.

K wie Kartenbox: Richtig präsentieren

Wenn Sie Ihre Flyer oder Postkarten gut präsentieren möchten, bieten sich Kartenboxen gut an. Die sind je nach Ausführung z.B. aus Karton sehr günstig zu bedrucken...



K

wie Kundenstopper

Gut aufgestellt! Der Klassiker unter den Werbesystemen ist immer noch ein Kundenstopper. Die Werbetafeln sind als Infoboard zu Veranstaltungen beispielsweise nicht mehr wegzudenken.



L

wie Leuchtkasten

Rücken Sie Ihr Unternehmen ins rechte Licht. Mit Beleuchtung kann man bei der visuellen Gestaltung des Messestands ideale Effekte erzeugen. Ihre Dienstleistungen und Produkte sollen auffallend präsentiert werden. Grundsätzlich sollte die Beleuchtung eines Messestands nicht blenden. Leuchtkästen können wichtige Aussagen dezent betonen.

M

wie Magnetfolien

Magnetfolien mit einem auffälligen Motiv werden zu Augenmagneten und wecken das Interesse. Sie sind heutzutage unkompliziert in allen Größen und Formen zu bedrucken. Ob rechteckig, rund, mit vorgefertigter Stanzform oder in freier Form – alle Stanzformen sind möglich.



M

wie Messetheke: Präsent sein mit einem Informationstisch

Ihre Botschaften liegen aus: Ein Infotisch kann aus einer interessant gestalteten Messetheke bestehen. Das notwendige Informationsmaterial oder kleine Give-Aways legen Sie einfach aus – fertig! Darüber hinaus bietet die Messetheke ganz praktisch Stauraum für Messezubehör.

M

wie Messewand

Man muss nicht unbedingt gleich einen individuellen Messestand kreieren lassen, um sich von der Masse abzuheben. Auch vorgefertigte Werbetechnik kann perfekt auf die Kernaussage Ihrer Firma zugeschnitten sein. Die Vorteile: ein geringerer finanzieller Aufwand für die Herstellung, die Messewände sind schnell aufzubauen und auch ein Ersatzdruck für die nächste Messe mit anderem Schwerpunkt ist mit wenig Aufwand möglich.



P

wie Papiertragetasche: Alles bestens im Griff

Drucken Sie Ihr Logo auf Papiertragetaschen und verteilen Sie diese auf der Messe. So geben Sie Ihre Werbebotschaft Messebesuchern in die Hand.

P

wie Plakate: Infos knapp und groß

Wahre Größe zeigen Handzettel, wenn Sie auch als Plakat eingesetzt werden. Gestalten Sie Ihr eigenes Plakat. Online-Druckereien stellen großformatige Plakate in kleinen Serien oder auch in großer Auflage her.



R

wie Rollup-Display

Was früher die Litfaßsäule war, ist heute ein Rollup-Display. In der Informationsverbreitung spielt es eine immer bedeutendere Rolle – ob großformatig oder auch als kleines Mini-Rollup für den Tisch.

S wie Schilder: Ihr Anliegen schildern

Schilder haben Signalcharakter; sind also wichtig für die Werbewirksamkeit – ob es sich um Firmenschilder handelt, Werbeschilder oder um historischen Motiven nachgeahmte Schilder.



V wie Visitenkarten

Visitenkarten sind ein unbedingtes Muss auf einer Messe. Besucher eines Messestandes ziehen Visitenkarten immer dicken, unhandlichen Firmenbroschüren vor, weil man sich die Infos ja schließlich damit auch noch später nach der Messe holen kann.



Z wie Zeitung: Ihr Anliegen publizieren

Viele Messgesellschaften veröffentlichen Informationen über Produktneuheiten oder herausragende Dienstleistungen vorab, bieten Pressefächer an oder geben sogar eine eigene Messezeitung heraus. Nutzen Sie diesen Service, um sich publik zu machen. Oder geben Sie Ihre Informationen gar selbst in Form einer Zeitung heraus.





