

## Leitfaden für das Briefing eines Messebaupartners

- ➔ Messe, Termine, Veranstaltungsort
- ➔ Messeziele
  - Marketingziele
  - Kommunikationsziele
  - Verkaufsziele
- ➔ Längerfristige Messeplanung (wegen möglicher Mehrfachnutzung)
- ➔ Zielgruppen
- ➔ Etat/ Budget/ Einkaufskonditionen/ Honorar für Entwurf und Planung
- ➔ Art und Größe des Standes
- ➔ Spezielle Messeauflagen / Messeplan/ Technische Richtlinien/ Login für Online Service der Messe
- ➔ Raumbedarf für Besprechung, Bewirtung, Lagerung etc.
  - Kabinen
  - Infotheken
  - Garderobe
  - Sitzgruppen
  - Küche
  - Bar
  - Lager
  - Sonstiges
- ➔ Exponate / Ausstellungsobjekte
  - Art, Anzahl, Größe, Gewicht (Prospekte / Fotos mitgeben)
  - Art der Präsentation (z.B. Podeste, Vitrinen, Borde, Prospektablagen etc.)
- ➔ Aktionen am Stand/ begleitende Maßnahmen
- ➔ Standpersonal (Anzahl)
- ➔ Corporate Design Richtlinien/ Hausfarben/ Hausschrift/ Logo
- ➔ Ansprechpartner für Briefingrückfragen