

Messewissen für Profis

Gesamtprogramm 2010

Messe als Marketing-Instrument **Wien**

Professionelle Messeplanung **Wien**

Erfolgskontrolle Messe **Wien**


Crashkurs: Standbau und -design

Das professionelle Messegespräch

Presse- und Medienarbeit zur Messe

Seminar-Allianz der
deutschen Messen im



 Messe Berlin



THE GLOBAL EXHIBITION MAGAZINE



akademie



FAMAB
Verband Direkte
Wirtschaftskommunikation e.V.

und



Unser Versprechen an Sie: Messespezifische Weiterbildung, die Sie voranbringt

Sehr geehrte Damen und Herren,

eine Messe ist immer nur so gut wie die Messe-Verantwortlichen und Standmitarbeiter!

Diesen Herausforderungen begegnet die Seminar-Allianz der Deutschen Messen im AUMA und MCH Schweiz und Reed Exhibitions Wien.

Die Seminar-Allianz wurde 2008 als erstes Bündnis deutschsprachiger Messegesellschaften gegründet, um ihren Ausstellern ein umfassendes Weiterbildungsangebot zu bieten. Sie ist das Netzwerk von inzwischen 13 Messegesellschaften. Partner sind der AUMA als Verband der ausstellenden Wirtschaft, der FAMAB als Verband für Messeauftritte und Marketing Events und der m+a report als Medienpartner. Mit der Konzeption und Durchführungsorganisation der Seminare ist die Akademie Messe Frankfurt beauftragt.

Ziel der Seminar-Allianz ist es, Sie in allen Bereichen hinsichtlich Ihrer Messe-Beteiligung mit aktuellem und praxisorientiertem Know-how zu unterstützen. In unseren sechs Seminaren dürfen Sie genau die Antworten erwarten, die Ihre Messebeteiligung erfolgreicher machen:

- Messe als Marketing-Instrument
- Professionelle Messeplanung
- Erfolgskontrolle Messe
- Crashkurs: Standbau und -design
- Das professionelle Messegespräch
- Presse- und Medienarbeit zur Messe

Ihr Nutzen aus der Seminar-Allianz:

- Kurze Reisewege – Sie wählen den für Sie optimal erreichbaren Seminarstandort
- Höchste Kompetenz, die nur Messeveranstalter und Fachverbände bieten können
- Hoher Praxisbezug, da die Veranstaltungen meist auf dem Gelände der jeweiligen Messegesellschaft stattfinden

Gerne begrüßen wir Sie als Teilnehmer/-in bei einer unserer Veranstaltungen!

Bitte wenden Sie sich bei eventuellen Rückfragen an die Ansprechpartnerin der jeweiligen Messegesellschaft!

B. Klocke



Béatrice Klocke
Leiterin Akademie Messe Frankfurt
www.seminarallianz.de

Für Aussteller von Ausstellern

expobusiness
congress

Save the date:

8. – 9. September 2010

Congress Center NürnbergMesse
www.expobusiness.de



akademie
Messe Frankfurt

Ihr besonderes Service-Paket: Dienstleistung ist unsere Stärke

- **Garantiert kleine Teilnehmergruppen**
Max. 16 Teilnehmer ermöglichen intensives Üben und Lernen im Seminar
- **Ausführliche Seminarunterlagen**
Dies erübrigt Ihnen das Mitschreiben und dient Ihnen als Arbeitsbuch und Nachschlagewerk für die Zeit nach dem Seminar
- **Follow-up-Service**
Auch nach dem Seminar sind die Mitglieder der Seminar-Allianz bei Fragen und Tipps für Sie da.

Das Teilnahmezertifikat: Dokument mit echtem Mehrwert

Das Zertifikat, das jede/r Teilnehmer/-in nach der Seminarteilnahme erhält, belegt die Güte und die Qualität Ihrer Weiterbildung.

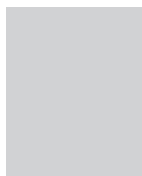


Ihre Kontaktpersonen bei der Seminar-Allianz

Ansprechpartner Messegesellschaften



Messe Berlin GmbH
Sandra Kahl
kahl@messe-berlin.de
Telefon +49 30 30 38-21 04



Messe Düsseldorf GmbH
Meike Schürgers
schuergersm@messe-duesseldorf.de
Telefon +49 2 11 45 60-5 67



MESE ESSEN GmbH
Ina Wieschermann
ina.wieschermann@messe-essen.de
Telefon +49 2 01 72 44-3 44



Messe Frankfurt GmbH
Petra Schmeing
petra.schmeing@messefrankfurt.com
Telefon +49 69 75 75-67 00



Hamburg Messe und Congress GmbH
Katja Dietermann
katja.dietermann@hamburg-messe.de
Telefon +49 40 35 69-24 72



Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH
Nicole Landgraf
nicole.landgraf@kmmkg.de
Telefon +49 7 21 37 20-51 85



Koelnmesse Service GmbH
Silvia Thonnett
s.thonnett@koelnmesse.de
Telefon + 49 2 21 8 21-32 24



Leipziger Messe GmbH
Jutta Sonntag
j.sonntag@leipziger-messe.de
Telefon +49 341 6 78-85 10



Messe München GmbH
Kordula Preitsameter
kordula.preitsameter@messe-muenchen.de
Telefon +49 89 9 49-21-8 01



