

1. Record Nr.	UNINA9910794117703321
Autore	Esche Anna-Katharina
Titolo	Messen professionell managen : das Handbuch fur Messeorganisation / / Anna-Katharina Esche and Lars Lockemann
Pubbl/distr/stampa	Gottingen : , : BusinessVillage, , [2017] ©2017
ISBN	3-86980-340-1
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (250 pages)
Disciplina	659.152068
Soggetti	Trade shows - Management Trade shows - Planning Project management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Intro -- Inhalt -- Checklisten- und Arbeitshilfenverzeichnis -- Die Autoren -- Vorwort -- 1. Die Messewelt - Orientierung und Uberblicke -- 1.1 Der Messemarkt Deutschland im Uberblick -- 1.2 Messtypen - eine Übersicht -- 1.3 Kriterien fur die Auswahl einer Messe -- 1.4 Informations- und Recherchequellen -- 2. Ihre Rolle und Ausgangsposition als Messemanager -- 2.1 Was ist ein Messemanager? -- 2.2 Immer empfehlenswert: Bestimmung des eigenen Status quo -- 2.3 Der Projekt-Steckbrief - Ihr Arbeitsauftrag -- 2.4 Die Grenzen Ihrer Rolle -- 3. Projektstart -- 3.1 Messe-Projektteam und Messe- Organigramm -- 3.1.1 Teamarbeit planen -- 3.1.2 Das Team aufstellen und strukturieren -- 3.2 Projektphasen und Projektplanung -- 3.2.1 Einteilung in Projektphasen und Teilprojekte -- 3.2.2 Die Projektplanung - vom Groben ins Detail -- 3.2.3 Zeitliche Planung -- 3.2.4 Risikoermittlung -- 3.3 Budget -- 3.3.1 Projekte ohne Budgetvorgabe -- 3.3.2 Projekte mit festem Budget -- 3.4 Zusammenarbeit mit Dienstleistern und externen Partnern -- 3.5 Information und Kommunikation im Projekt -- 3.5.1 Kick-off- Workshop -- 3.5.2 Weitere Meetings und regelmaÙige Treffen -- 3.5.3 Meetings vor- und nachbereiten -- 3.5.4 Der Statusbericht -- 4. Messekonzeption -- 4.1 Messeziele -- 4.2 Messezielgruppe und Zielpersonen -- 4.3 Kommunikationskonzept -- 4.3.1 Drei Phasen der

Kommunikation -- 4.3.2 Maßnahmen Kommunikation und  
Besuchermarketing -- 4.3.3 Messeeinladung - nicht zu unterschätzen  
-- 4.4 Presse zur Messe -- 4.4.1 Medien als Multiplikatoren des  
Messeerfolges -- 4.4.2 Medienarbeit: Eine Sache für Spezialisten --  
4.4.3 Vorgehensweise -- 4.4.4 Festlegung der Maßnahmen -- 4.5  
Messe-Leadmanagement -- 4.5.1 Messe-Leadmanagement - was ist  
das genau? -- 4.5.2 Vorgehen Messe-Leadmanagement -- 5. Der  
Messestand -- 5.1 Standflächen und Standarten -- 5.2 Funktionale  
Standzonen.  
5.3 Anforderungen an das Standdesign -- 5.4 Exponate, (Produkt-)  
Präsentation und Medientechnik -- 5.5 Standbau-Budget -- 5.6  
Briefing zu Standdesign und Standbau -- 5.6.1 Inhalte des Briefings --  
5.6.2 Angebote einholen -- 5.6.3 Standkonzeption und Standbau  
einzeln oder getrennt vergeben? -- 5.7 Einkauf von Messeständen --  
5.7.1 Kauf oder Miete? -- 5.7.2 Auswahlinstrumente -- 5.7.3 Pitch --  
5.7.4 Ausschreibung -- 5.7.5 Workshop -- 6. Der Erfolgsfaktor  
Standteam -- 6.1 Anforderungen und Auswahlkriterien -- 6.1.1 Die  
Teamaufstellung: Personalbedarf für die Messe -- 6.1.2 Auswahlpool  
für das Standteam -- 6.1.3 Einbindung von externem Personal -- 6.2  
Vorbereitung und Organisation des Standteams -- 6.2.1 Formate der  
Standteam-Information -- 6.2.2 Standteam-Briefing -- 6.2.3  
Standteam-Information A-Z -- 6.2.4 Messtraining -- 6.2.5 Messe-  
Knigge -- 6.2.6 Standteam-Kick-off -- 6.2.7 Messe-Briefings -- 6.2.8  
Messe-Coaching -- 6.2.9 Standteam-Feedback -- 6.3 Ein Wort zum  
Schluss -- 7. Realisierungsphase -- 7.1 Standleitung -- 7.2 Der  
Messeordner -- 7.3 Der Messe-Regieplan -- 8. Erfolgskontrolle -- 8.1  
Leadauswertung -- 8.2 Wettbewerbsanalyse -- 8.3 Besucherbefragung  
-- 8.4 Standteambefragung -- 8.5 AUMA\_MesseNutzenCheck (MNC) --  
9. Projektabschluss -- 9.1 Messe-Abschluss-Workshop -- 9.2 Messe-  
Abschlussbericht -- 9.3 Messe-Dokumentationsjournal -- 9.4  
Persönliche Lessons Learned -- 10. Auslandsmessen -- 10.1 Andere  
Länder, andere Messen -- 10.1.1 Brasilien -- 10.1.2 China -- 10.1.3  
Indien -- 10.1.4 Russland -- 10.1.5 USA -- 10.1.6 Vereinigte  
Arabische Emirate -- 10.2 Organisatorisches und Marketing -- 11.  
Alles, was Recht ist -- 11.1 Der Ausstellervertrag -- 11.2 Der  
Messebauvertrag -- 11.3 Arbeitsrecht und Mindestlohn -- 11.4  
Wichtige Genehmigungen -- 11.5 Gut zu wissen - messerelevante  
Besonderheiten.  
11.5.1 Schutz des geistigen Eigentums - Produktpiraterie  
und Markenschutz -- 11.5.2 Anbieter inoffizieller  
Ausstellungsverzeichnisse -- 11.6 Versicherungen -- Nachwort --  
Literaturverzeichnis.

---