

Claudia Ossola-Haring (Hg.)

DIE **150** BESTEN CHECKLISTEN

ZUM EVENT- UND MESSEMANAGEMENT

- Eventvorbereitung und -durchführung
- Messeauswahl und -betreuung
- Erfolgskontrolle und Nachbereitung

MIT CD-ROM



Claudia Ossola-Haring (Hg.)

Die 150 besten Checklisten zum Event- und Messemanagement

- Eventvorbereitung und -durchführung
- Messeauswahl und -betreuung
- Erfolgskontrolle und Nachbereitung

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-636-03126-6

© 2008 by mi-Fachverlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München.
www.mi-fachverlag.de

Lektorat: Stephanie Walter, München
Umschlaggestaltung: Jarzina Kommunikations-Design, Holzkirchen
Satz: TypoGrafik S. Kampczyk, Mering

Printed in Austria

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Inhalt

Vorwort	7
1 Checklisten Eventmanagement	9
1.1 Strategische Startrampe	9
1.2 Strategische Umfeldanalyse	12
1.3 Strategieumsetzung	13
1.4 Motto und Slogan für Events	14
1.5 Customer-Relationship-Management (CRM) durch Events	16
1.6 Eventvorbereitung und Eventpräsentation	17
1.7 Make or buy – Events selbst gestalten und durchführen oder nicht?	19
1.8 Ideenmanagement zur Eventvorbereitung	26
1.9 Eventlebenszyklus	30
1.10 »Trend-Datenbank«	31
1.11 Analyse von Events	34
1.12 Qualitätsmanagement bei Events	38
1.13 Veranstaltungsmanagement	46
2 Checklisten Messemanagement	63
2.1 Strategische Startrampe	63
2.2 Strategische Umfeldanalyse	65
2.3 Strategieumsetzung	83
2.4 Grundsatzentscheidung Messeteilnahme	86
2.5 Marketingkonzept bei Messebesuchen	103
2.6 Marketingstrategien auf Messen	104
2.7 Konflikte und Krisen meistern	117
2.8 Marktanalyse	120
2.9 Messeteilnahme	122
2.10 Messeplanung	132
2.11 Messeaußendienst	146
2.12 Mitarbeiter	149
2.13 Erfolgreich verkaufen auf der Messe	152
2.14 Messestandort-Check	164
2.15 Messeattraktivität	170
2.16 Reisevorbereitung	172
2.17 Spezial: Personalrecruiting-Messen	174

3	Allgemeine Checklisten für Events und Messen	181
3.1	Unternehmensführung, Management und Personal	181
3.2	Aus- und Weiterbildung der Messe-/Event-Mitarbeiter	187
3.3	Messe- und Event-Controlling im Einklang mit dem strategischen Controlling	188
3.4	Marketing und Werbung bei Messen und Events	191
3.5	Wissensmanagement	196
3.6	Pressearbeit bei Messen und Events	207
	Autoreninformation	211
	CD-Benutzerhinweise	213

Autoreninformation



Dr. Claudia Ossola-Haring ist Journalistin, Herausgeberin, Publizistin, Professorin für betriebswirtschaftliche Themen im Fachbereich Medien und Kommunikationsmanagement und seit April 2008 Rektorin der SRH Hochschule Calw, erfahrene Seminarleiterin und Referentin auf vielen Tagungen und Kongressen. Ihre Leidenschaft gehört der Wirtschaft – ein Themengebiet, das ihrer Meinung nach zu Unrecht als »dröge« abqualifiziert wird. Im Gegenteil: Das Thema »Wirtschaft« kann ganz schön spannend sein, weil es nahezu alle Lebensbereiche durchdringt – also auch die vorgeblich rein privaten und »schönen« – und erhebliche Auswirkungen hat. Weil das so ist, hat sie sich zum

Ziel gesetzt, komplexe Themen auf verständliche Weise ihren Lesern oder Zuhörern und Studierenden näherzubringen. Ihr Credo: »Wirtschaft ist zum großen Teil Psychologie – Psychologie hat mit Menschen zu tun, also hat auch Wirtschaft viel mit Menschen zu tun!«

Was hat dieses Credo mit Events und Messen sowie Checklisten zu tun? Ein Unternehmen muss seine Zielgruppe(n) umwerben, auf dem Markt präsent sein und sich zeigen. Werbung, Marketing, Event und Messebesuche sind kein unternehmerischer Selbstzweck, aber eine unternehmerische Bedingung. Dennoch respektive genau deshalb muss Augenmaß bewahrt werden. Investitionen in Events und Messen können sehr teuer werden und müssen deshalb genau geplant werden. Am besten ist alles »zum Abhaken«. Dann können Chancen und Risiken sowie Handlungsalternativen »ganz einfach« erkannt werden.

Dr.-Ing. Bernd Gems studierte an der Universität Siegen Maschinentechnik und hat dort 1995 im Bereich regenerativer Energien und Kühltechnik zum Dr.-Ing. promoviert. Anschließend war der mehrsprachige Ingenieur in der Industrie als Produkt- und General Sales Manager mit internationaler Verantwortung bei großen mittelständischen Unternehmen tätig, heute als Berater und Dienstleister.

Dipl.-Wirtsch.-Ing. (MB) Peter W. Karg führt seit 1983 als geschäftsführender Gesellschafter die p.i.t. Organisationsberatung, eines der ältesten Trainer- und Beraternetzwerke in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Sitz in Berlin. Er berät namhafte Unternehmen und NPOs bei interner wie externer Kommunikation, Marketing, Change-Management und Führung.

NICHTS VERGESSEN BEI EVENTS UND MESSEN!

Menschen trauben am Messestand, volles Haus bei Veranstaltungen. Das macht Kunden glücklich und Unternehmen bekannt. Doch Messen und Events gelingen nur mit generalstabsmäßiger Planung und Durchführung. Von Ideenfindung und Messeauswahl über Standplanung, Personaleinsatz und Betreuung von Gästen: Die Expertin Claudia Ossola-Haring liefert Praxis-Know-how und Umsetzungstipps für alle Aufgaben im Event- und Messemanagement.

- Events: Präsentationen, Medien, Slogans und Trends
- Messen: Marktforschung, Kundenbetreuung und Selbsttest »Messereife«
- Extras: Corporate Identity, Mitarbeiterschulung und Wissensmanagement

So übersehen Sie nichts und haben alles stets im Griff! Alle Arbeitshilfen finden Sie auch auf der beiliegenden CD-ROM.

»Jedes fünfte Unternehmen rechnet damit, dass Messen an Bedeutung im Marketingmix gewinnen. Höchste Zeit also, dass Sie Messen und Events als Möglichkeiten zur Kommunikation mit Ihren Kunden, Lieferanten, aber auch zukünftigen Mitarbeitern in Ihren Marketingmix aufnehmen.« (Prof. Dr. Claudia Ossola-Haring)

ISBN 978-3-636-03126-6



9 783636 031266



79,90 Euro (D)



mehr information

www.mi-fachverlag.de