NürnbergMesse GmbH
Andrea Stritt
andrea.stritt@nuernbergmesse.de
Telefon +49 9 11 86 06-84 08



Landesmesse Stuttgart GmbH
Agnes Hanko
agnes.hanko@messe-stuttgart.de
Telefon +49 7 11 18 560-2749



Reed Messe Wien GmbH
Kathrin Podhorsky
kathrin.podhorsky@messe.at
Telefon +43 1 7 27 20-20 01



MCH Messe Schweiz (Basel) AG
Andrea Nehls
andrea.nehls@messe.ch
Telefon +41 58 2 06 30 81

Ansprechpartner Verbände



AUMA
Bettina Rosenbach
b.rosenbach@auma.de
Telefon +49 30 24 00 01 71



FAMAB
Svenja Franke
svenja.franke@famab.de
Telefon +49 52 42 94 54 26

Ansprechpartner Medienpartner



m+a report
Jörg Jähne
joerg.jaehne@dfv.de
Telefon +49 69 75 95-19 95

Weitere Informationen finden Sie unter
www.seminarallianz.de



Seminar 1

Messe als Marketing-Instrument

Anders als die anderen: So nutzen Sie das Marketing-Instrument Messe!

Messen und Ausstellungen belegen auch im Zeitalter der neuen Medien einen Spitzenplatz im Bereich der Kommunikationspolitik. Egal ob Sie ein neues Produkt einführen möchten oder neue Kontakte geknüpft werden sollen, Geschäfte abzuschließen sind oder ob Sie nur „Flagge“ zeigen wollen – eine Messebeteiligung zählt zu den nachhaltigsten Maßnahmen im Marketing. Schöpfen Sie Ihren Messe-Auftritt voll aus! Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihre Messen im Marketing positionieren und sich „vom Wettbewerber nebenan“ abheben!

Inhalt

Exkurs Messemarkt

- Messen sind Marktplätze
- Die Bedeutung des Messeplatzes Deutschland
- Wie werden Messen bewertet und ausgewählt

Who is who im Messemarkt

- Marktpartner und ihre Interessen erkennen
- Das Zusammenspiel der Kräfte: Angebot & Leistung versus Erwartung

Die Rolle der Messe im Marketing der Aussteller

- Der Marketing- und Kommunikations-Mix aus Ausstellersicht
- So nutzen Sie die Kommunikationsinstrumente
- Messen sind mehr als nur Face-to-face Kommunikation

Messeerfolg ist planbar

- Vom Unternehmens-Ziel zum Messe-Ziel
- Auch Messen haben USPs

Besucher kommen (nicht) von alleine

- Everybody is there!
- Aber wen wollen Sie wirklich erreichen?

Der Spagat zwischen Messegespräch und Nacharbeit

- Messen sind länger als sie dauern
- Zielorientierte Nacharbeit und Lead-Management

Kontakt ist nicht gleich Kontakt

- Was ist ein Kontakt wirklich wert?
- Messen sind (un)berechenbar
- Kosten-/Nutzenanalyse – einmal anders sehen

So sollte es sein: Integrierte Kommunikation

- Vom Marketing-Konzept zur Messe-Konzeption
- Was Ihre Messe-Konzeption so einzigartig macht
- Wie grenzen Sie sich vom Wettbewerb ab und was ist eine Copy-Strategie

Ihr Nutzen

Erfahren Sie in unserem Seminar,

- wie Sie Ihren Messeauftritt erfolgreich ins Marketing einbinden
- wie Sie Zielgruppen wirkungsvoll erreichen
- wie der Spagat zwischen Messegespräch und Nacharbeit funktioniert
- wie Sie Ihren Controller überzeugen
- wie Sie schließlich Ihre individuelle Messe-Konzeption entwickeln.

Ihre Referentin



Karla Juegel

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Geschäfts- und Marketingleiter/-innen, Messe-Manager/-innen, Projektleiter/-innen, Messe, Verkaufsleiter/-innen und Verkäufer/-innen und an alle, die ihre Messeteilnahmen sinnvoll in ihren Marketing-Mix integrieren wollen.

Seminarorte und Termine

Wien:	12.04.2010
Düsseldorf:	08.06.2010
Berlin:	09.07.2010
Basel:	12.08.2010
Frankfurt:	23.08.2010
München:	28.09.2010
Köln:	15.11.2010
Stuttgart:	24.11.2010

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

590,- Euro + MwSt.

Für jeden weiteren Vertreter Ihres Unternehmens, der an dem selben Termin teilnimmt, erhalten Sie einen Sonderpreis von 350,- Euro + MwSt.

Professionelle Messeplanung

Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!

Sie sind mit Ihrem Unternehmen auf Fachmessen vertreten und möchten diese Teilnahme noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Oder haben Sie sich zum ersten Mal für eine Messebeteiligung entschieden? Sie planen einen Messeauftritt in der Zukunft oder werden in diesem Bereich tätig sein?

Dann lernen Sie den Schlüssel zum Messe-Erfolg kennen. Begreifen Sie die Messeplanung als Projektaufgabe mit vielen operativen Teilschritten in intensiver Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Beteiligten. Die komplexen Einzelschritte erfordern vor, während und nach der Messe ein professionelles Know-how in fachlicher Hinsicht. In diesem Praxisseminar erfahren Sie, wie Sie eine Messebeteiligung von der Planung bis hin zur Nachbereitung professionell durchführen.

