

Messekonzept

für das Unternehmen:



HANSE TEE CONTOR

Projektteam:

Julija Berzina
Sabrina Kost
Marcus Kronbügel

Gestaltung:

Stefanie Schüch





Der Aufbau der strategischen Messekonzepte

1. Das Unternehmen
2. Bisherige Messeerfahrung
3. Strategische Unternehmens- und Messeziele
4. Der Messe-Nutzen-Check
5. Auswahl einer geeigneten Messe
6. Das Messekonzept
 - a) Messenvorbereitung
 - b) Messedurchführung
 - c) Messenachbereitung
7. Die gestalterische Idee



1. Das Unternehmen

- gegründet 1992
- Familienbetrieb
- Geschäftsführer: Herr Brenner
- Produktbereich: (individueller) Tee, Likör, Wein, Süßwaren, Konfitüre, Sanddornprodukte, verschiedene Geschenkgestaltungen



2. Bisherige Messeerfahrung

- „early bird“, Hamburg (Januar, Juli/August)
- „CADEAUX“, Leipzig (Februar, September)
- bereits Messförderung beansprucht



3. Strategische Unternehmens- und Messeziele

Quantitativ

- 10 Neukunden
- 30- 40 Vertragsabschlüsse

Qualitativ

- Erschließung neuer Märkte
- Präsentation von Produktneuheiten
- Stammkundenpflege



4. Messe-Nutzen-Check

- durchgeführt mit Software vom AUMA
- Positives Ergebnis
- Fazit: **Messe ist für das Unternehmen gerechtfertigt und erfolgsversprechend!**



5. Auswahl der geeigneten Messe



- Fachmesse für Kaffee, Tee, Kakao
- Hamburg, alle 2 Jahre
- International
- Relativ junge Messe
- Abdeckung westdt. Raum



6. Das Messekonzept

a) Messevorbereitung

- Messeziele definieren
- Fördermittel-Möglichkeiten klären
- Standkonzept definieren
- Exponate auswählen → neue Produkte
- Werbemaßnahmen definieren
- Einladungen an Stammkunden und Interessenten verschicken
- Terminabsprachen treffen
- Personaleinweisung



b) Messedurchführung

- 19.09. Standaufbau
- 20.09. 1. Messetag: Pressearbeit,
Wettbewerber analysieren
- 21./22.09. 2./3. Messetag: Eingehen auf das Vortagsgeschehen

- durchschnittl. Messegespräch: 30 bis 45 Minuten
- Messe-Besuchsberichte ausfüllen



c) Messenachbereitung

- 23.09. Standabbau
- bis 2 Wochen danach Messenacharbeit und Erfolgskontrolle
- Inhalt: Messebesuchsberichte auswerten
 - Nachgespräch mit den Mitarbeitern
 - Kostennachkalkulation



7. Die gestalterische Idee



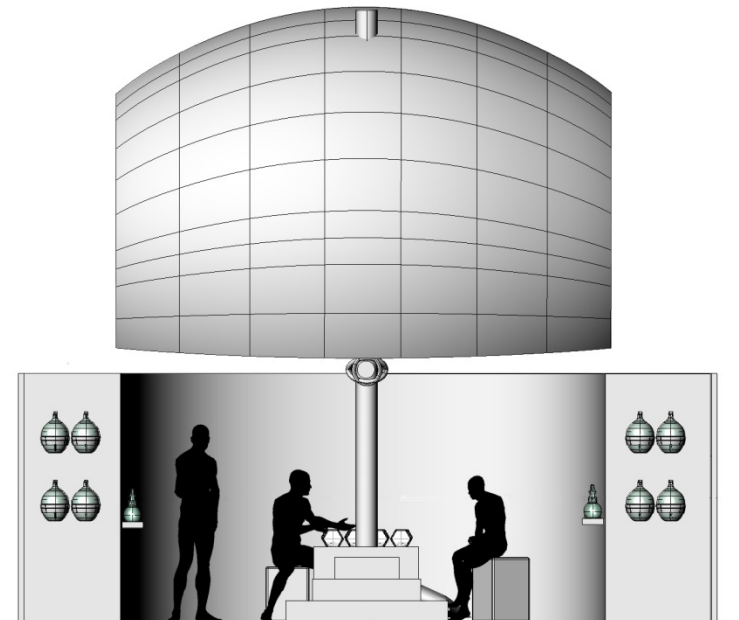
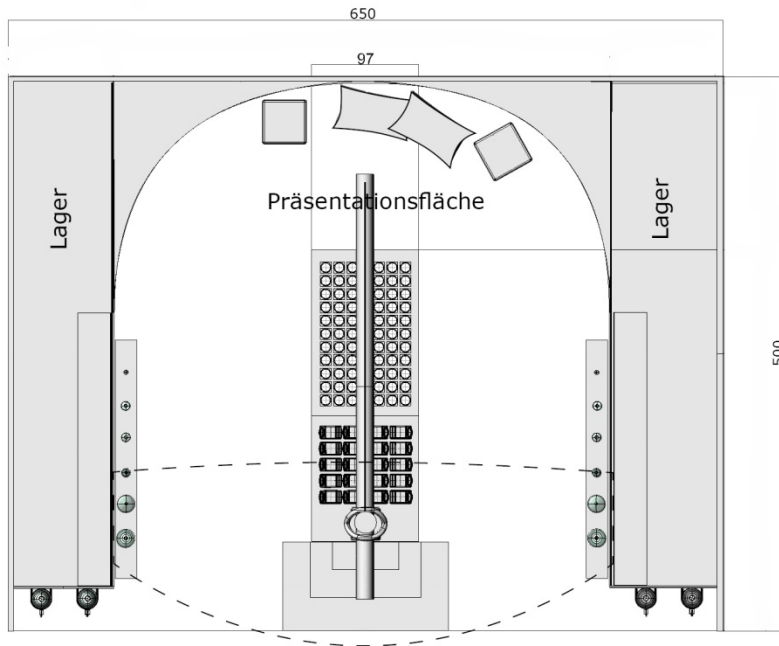


7. Die gestalterische Idee





7. Die gestalterische Idee





7. Die gestalterische Idee

