
CHECKLISTE MESSE-TEILNAHME

1. KONZEPTIONSPHASE (12 BIS 9 MONATE VOR MESSEBEGINN)

- Entscheidung zur Messteilnahme**, geeignete Messe(n) recherchieren, dabei Messedaten zu Ausstellerlisten, Statistiken, Zielgruppen, Teilnahmebedingungen und -konditionen berücksichtigen
- Teilnahmeunterlagen** / Anmeldung bei Messeveranstalter anfordern
- Ziele des Messeauftritts festlegen**: Bestandskundenpflege, Neukundengewinnung, Marktpräsenz demonstrieren, Verkauf, Imagepflege, Informationsaustausch, Kundenbedarf erforschen
- Eventuelle Fördermöglichkeiten** klären, Unterstützung bei IHK / HWK oder Bundeswirtschaftsministerien suchen
- Art der Präsentation** auf Messe sowie zu zeigende Produkte / Leistungen / Exponate definieren
- Standkonzeption** erarbeiten lassen: Einzelstand / Gemeinschaftsstand, Standgröße, Standlage und -form, Möblierung (eigene oder fremde), Beleuchtung, etc. - *Beziehen Sie hier unbedingt einen erfahrenen Messebauer ein. Beachten Sie eventuelle Auflagen des Veranstalters.*
- Detaillierte Budgetkalkulation**:
 - Aussteller-Flächenmiete (Standfläche in qm x Flächenpreis)
 - Aussteller-Nebenkosten (Wasser und Strom zzgl. Anschluss, Reinigung, Bewachung)
 - Standkosten (Mietstand oder Kaufstand, Grafikproduktion)
 - Standnebenkosten (Transport, Montage)
 - Personalkosten (eigenes und fremdes Personal, Schulung, Anreise, Verpflegung)
 - Sonstige (Druckerzeugnisse, Werbung, Gema, Werbegeschenke, Events, Fotograf, Versicherungen)
- Entscheidung zur Messteilnahme und Buchung**
 - **Eventuelle Anmeldeunterlagen des Veranstalters durcharbeiten**
 - **Wünsche zu Standpositionen etc. äußern**
- Projektverantwortlichen** / Projektteam festlegen. Sofern vorhanden: Ergebnisse der Nachbereitung aus Vorjahr einbeziehen

2. PLANUNGSPHASE (9 BIS 6 MONATE VOR MESSEBEGINN)

- Termine planen und Kapazitäten festlegen**
 - Herstellung eventuell benötigter Exponate, Muster, Modelle
 - Festlegung des relevanten Personals sowie deren Anreisedaten (Zeitpunkt, Anreise per, Übernachtung)
 - Termine für Auf- und Abbau des Messestands
 - Festlegung Deadline für Druckerzeugnisse (Broschüren, Visitenkarten etc. möglichst gemeinsam in Druck geben, um Geld zu sparen)
- Details zur Messestandkonzeption festlegen**
 - Bodenbeläge
 - Benötigtes Mobiliar mieten bzw. aus Eigenbestand (Theken, Küche, Stühle, Hocker, Tische, Prospektständer, Monitore etc.). Holen Sie hier am besten ein [Vergleichsangebot](#) ein.
 - Elektrogeräte (Kühlschränke für Getränke, Kaffeemaschinen, Beleuchtung...)
 - Catering
 - Events / Aktionen während der Messe (Gewinnspiele, GiveAways, Fachvorträge...)

3. VORBEREITUNGSPHASE (6 BIS 3 MONATE VOR MESSEBEGINN)

- Vor-Ort-Bedarf festlegen und richten (siehe auch [Aussteller-Box](#)): Permanentmarker, Papier, Schere, Klebeband, ausreichend Kugelschreiber, Verlängerungskabel, Mehrfachsteckdosen, Staubsauger, Erste-Hilfe-Kasten, Werkzeugset, Papiertücher, Reinigungsmittel, Telefonliste aller Ansprechpartner, Handkasse mit Wechselgeld, Quittungsblock, Heftgerät, Locher, Hallenplan etc.
- Standbewirtung festlegen: Softdrinks, Kaffee, Snacks, Essen für Mitarbeiter, Geschirr, Besteck, Flaschenöffner, Zucker, Milch, Süßstoff, Servietten
- Standausstattung festlegen: Pressemappen, Broschüren, Gastkarten, Terminplaner, Kopierer / Drucker / Faxgerät / Scanner, Monitore / TV Geräte, Computer, Mehrfachsteckdosen und Verlängerungskabel, beglaubigte Dokumente zu Patenten / Marken / Schutzrechten, Materialmuster
- Mehrere Exemplare dieser Checkliste ausdrucken, auch um künftige Ergänzungen festzuhalten

4. KONKRETISIERUNGSPHASE (3 BIS 0 MONATE VOR MESSEBEGINN)

- Transport und Montagetermine mit zuständigem Messebauunternehmen festlegen. Sofern gewünscht: Prüfung ob vorhandene Messestandteile unbeschädigt und ausreichend für geplanten Stand, eigene Spedition beauftragen, Versicherung vereinbaren, Terminabsprache mit Messeveranstalter, benötigte Gerätschaften / Personal buchen, eventuelle Zollbestimmungen klären, Messestandprüfung auf Vollständigkeit und Funktion
- Druckerzeugnisse bestellen: Broschüren, Visitenkarten, Poster, Verkaufsunterlagen, Auftragsdokumente, Briefpapier, Pressemappen etc.
- Besucher werben: Werbung in Magazinen / Fachzeitschriften, relevante Zielgruppen per Post / Mailing kontaktieren und einladen, Hinweise auf Geschäftsdokumenten, E-Mail-Signatur um Messedaten ergänzen, prominenter Hinweis auf eigener Website, Eintrag in Messekatalog, Regionale Presse informieren
- Personal für anstehende Messe schulen (fachlich, persönlich, methodisch)
- Messeordner anlegen: Buchungen bzw. Reservierungsbestätigungen Bahn / Flug / Hotel, Hallenpläne, Telefonliste Ansprechpartner, Ausstellerkarten für Personal
- Standverantwortliche festlegen und Notfallpläne besprechen

5. DURCHFÜHRUNG DER MESSE

- Personal direkt vor Veranstaltungsbeginn nochmals auf wichtigste Punkte und Zielsetzung der Veranstaltung hinweisen, Standverantwortlichen für Fragen kommunizieren
- Regelmäßig Bestand an Getränken, Informationsmaterialien etc. kontrollieren
- Eigenen Rundgang auf Veranstaltung einplanen / vornehmen: Wettbewerbsbeobachtung, Anreize für nächste eigene Messeaktivität planen, Wunschstandort für nächste Messe notieren

6. NACHBEREITUNGSPHASE (0 BIS 2 MONATE NACH DER MESSE)

- Zeitnah Brainingstorming im Team: Was ist gut gelaufen, wo sind Verbesserungspotenziale. Fazit Messepersonal, Außendienst, Projektverantwortliche. Messebericht erstellen.
- Anfragen von Kunden, Presse und möglichen Kooperationspartnern bearbeiten
- Buchung der Folgemesse, ggf. so Frühbucherbonus und Wunschplatz sichern