Inhalt

Die Planungsschritte der Messenvorbereitung

- Messen clever konzipieren und planen
- Das Messe-Motto: Der rote Faden
- Aktivitäten-, Maßnahmen- und Terminplanung für Ihren Messeauftritt
- Frühzeitige Weichenstellung für eine erfolgreiche Messe-Nacharbeit

Messepräsenz multiplizieren: Schlüssige PR-Konzepte festlegen

- Mit einzigartigen Einladungsaktionen Besucher an den Stand locken
- Mit E-Mailings die Besucherfrequenz an Ihrem Stand erhöhen
- Optimale Messe-Mediaplanung: Vorbereitung der Medienkontakte
- Messe-PR online: Portalpräsentationen, Weblogs, Logos, Banner & more

Messe-Stände effektiv gestalten

- Attraktives Standdesign: Ideen für Ihr Standkonzept
- Vom Briefing bis zur Standabnahme: Optimale Zusammenarbeit mit Messe-Dienstleistern
- Effiziente Farb- und Materialauswahl: Vermittlung von Botschaften
- Budget- und Kostenentwicklung: Ermittlung fixer und variabler Kostenblöcke
- FAMAB - der Verband für Messeauftritte und Marketing-Events

Ihr Dream-Team für den erfolgreichen Messeauftritt

- Das Standpersonal: Auswahl
- Vorbereitung und Briefing
- Dialog- und verkaufsfördernde Gesprächsführung auf dem Messe-Stand
- Messe-Behavior: Kleiner Knigge für das Standpersonal

Die obligatorische Messe-Nachbereitung: Erfassen des Messegesehens

- Planung, Organisation und Durchführung der Messe-Nacharbeit
- Sinnvolle Werkzeuge und bewährte Methoden der Erfolgskontrolle
- Der AUMA-MesseNutzenCheck
- Auswertung von Gesprächsprotokollen
- Messekontaktwertrechnung, Kennzahlen und Wirtschaftlichkeitsmessungen

Ihr Nutzen

- Sie erhalten hilfreiche Recherchequellen für die kostengünstige Messekoordination.
- Sie entwickeln einen Zeit- und Fahrplan für Ihren individuellen Messe-Countdown.
- Sie erhalten ausführliche Guidelines und Seminarunterlagen für Ihre direkte Umsetzung im Messegeschäft.

Ihre Referentinnen



Anna Esche

oder



Spomenka Kolar

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Messe-Neulinge sowie an Messe-Referenten und verantwortliche Projektleiter/-innen Messe, die bereits über erste Erfahrungen in der Organisation und Durchführung von Messen verfügen. Angesprochen sind alle Mitarbeiter aus den Bereichen Messen und Ausstellungen, Events, Marketing, Direktmarketing, Vertrieb, Verkaufsförderung und Unternehmenskommunikation.

Seminarorte und Termine

Stuttgart:	18.02.2010
Berlin:	25.02.2010
Essen:	01.03.2010
Leipzig:	26.03.2010
Hamburg:	22.03.2010
München:	29.03.2010
Düsseldorf:	20.04.2010
Wien:	28.04.2010
Köln:	10.06.2010
Nürnberg:	24.06.2010
Frankfurt:	30.09.2010
Basel:	05.11.2010
Karlsruhe:	08.11.2010
Düsseldorf:	07.12.2010

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

480,- Euro + MwSt.
(350,- Euro + MwSt
ab dem 2. Teilnehmer)

Erfolgskontrolle Messe

So bekommen Sie die Kosten und Ihr Return on Messe-Investment in den Griff!

Als Messe-Projektleiter bekommen Sie deutlich den Kostendruck zu spüren. Dennoch wird von Ihnen erwartet, dass Sie erfolgreiche Messebeteiligungen inszenieren, die sich rechnen. Gleichzeitig sollten Sie die Kostenstruktur im Griff behalten. In unserem Intensiv-Seminar sollen Sie lernen, wie Sie durch eine strategische Messeplanung mit konsequenter Zielfestlegung, aussagefähige Messedaten transparent ermitteln und mit konsequenter Kostenkontrolle Ihr Budget optimal nutzen.

Inhalt

Messe-Effizienz: State of the Art

- Was ist überhaupt auf Messen messbar?
- Messe-Controlling – Begriff, Ziele und Nutzen
- Übergeordnete Beteiligungsziele – besucherorientierte Ausstellerziele

Messeziele definieren und festlegen

- Wie werden aus Messezielen konkret messbare Ziele?
- Machbare Ziele definieren
- Messeziele vs. Zeitfaktor: Stärken- und Schwächenanalyse

Erfolgsmessung Leadmanagement

- Welche Bedeutung hat Leadmanagement für die Messebeteiligung?
- Herausforderung des Leadmanagement-Prozesses: Welche Informationen können ausgewertet werden?
- Aufbau des Leadbogens
- Strukturierung und Qualifizierung der Leads

Messe-Erfolgskontrolle: Instrumente und Messgrößen

- Operative und strategische Erfolgsgrößen
- Instrumente der Erfolgskontrolle: Besucher- und Personalbefragung, Mystery Visits und Wettbewerbsanalyse, Wegeverlaufsanalyse
- Kennzahlen und Wirtschaftlichkeitsmessungen

