

Mit dieser Checkliste machen Sie Ihren Messestand zum Schaufenster in Ihr Unternehmen!

## ALLGEMEINE STANDBAUKRITERIEN

- Standbau durch Messebauer |  Eigenproduktion
- klass. Messestand |  typ. Arbeitsplatz
- Eckstand |  Reihenstand |  Kopfstand
- Strom (Beleuchtung, Messewand, Bildschirm, Aktionen/ Exponate)
- abschließbare Verstaumöglichkeit/ Ablage → im Hintergrund (unscheinbar(er) für Besucher)

## EMPFEHLUNGEN ZUR STANDKONZEPTION NACH STANDPLATZGRÖÙE

### 6M<sup>2</sup> - 1-2 PERSONEN

- 1 Tisch/eigene Theke, 1 Hochtisch und 1-2 Barhocker, 2 Roll-Ups oder
- 1 Hochtisch/eigene Theke, 1-2 Barhocker, 2 Roll-Ups oder
- 1 Tisch/eigene Theke, 2 Stühle, 2 Roll-Ups

### 8M<sup>2</sup> - 2 PERSONEN

- 1 Tisch, 1 Hochtisch und 2 Barhocker, 1 Roll-Up, Messewand (3m) oder
- 1 Theke, 1 Hochtisch und 2 Barhocker, 2 Roll-Ups, Messewand (3m) oder
- 1 Tisch und 2 Stühle, eigene Theke und 2 Roll-Ups, Messewand (3m)

### 12M<sup>2</sup> - 2-3 PERSONEN

- 1 Tisch und 2 Stühle, 1 Hochtisch und 2 Barhocker, 1 Roll-Up, Messewand (3m) oder
- 1 Hochtisch und 2 Barhocker, eigene Theke und 2 Roll-Ups, Messewand (3m) oder
- 1 Tisch und 2 Stühle, eigene Theke und 2 Roll-Ups, Messewand (3m)
- Zzgl. Exponat oder Werbeaufsteller

### > 12M<sup>2</sup> - 3 PERSONEN

- 1 Tisch und 2 Stühle, 1 Hochtisch und 2 Barhocker, 2-3 Roll-Ups, Messewand (4m)
- 1 Hochtisch und 2 Barhocker, eigene Theke und 3 Roll-Ups, Messewand (4m)
- 1 Tisch und 2 Stühle, eigene Theke und 3 Roll-Ups, Messewand (4m)
- Zzgl. Exponate und mehreren Werbeaufsteller

Bildbeispiele: <https://www.wikway.de/help/articles/emfpehlung-zur-standausstattung>

## ERZEUGT MEIN MESSESTAND EINE WAHRNEHMUNG BEI DER ZIELGRUPPE?

- plakativ |  Keywords
- „laut“ |  Zielgruppenspez. Eyecatcher
- kreativ |  crossmedial (Video, Audio)
- interaktiv/ Interaktionsfördernd

## UNTERSTÜTZT MEIN MESSESTAND DIE KONTAKTANBAHUNG?

- Call-to-Action (bspw. „Bewirb dich bis ...!“)
- Kontaktdaten
- zum Verweilen mit Sitzmöglichkeiten, Aktionen
- Give aways sind sichtbar, jedoch ohne Gespräch nicht einfach greifbar
- keine Hürden bei der Kontaktaufnahme → persönl. Ansprechpartner sofort greifbar
- offen, einseh- und überschaubar
- einladend

## IST MEIN MESSEAUFTRIFF FÜR DEN IMAGE- UND MARKENAUFBAU GEEIGNET?

- CI-Farben
- authentisch nach innen ↔ attraktiv nach außen
- Logo

## UNTERSTÜTZT MEIN MESSESTAND MEINE INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSZIELE?

- USP (Alleinstellungsmerkmal) im Personalmarketing
- Gesuchte Fachrichtungen, Ausbildungsrichtungen
- Standorte
- Unternehmensgröße (Familienunternehmen → Hipness des Mittelstands!)
- Branche, Einsatzgebiete
- Vision i.V.m. Sinn der Jobrolle
- anziehende Gründe „Warum sollte ich bei Ihnen anfangen?“
- Soz. Verantwortung, Corporate Social Responsibility (separates Roll-up)
- Strukturierter Aufbau und Aufzählungen
- Gesprächsunterstützende Medien und Einrichtungen (Laptop) sind greifbar
  - ➔ Nur das wichtigste, nicht mit Argumenten erschlagen!
  - ➔ Nicht das gesamte Portfolio nach dem Gießkannenprinzip kommunizieren
  - ➔ Finden Sie einen Aufmacher und leiten Sie das wichtigste ab
- Medienmix ist aufeinander abgestimmt (gleiches Design für Stand wie für Stellenanzeigen oder Messekatalogeinträge)

**Fernererkennung** (Farben, Logo)

**Naherkennung** (Auf einen Blick ersichtlich, wer gesucht wird, was das Unternehmen macht)

**Detailerkennung** (Infotext, Fotografien, Filmprojektionen, ...)

# CHECKLISTE ZUR STANDGESTALTUNG