Checkliste für einen gelungenen Messeauftritt

Vorbereitung nach Plan

- ✓ Ideen sammeln und Konzept ausarbeiten
- ✓ Welcher Standtyp bietet sich – je nach Budget – an? Reihen-, Eck-, Kopf- oder Insel- bzw. Blockstand? Welcher Standplatz ist strategisch geschickt?
- ✓ Welche Angebote sollen präsentiert werden – nur ein Leistungsspektrum oder eine Präsentation des ganzen Unternehmens? Welche Exponate braucht man dafür?
- ✓ Beleuchtung schafft Emotionen und kann Akzente setzen: also ein gutes Beleuchtungskonzept ausarbeiten
- ✓ Messestand buchen und konkrete Planung
- ✓ Einen detaillierten Zeitplan erstellen
- ✓ Organisation für das Messteam: Anreise, Hotelübernachtung, Kleidung, Arbeitsplan etc.
- ✓ Termine frühzeitig planen
- ✓ Material und Werbetechnik erstellen und herstellen lassen

Die Grundausrüstung

- ✓ Visitenkarten
- ✓ Infomaterial
- ✓ Firmenbroschüre
- ✓ Postkarten

Standplanung

- ✓ Ist der Stand gut geplant?
- ✓ Gibt es genügend Lagerfläche, um Materialien zu verstauen, z.B. hinter der Messewand? Gut geeignet, Dinge verschwinden zu lassen, ist auch eine runde, geschlossene Messetheke.
- ✓ Sind die Messekriterien berücksichtigt? Z.B. darf ein Roll-up o.ä. nicht auf den Durchgang hinausragen.
- ✓ Sonstige Messerichtlinien beachten! Z.B. darf die Lautstärke von Geräuschen oder Musik eine bestimmte Dezibelzahl nicht übersteigen.
- ✓ Ist für musikalische Live-Vorführungen die Genehmigung der GEMA einzuholen?

Die richtige Leadgenerierung

- ✓ Beachten Sie die korrekte Leadgenerierung, z.B. bei einem Gewinnspiel nicht die datenschutzrechtlichen Hinweise vergessen.
- ✓ Schon ein Konzept für den weiteren Dialogaufbau zu den Neukunden in der Tasche?
- ✓ Das Datenschutzrecht gilt streng genommen auch für Visitenkarten, die man Ihnen auf der Messe überlässt. Entsprechende Vermerke auf der Visitenkarte sind hier hilfreich.

Follow-up nach der Messe

- ✓ Auswertung: Wie viele Besucher waren am Stand? Wie viele Abschlüsse wurden getätigt? Welche Berichterstattung gab es?
- ✓ Ergebnisse zur Präsentation bei der Geschäftsleitung zusammenfassen



WIRmachenDRUCK ist eine innovative Online-Druckerei für Digital- und Offsetdruck und der Partner für alle Fragen rund um Printlösungen. Das Onlineportal www.wir-machen-druck.de bietet ein reiches Sortiment an Drucksachen für Indoor und Outdoor: Neben klassischen Druckerzeugnissen wie Broschüren, Postkarten und Bücher kann man auch Werbemittel für die Außenwerbung über das OnlinePortal in den Druck geben: Plakate, Schilder, Planen, Banner, Hissflaggen und vieles mehr.

WIRmachenDRUCK liefert die Druckerzeugnisse ungeachtet der Auflage an Privat- und Geschäftskunden in 17 europäische Länder – in bester Qualität zum günstigen Preis.

Impressum

WIRmachenDRUCK GmbH

Mühlbachstr. 7
71522 Backnang
Deutschland

0711 995982 -20 (Tel)
0711 995982 -21 (Fax)
[info\[@\]wir-machen-druck.de](mailto:info[@]wir-machen-druck.de)
www.wir-machen-druck.de

Geschäftsführer: Samuel Voetter, Johannes Voetter

Registergericht: Stuttgart
Registernummer: HRB 727418
Steuernummer: 65205/81772
UST-ID-Nr. DE261317770



WIRmachenDruck.de
Sie sparen, wir drucken!



WirmachenDruck.de

Sie sparen, wir drucken!