Die obligatorische Messenachbereitung

- Was passiert mit den Kontakten?
- Auswertung von Gesprächsprotokollen
- So bauen Sie einen Abschlussbericht auf

Kostencontrolling

- Kostenstellen und -arten
- Kostenrahmen in Einzelpositionen untergliedern
- Einsparpotenziale und Kostentreiber identifizieren

Workshop: Die systematische Erfolgsmessung

- Entwurf eines Messeeffizienz-Konzeptes
- Durchführung und systematische Auswertung
- Effizientes Reporting-Design

Ihr Nutzen

- Sie erfahren, wie Sie durch eine gezielte Erfolgskontrolle die Rentabilität Ihrer Messebeteiligung steigern.
- Sie lernen, messbare Ziele zu definieren und ein Kennzahlensystem aufzubauen.
- Nach dem Besuch des Seminars wissen Sie, wie Sie mit einer effizienten Messe-Nachbereitung den Erfolg Ihrer Kontakte optimieren.
- Sie erfahren, wie Sie ein Messe-Controlling systematisch durchführen.

Ihre Referentinnen



Anna Esche

oder



Spomenka Kolar

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an erfahrene Messe-Verantwortliche und -Referenten sowie an Projektleiter/-innen Messe, die über eine Messteilnahme entscheiden und diese eigenverantwortlich managen. Für alle Einsteiger in das Messengeschäft empfehlen wir den vorherigen Besuch des Seminars „Professionelle Messeplanung“ (Seminar 2).

Seminarorte und Termine

Frankfurt:	25.01.2010
Köln:	24.02.2010
Berlin:	26.02.2010
München:	16.03.2010
Düsseldorf:	21.04.2010
Basel:	23.04.2010
Nürnberg:	25.06.2010
Basel:	19.08.2010
Hamburg:	17.09.2010
Wien:	20.09.2010
Frankfurt:	01.10.2010
Stuttgart:	06.10.2010
Nürnberg:	22.11.2010
Leipzig:	25.11.2010
Düsseldorf:	08.12.2010

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

480,- Euro + MwSt.
(350,- Euro + MwSt.
ab dem 2. Teilnehmer)

Crashkurs: Standbau und -design

Lösen Sie den Spagat zwischen Design, Kreativität und Kostendruck!

Als Messeverantwortliche/r stehen Sie in der Pflicht, Ihr Unternehmen angemessen zu repräsentieren. Denn auch beim Stand gibt es für den ersten Eindruck keine zweite Chance. Damit Ihr Messe-Stand nicht zu einer müden Schmunzelnummer wird, benötigen Sie tiefgreifendes Wissen über Standgestaltung, Farb- und Materialauswahl. Dieses Seminar vermittelt Ihnen viele wertvolle Design-Tipps und trägt zur Kostensicherheit bei.

Inhalt

Erfolgsfaktor Messe-Stand – die Visitenkarte Ihres Unternehmens

- Der Stand aus Besuchersicht – Die Zielgruppe
- Standdesign aus Mitarbeitersicht
- Das Drama als Design-Sprache
- Drei Akte des Dramas

Frische und neue Ideen für Ihr Standkonzept

- Die Basics der Standkonzeption: Das müssen Sie wissen!
- Das Standkonzept Teil 1: Präsentationsstile
- Das Standkonzept Teil 2: Kommunikation
- Das Standkonzept Teil 3: Standlage
- Ziele & Konsequenzen
- Festlegen der Messebotschaft
- Kreativitätsmethoden zur Ideengenerierung

Effiziente Standgestaltung, Farb- und Materialauswahl

- Regeln visueller Gestaltung – Vermittlung von Botschaften
- Wahrnehmung, Form & Leere
- Stoffe – Material-Mix
- Farbe – Funktion und Einsatz
- Boden – Wirkung und Material
- Licht – Wirkung, Gestaltung und Funktion
- Grafiken – Wirkung – Material
- Präsentationsmöglichkeiten für Filme, Multimedia-Simulationen und Vorführungen

Optimale Besucheransprache mit attraktivem Standdesign

- Wie planen Sie Ihren Messeauftritt aus Besuchersicht? – Best Practice Beispiele
- Festlegung des Präsentationsmix für den Messestand

Der Messe-Stand – Informationsentwicklung

- Mobiliar: Standardmöbeln und Design versus Mietverleih
- Platzbedarf Standardfläche
- AV-Technik – lebendige Installationen

Ihr Nutzen

Sie erfahren,

- wie bedeutend das Unternehmensprofil, die Visionen und Messeziele des Unternehmens für die Gestaltung des Messestandes sind
- was Ihren Stand zum Eye-Catcher macht
- worauf Sie bei der Exponat-Präsentation achten sollten
- wie Sie die Budget- und Kostenentwicklung immer im Auge behalten.

Ihr Referent



Lars Lockemann

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Messe-Referenten und -Verantwortliche, Marketing- und Projektleiter/-innen aller Branchen aus dem operativen Messe-Geschäft, die bereits erste Erfahrungen im Messemanagement gesammelt haben und nun ihr Wissen bezüglich „Standbau und -design“ erweitern möchten.

Seminarorte und Termine

Köln:	25.02.2010
Basel:	22.04.2010
Düsseldorf:	28.04.2010
Nürnberg:	20.05.2010
Karlsruhe:	10.06.2010
Frankfurt:	22.10.2010
Essen:	26.10.2010
Berlin:	18.11.2010
Wien:	–

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

590,- Euro + MwSt.

