

Messekonzept

für das Unternehmen: ZEUS Anlagenbau GmbH

Studiengang Betriebswirtschaft (Bachelor); WS 2009/2010

Zum WM 12.4.2 Konzeptorientiertes Marketingprojekt / Kompetenzfeld Marketing-Vertrieb

Präsentiert von: Stefanie Hudy
Janina Kuhrt
Stefan Magolz
Sophie Strauss
Stefanie Wieck

Betreuer: Prof. Dr. Christian Feuerhake

Wismar, 19.01.2010





Gliederung

- 1 Kurzvorstellung des Unternehmens
- 2 Unternehmensziele und daraus abgeleitete Messeziele
- 3 Z 2011 – Die Zuliefermesse in Leipzig
- 4 MesseNutzenCheck
- 5 Messekonzept
 - 5.1 Messenvorbereitung → Messeförderung und -schulung
 - 5.2 Messedurchführung
 - 5.3 Messenachbereitung
- 6 Standdesign



1 Kurzvorstellung des Unternehmens

→ seit April 2005 Standort Wismar

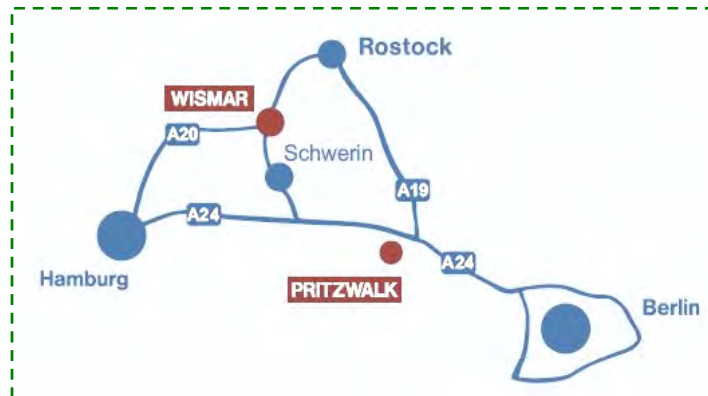
- Fertigung von Einzel- und Serienteilen, Vorrichtungen und Anlagen
- 14 Mitarbeiter, 3 Auszubildende

→ seit Januar 2005 Standort Pritzwalk

- Teile mit größeren Abmessungen
- 23 Mitarbeiter, 5 Auszubildende

→ folgende Leistungen werden angeboten:

- Fräsen, Drehen, Sägen
- Schweiß- und Schlosserarbeiten
- Tieflochbohrungen
- Umstempelung zeugnispflichtiger Materialien
- Integration üblicher Metallverarbeitungstechnologien



Quelle: ZEUS Anlagenbau GmbH, www.zeus-anlagenbau.de, Anfahrt, 2009.



Quelle: ZEUS Anlagenbau GmbH, www.zeus-anlagenbau.de, Logo, 2009.



2 Unternehmensziele und daraus abgeleitete Messeziele

Allgemeine wirtschaftliche Ziele

- Wirtschaftskrise bestehen / Stabilität wiedererlangen
- Auftragslage in Mittel- und Süddeutschland ausweiten
- Vergrößerung des Maschinenfuhrparks



Abhebung von der Konkurrenz

Individuelle Messeziele des Unternehmens:

- bestehende Kundenkontakte halten und pflegen
- neue Kundenkontakte akquirieren
- Präsenz zeigen / Bekanntheit steigern



3 Z 2011 – Die Zuliefermesse in Leipzig

<u>Schwerpunkt:</u>	Zulieferung für Automobilindustrie, Maschinen- und Anlagenbau
<u>Daten 2009:</u>	
Aussteller:	501, aus 24 Ländern
Besucher:	ca. 10.000, Interessenten der Bereiche Einkauf und Beschaffung, Produktion und Fertigung, Forschung und Entwicklung
Turnus:	2-jährig
Zeitraum:	01. - 04.03.2011
Bruttofläche:	14 000 qm
Nettofläche:	6 103 qm
<u>Auswahlkriterien:</u>	<ul style="list-style-type: none">- branchenbezogen- Verbundeffekt mit der intec- umfangreiches Angebot an Serviceleistungen seitens der Messegesellschaft Leipzig



Messekalkulation für die Z 2011 - Die Zuliefermesse in Leipzig:

