

## 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                      ▶ Küche
  - ▶ Infotheken                  ▶ Bar
  - ▶ Garderobe                  ▶ Lager
  - ▶ Sitzgruppen                 ▶ 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