Für jeden weiteren Vertreter Ihres Unternehmens, der an dem selben Termin teilnimmt, erhalten Sie einen Sonderpreis von 350,- Euro + MwSt.

Das professionelle Messegespräch

Gehen Sie bei der Besucher-Ansprache methodisch und konsequent vor!

Als Produktmanager oder Techniker verfügen Sie über eine hohe Fachkompetenz und sind bestens mit den Vorteilen Ihrer Produkte oder Dienstleistungen vertraut. Als Vertriebspezialist sind Sie fit im Verkauf! Doch Messe ist anders! Hier gelten andere Gesetze! Allein Ihr sicheres Auftreten, Ihre souveräne Kontaktaufnahme und professionelle Gesprächsführung machen aus Messebesuchern Kunden. Lernen Sie die Erfolgsregeln kennen, mit denen Sie Kontakte knüpfen und Neukunden gewinnen. Trainieren Sie erfolgreiche Methoden der Bedarfsermittlung und überzeugen Sie schließlich bei der Präsentation Ihrer Messe-Highlights.

Inhalt

Der unbeirrte Wille zum Besucher-Kontakt

- Mentale Power erfolgt im Kopf
- Voraussetzungen für wirkungsvolle Kontakte

Festlegen persönlicher Ziele & Selbstmotivation

- Wie definiere und überprüfe ich meine Ziele?
- Effektive Strategien zur Selbstmotivation
- Überwindung eigener Hemmschwellen

Was braucht der Messe-Besucher um glücklich zu sein?

- Bedürfnisse des Kunden präzise eruieren
- Mit der richtigen Fragetechnik zum Ziel kommen

Die inhaltliche Gesprächsvorbereitung

- Argumentationsketten stichfest aufbauen
- Erstellen beispielhafter Gesprächsleitfäden
- Kreatives Formulieren von Nutzenbotschaften
- Herausstellung kundenrelevanter Produktvorteile

Kompetente und sichere Kontaktaufnahme: verbal und nonverbal

- Messe-Flirt: Der erste Blickkontakt mit dem Besucher
- Mit dem Ziel vor Augen das richtige Ergebnis bekommen
- Die „richtige“ Distanzzone zum Besucher

Die nachhaltige Produkt-Präsentation

- Bringen Sie Ihre Botschaft auf den Punkt
- Anders als die anderen präsentieren

Gesprächsergebnisse erfolgsversprechend verfassen

- Vereinbarung weiterer Aktivitäten mit dem Kunden
- Schriftliche Fixierung der Gesprächsinhalte

Messe-Knigge: Mit Stil und Etikette zum Messe-Erfolg

- Messe-Behavior: Verhaltensregeln auf dem Stand
- Der stilsichere Umgang mit Handy, Laptop & Co.

Ihr Nutzen

- Sie erfahren, wo Ihre ungenutzten Kommunikations-Potentiale liegen.
- Sie lernen die Werkzeuge kennen, die Ihnen zu einem souveränen Auftritt verhelfen.
- Sie erfahren, wie Sie eine produkt- und kundenbezogenen Argumentationskette entwickeln.
- Sie gewinnen mehr Sicherheit im Umgang mit Besuchern und lösen eventuell vorhandene Blockaden.

Ihre Referentin



Spomenka Kolar

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Personen, die ihre Ideen und ihre Produkte bzw. Dienstleistungen auf Messen noch überzeugender darstellen und verkaufen wollen. Des Weiteren sind alle diejenigen angesprochen, die auf Messen mit perfektem Akquisitions-Know-how neue Kunden gewinnen möchten. Zudem richtet sich dieses Seminar an Neu- und Quereinsteiger, die zukünftig auch auf Messen tätig sein werden.

Dieses Seminar ist als Inhouse-Training buchbar (Seite 2).

Seminarorte und Termine

Essen:	02.03.2010
Düsseldorf:	09.06.2010
Hamburg:	18.06.2010
Stuttgart:	07.10.2010
Nürnberg:	15.11.2010
Leipzig:	26.11.2010
Wien:	–

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

590,- Euro

Für jeden weiteren Vertreter Ihres Unternehmens, der an dem selben Termin teilnimmt, erhalten Sie einen Sonderpreis von 350,- Euro + MwSt.

Presse- und Medienarbeit zur Messe

Lernen Sie die Werkzeuge der professionellen Pressearbeit kennen!

Begleitende Pressearbeit ist für eine erfolgreiche Messe-Beteiligung enorm wichtig. Leider unterschätzen immer noch viele Aussteller die Bedeutung. Wenn Ihre Botschaften im Vorfeld der Messe rechtzeitig und gezielt in den Medien kommuniziert werden, können Sie erwünschte Stand-Besucher – und damit potentielle Kunden – vergleichsweise kostengünstig erreichen. Wenn Sie mit dem Aufbau professioneller Pressearbeit für Messe-Beteiligungen beauftragt wurden, ist dieses Seminar ein absolutes Muss! Sie erhalten praxiserprobte Checklisten und damit können Sie nach dem Besuch des Seminars die Pressearbeit gezielt und strukturiert angehen.

Inhalt

Presse- und Medienarbeit als bedeutender Baustein der Öffentlichkeitsarbeit

- Public Relations im Kommunikations-Mix eines Unternehmens
- Ungleiche Geschwister: Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
- Konzept und Plan: Was will ich wann wie erreichen?