Standfläche

Reihenstand

123,00 EUR/m² x 15 m² = 1.845,00 EUR

AUMA-Gebühr

0,60 EUR/m² x 15 m² = 9,00 EUR

Zusatzprodukte

Titel	Menge	Einzelpreis	Gesamtpreis
Werbepauschale	1 Stck.	90,00 EUR	90,00 EUR
Elektroanschluss 2 kW inkl. Verbrauch	2 Stck.	147,10 EUR	294,20 EUR
Kühlschrank	1 Stck.	57,00 EUR	57,00 EUR
Internetanschluss am Stand	1 Stck.	360,00 EUR	360,00 EUR
Hotelkategorie 3	9 Nächte	70,00 EUR	630,00 EUR
Standreinigung	60 qm	0,40 EUR	24,00 EUR
Kleinbus im Messegelände	4 Tage	7,14 EUR	28,56 EUR

Katalogeintrag

Katalogpreis: 150,00 EUR

Endpreis: 3.487,76 EUR

Bei Anmeldung bis zum 15.09.2010
Frühbucherrabatt = 10% auf Mietfläche

Endpreis: 3.303,26 €





4 MesseNutzenCheck

In 3 Schritten zum Messeerfolg:

1. a+b Ziele festlegen → Stammkundenpflege, Neukundengewinnung, Präsenz
2. Budget festlegen → Grundlage: Messekalkulation der Z 2011 - Die Zuliefermesse, Annahmen
3. Nutzen ermitteln → Alternativ-Kosten von **321.648 €**
Messebeteiligungs-Kosten von **8.400 €**

Mein MesseNutzenCheck:			
1a	Nutzwert der Messebeteiligung: quantitativ / operativ	+	321648 €
1b	Nutzwert der Messebeteiligung: qualitativ / strategisch	+	3360 €
2	Gesamtkosten der Messebeteiligung	-	8400 €
3	Nutzwert-Kosten-Vergleich der Messebeteiligung	=	316608 €

→ 40% Nutzwert der qualitativ / strategischen Messeziele an den Gesamtkosten der Messebeteiligung

Quelle: AUMA, Messe fit, MesseNutzenCheck - ZEUS, 2010, S. 1.



Der Nutzwert-Kosten-Vergleich hat ein positives Ergebnis - die Messebeteiligung rechnet sich!



5 Messekonzept

5.1 Vorbereitung- Wirtschaftsförderung

Höhe: Förderhöchstsatz von 50% für die Standmiete; mind. 1000 € - max. 6000 €

 ca. 1.100 €

Information: www.lfi-mv.de

5.1 Vorbereitung- Messeschulung

Zeitpunkt: **04.02.2010, 09:00 – 13:00 Uhr - Messeseminar "Fit für die Messe"**

Schwerpunkte: Messeziele, Gewinnung notwendiger Informationen, Präsentation auf dem Messestand, Vorbereitung / Einsatz Standpersonal, Kommunikation, Messenacharbeit

Referent: Messetraining Barbara Harbecke

Ort: IHK zu Schwerin

Kosten: 25,00 €



5.2 Durchführung

Zeitplan/ Checkliste: Entwicklung Messestand
Werbemittelplanung ...

Besuchsbericht: Kontaktdaten
Gesprächsthema
getroffene Vereinbarungen



Grundlage für Messenachbereitung



5.3 Messenachbereitung

- Versand gewünschter Informationen
- sofortige Bereitstellung aller relevanten Daten an die für die Nachbearbeitung verantwortlichen Mitarbeiter



zu langes Warten der Interessenten auf Unterlagen führt zu Wettbewerbsnachteilen und Umsatzverlusten

- Auswertung





6 Standdesign

Grafik Messestand Variante 1



Vorschläge für Werbeslogans:

- ZEUS -
Präzision mit einschlagendem Erfolg
- ZEUS -
Die Kraft der Präzision
- ZEUS -
Unsere Präzision ist Ihr Erfolg
- ZEUS -
Göttliche Kraft für Ihren Erfolg
- ZEUS -
Göttliche Präzision für Ihren Erfolg



Grafik Messestand Variante 2



Quelle: Stefan Magolz, Hochschule Wismar, Fakultät Gestaltung / Architektur, Standdesign, 2009 / 2010.