Elemente der Pressearbeit und ihre Umsetzung

- Aufgaben und Ziele wirksamer Pressearbeit zur Messe
- Themen erkennen und präsentieren
- Messeverteiler aufbauen und pflegen
- Zusammenarbeit mit Presse-Referenten und PR-Agenturen
- Schreiben, Bilder, Footage
- Online-Portale und Weblogs

Instrumente der Presse- und Medienarbeit

- Die Presse-Mitteilung: Journalistische Regeln, authentischer Text
- Die Pressemappe – was muss sein, was sollten Sie vermeiden
- Pressefächer auf dem Messegelände: So erreichen Sie die Journalisten
- Präsentieren Sie Ihre Messe-Highlights vor Ort: Das Pressegespräch
- Wie Sie Ihre Website als Medium zur Messe-Kommunikation integrieren
- Während der Messe:
 - Neueste Informationen – journalistisch aufbereitet
 - Was das Standpersonal zum Thema Pressekontakte wissen sollte

Der Prozess: Presse- und Medienarbeit vor, während und nach der Messe

- Checkliste
- Ablauf planen
- Dienstleister einbinden

PR-Erfolgskontrolle

- Was hat es gebracht? Medienbeobachtung und -auswertung
- Erstellen einer Messe-Pressedokumentation

Ihr Nutzen

- Sie erfahren, warum Pressearbeit zur Messe wichtig ist
- Sie sind in der Lage überzeugendere Messe-Pressemitteilungen zu verfassen.
- Sie informieren sich über Besonderheiten, die vor, während und nach einer Messe-Beteiligung wichtig sind.
- Sie entwickeln schlüssige Konzepte und steigern Ihre Messe-Effizienz durch strukturierte Kampagnen.

Ihr Referent



Dr. Mark-Steffen Buchele

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an alle Messeverantwortliche die sich das Pressewissen zur Messe aneignen wollen. Des Weiteren sind alle Presseverantwortliche und -beauftragte angesprochen, die ihre Messe-Teilnahme mit einer kompetenten und zielführenden Öffentlichkeitsarbeit begleiten wollen.

Seminarorte und Termine

Frankfurt:	16.03.2010
Düsseldorf:	27.04.2010
Leipzig:	30.04.2010
Nürnberg:	19.05.2010
Basel:	11.06.2010
Frankfurt:	24.06.2010
Essen:	01.09.2010
München:	21.09.2010
Frankfurt:	14.12.2010
Wien:	–

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

590,- Euro + MwSt.

Für jeden weiteren Vertreter Ihres Unternehmens, der an dem selben Termin teilnimmt, erhalten Sie einen Sonderpreis von 350,- Euro + MwSt.

Ihre Experten

Dr. Mark-Steffen Buchele, M. A., ist Geschäftsführer von aexea communication. content. consulting, Leipzig - eine Gesellschaft für Unternehmenskommunikation. Er ist darüberhinaus Projektleiter und Dozent am Lehrstuhl für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig. Er hat zahlreiche Beratungsprojekte in den Bereichen Online-Kommunikation, Kommunikations-Controlling sowie Unternehmenskommunikation für namhafte Auftraggeber durchgeführt und Unternehmen am Messestandort Leipzig in der Pressearbeit begleitet und beraten.



Anna Esche ist geschäftsführende Gesellschafterin der Beratungsagentur fairconcept für vertriebsorientiertes Messemanagement in München. Messeleidenschaft von Anbeginn der beruflichen Tätigkeit, dies ist kennzeichnend für die Referentin und Trainerin Anna Esche. Die studierte Betriebswirtin mit Spezialisierung in Messe-, Veranstaltungs- und Kongressmanagement (Berufsakademie Ravensburg bei Prof. Georg Beier) führt seit 2000 Seminare und Trainings für die Akademie Messe Frankfurt durch. Während ihrer beruflichen Tätigkeit bei der Messe Frankfurt und dem Tochterunternehmen in Brasilien betreute und begleitete sie internationale Aussteller weltweit bei ihren Messebeteiligungen.



Karla Juegel ist seit 30 Jahren interdisziplinär im Marketing der Messe- und Veranstaltungsindustrie tätig und gründete 1995 die Consulting-Agentur: Messe- und Veranstaltungs-Management in München. Sie kommt aus der Praxis und kennt die Veranstaltungsbranche aus unterschiedlichen Blickwinkeln und langjähriger Erfahrung im Messebau, auf Agenturseite und als Aussteller in der Großindustrie. Innerhalb des Daimler-Benz Konzerns war sie viele Jahre für die internationalen Messeauftritte der Mercedes-Benz AG Stuttgart unterwegs und übernahm nach Gründung der Deutschen Aerospace AG, München (heute EADS) die weltweite Verantwortung der Messeaktivitäten des Luft- und Raumfahrt Konzerns. Auch heute noch ist die Unterstützung deutscher Ausstellern auf weltweiten Messen ein Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit.



Lars Lockemann ist geschäftsführender Gesellschafter der Beratungsagentur fairconcept für vertriebsorientiertes Messemanagement in München. Der studierte Betriebswirt mit Spezialisierung in Messe-, Veranstaltungs-, - und Kongressmanagement (Berufsakademie Ravensburg bei Prof. Georg Beier) konzipiert mit Architekten, Szenographen und Leadagenturen nationale und internationale Messeauftritte mittelständischer Unternehmen. Während der beruflichen Tätigkeit bei der Messe Frankfurt betreute und begleitete er vorwiegend internationale Messeprojekte.



Spomenka Kolar leitet das Darmstädter Unternehmen zoom marketing für coaching & training & consulting. Die Messeexpertin war zuvor als Vertriebsleiterin der DB-Soft AG für drei Geschäftsstellen verantwortlich. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit lag in der Planung, Organisation und Durchführung zahlreicher Messen, wie die CeBIT, Systems und diverse Hausmessen. Seit Ende 1999 ist Spomenka Kolar-Zovko Seminarleiterin der Akademie Messe Frankfurt. Nach neuesten wissenschaftlichen Methoden entwickelt sie nachhaltige Seminarkonzepte für die Erwachsenenbildung. Ihre Schwerpunkte sind die individuelle Konzeption und Durchführung von Personaltrainings für Messe und Vertrieb sowie offene Seminare zu Messethemen.



Messe-Trainings und Coachings

Sie haben Bedarf an einem ganzheitlichen Messe-Konzept, -Training und -Coaching, das speziell auf Ihr Unternehmen zugeschnitten ist? Die Akademie Messe Frankfurt als Ihr zuverlässiger Partner, Berater und Dienstleister erstellt gerne mit Ihnen gemeinsam ein maßgeschneidertes Angebot für Ihre Inhouse-Qualifizierung.

Unsere Vorgehensweise

Im Mittelpunkt stehen Ihre speziellen Zielsetzungen, Ihre Produkte und Ihre Unternehmensbotschaften! Wir mögen keine Standard-Trainings! Jedes Unternehmen, jede Branche und jede Messe verfügt über besondere Bedingungen. Egal, ob Sie z.B. auf einer technischen Fachmesse oder auf einer Publikumsmesse vertreten sein werden – wir versichern Ihnen, dass wir uns individuell auf die Gegebenheiten und die Bedürfnisse der zu erwartenden Besucher einstellen und dies in unseren Trainings berücksichtigen.

Unser Angebot für Sie

Von der Idee, Planung, Durchführung bis zur Nachbereitung Ihrer firmeninternen Schulung unterstützen wir Sie mit folgenden Leistungen:

- Individuelle Entwicklung einer Veranstaltungskonzeption
- Schnelle Realisierung Ihres Messe-Trainings
- Umfassende Beratung und Betreuung während des gesamten Prozesses
- Einsatz erfahrener Trainer/-innen
- Bereitstellung von umfassenden Seminarunterlagen
- Ihre Mitarbeiter erhalten nach der Teilnahme an unserem Messe-Training ein Zertifikat der Akademie Messe Frankfurt

Kleingruppen bis 20 Personen

Die ideale Gruppenstärke liegt bei ca. 12 Personen. Für kleinere Gruppen oder für Einzelpersonen bieten wir spezielle Coachings an.

Großgruppen ab 20 bis 200 Personen

Für große – zeitgleich stattfindende – Messetrainings steht Ihnen eine beliebige Zahl an Trainer/-innen zur Verfügung. Sprechen Sie mit uns.

Ihr Kontakt zu uns

Bitte nehmen Sie mit der Ansprechpartnerin Ihrer jeweiligen Messegesellschaft Kontakt auf (Seite 3). Wir beraten Sie gern und machen Ihnen konkrete Angebote, die perfekt auf Sie und Ihre Rahmenbedingungen zugeschnitten sind.

Das könnten die Bausteine für Ihr individuelles Messe-Training sein:

Personal-Training „Fit für die Messe“

Was alle wissen sollten:

- Von Messezielen und Messe-Motto
- Zielgruppen definieren und erreichen
- Kommunikationsstrategie im Vorfeld der Messe
- Weniger ist mehr: Warum ein Messe-Highlight erfolgreicher ist als ein Bauchladen

Was will der Messe-Besucher um glücklich zu sein?

- Spielregeln zur Kontaktaufnahme
- Was körpersprachliche Signale verraten
- Der entscheidende erste Schritt

Das perfekte Messegespräch

- Professionelle Interview-Technik: Was Sie unbedingt erfahren sollten
- Argumentationsketten stichfest aufbauen
- Erstellen beispielhafter Gesprächsleitfäden
- Kreatives Formulieren von Nutzenbotschaften
- Identifizierung von Messe-Botschaften
- Herausstellung kundenrelevanter Produktvorteile

Teambuilding für die Stand-Crew

- Regeln zur reibungslosen Zusammenarbeit
- Ziele vereinbaren – Entscheidungen finden
- Störungen erkennen und ausschalten

Die professionelle Produkt-Präsentation

- Durch Einbindung des Kunden Interesse wecken
- Was tun mit Störern, Reklamierern und Sammlern
- Wie Sie Kaufsignale erkennen und verstärken
- Der verbindliche Gesprächsabschluss

Erfolgreich im Team

- Messe-Knigge: Mit Stil und Etikette zum Messe-Erfolg
- Messe-Behavior: Verhaltensregeln auf dem Stand
- Das Gesprächsprotokoll: Wie Sie qualitative Messegespräche protokollieren

Seminaranmeldung

Fax +43 1 7 27 20-20 09

Ja, ich/wir nehme/n teil

■ Name/Vorname

Position/Abteilung

■ Name/Vorname

Position/Abteilung

Firmenname

Straße/Postfach

Postleitzahl/Ort

Telefon

Fax*

E-Mail*

Datum/Unterschrift

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Anmeldebestätigung bitte an

Abteilung

Mitarbeiter

bis 100

100-200

200-500

500-1.000

Ich/wir melde/n mich/uns verbindlich unter Anerkennung Ihrer Teilnahmebedingungen zu folgendem Seminar an:

Seminartitel

Veranstaltungsdatum

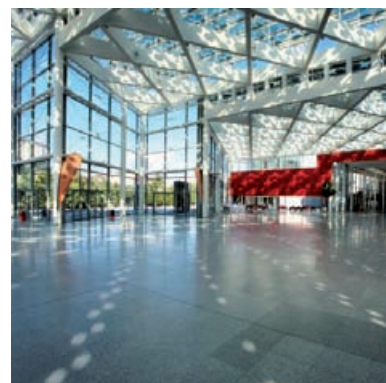
Seminartitel

Veranstaltungsdatum

Mit der Anmeldung werden die Teilnahmebedingungen/AGBs (Seite 13) der Reed Messe Wien GmbH anerkannt.

Datum Unterschrift

 **Reed Exhibitions®**
Messe Wien



Sie haben Fragen ...

... zu Seminarbeschreibungen,
Terminen oder Anmeldung?
Ich helfe Ihnen gerne weiter!



Mag. (FH) Kathrin Podhorsky
Tel. +43 1 7 27 20-20 01
kathrin.podhorsky@messe.at

*] Mit Nennung meiner E-Mailadresse und Fax-Nummer erkläre ich mich einverstanden, über diese Medien Informationen der Akademie Messe Frankfurt zu erhalten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Seminare der Reed Messe Wien GmbH im Rahmen der Seminar-Allianz (Stand 01/2010)

1. Anmeldung, Teilnahmevertrag

Durch Rücksendung des ausgefüllten Anmeldeformulars oder Zusendung einer schriftlichen Buchung per Post, Fax oder E-Mail und unsere schriftliche Bestätigung der Anmeldung kommt der Vertrag über die Teilnahme am jeweiligen Seminar zustande. Vertragspartner des Teilnehmers ist die Reed Messe Wien GmbH.

2. Seminargebühren

Bei den genannten Preisen handelt es sich um Nettoangaben. Zuzüglich wird jeweils die gesetzlich gültige Mehrwertsteuer fällig. Die Seminargebühr ist 10 Tage nach Rechnungserhalt in voller Höhe zu entrichten. Der Abzug von Skonto ist nicht zulässig.

3. Stornierung durch Teilnehmer

Bei Eingang einer schriftlichen Stornierung der Anmeldung bis zu drei Wochen vor Seminarbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 50,-. Danach, bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Seminargebühr. Selbstverständlich ist, nach schriftlicher Information, eine Vertretung des Teilnehmers möglich. Wir bitten um Verständnis, dass wir keine telefonischen Stornierungen oder Umbuchungen vornehmen können.

4. Terminänderung/Dozentenwechsel

In Ausnahmefällen ist eine Terminänderung, eine Umgestaltung des Seminarablaufs oder ein Dozentenwechsel notwendig. Änderungen dieser Art berechtigen den Teilnehmer weder zum Rücktritt noch zur Minderung der Teilnahmegebühr.

5. Absage von Seminaren

Sollte die Reed Messe Wien GmbH ein Seminar aus wichtigen Gründen (z.B. höhere Gewalt, Ausfall eines Dozenten, zu geringe Teilnehmerzahl) absagen müssen, erstatten wir umgehend die bezahlte Teilnahmegebühr. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Die Reed Messe Wien GmbH ist in solchen Fällen insbesondere nicht zum Ersatz von Reise- und Übernachtungskosten sowie Arbeitsausfall verpflichtet.

6. Haftung

Im Übrigen haftet die Reed Messe Wien GmbH für Schäden des Teilnehmers nur unbeschränkt, sofern diese auf ihr vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zurückzuführen sind. Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen haftet sie nur bei einer Verletzung einer ihrer wesentlichen Vertragspflichten (Kardinalpflicht). In diesem Fall ist ihre Haftung auf den vertragstypischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren, unmittelbaren Schaden des Teilnehmers beschränkt. Dies gilt auch für Pflichtverletzungen durch gesetzliche Vertreter und/oder Erfüllungshelfer. Die Haftung wegen schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt von dieser Haftungsbeschränkung unberührt.

7. Urheberrechte

Sämtliche Seminarunterlagen sowie die zur Verfügung gestellte Software dürfen vor, während und nach dem Seminar ohne vorherige schriftliche Zustimmung durch uns nicht vervielfältigt, nachgedruckt oder an Dritte weitergegeben werden. Alle Seminarunterlagen und Skripte sind einzig und allein zur persönlichen Nutzung des Teilnehmers bestimmt und unterliegen dem Urheberrecht. Wir behalten uns sämtliche Eigentums- und Urheberrechte an den überlassenen Unterlagen vor.

8. Sonstige Bestimmungen

Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Teilnehmer ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine solche ersetzt werden, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung in gesetzlich zulässiger Weise möglichst nahe kommt. Dasselbe gilt für die Ausfüllung etwaiger Vertragslücken. Es gilt ausschließlich österreichisches Recht.