

# Young IFA Unterrichtsmaterial

## Projekttag auf der Messe IFA 2019

Input und Arbeitsblätter für den Schulunterricht

Klassenstufe 7 – 13



## Modul 5

# Wie entsteht Begeisterung? Messeevent, Marketing und Inszenierung

**Unternehmen wollen auf der IFA bekannter werden, ihr Markenimage pflegen, Produkte im Handel platzieren und letztlich ihren Umsatz steigern. Die Messestände und die dort stattfindenden Aktionen spielen eine zentrale Rolle dabei, das Publikum neugierig zu machen und zu begeistern. Dieser IFA Projekttag gibt Orientierung über die Struktur einer großen Messe – und über die Inszenierungen der Unternehmen.**

Die IFA findet jedes Jahr im Berlin ExpoCenter City statt. Das Berliner Messegelände bietet in 26 Messehallen 170.000 m<sup>2</sup> Hallenfläche. Auch die multifunktionale Messe-, Kongress- und Event-Arena „CityCube Berlin“ gehört dazu – und der 10.000 m<sup>2</sup> große Sommergarten. Veranstaltet wird die IFA von der Messe Berlin, einem Dienstleistungsunternehmen zur Organisation und Durchführung von regionalen, nationalen und internationalen Messen, Ausstellungen, Kongressen und Veranstaltungen im Eventbereich.

### **IFA – The Global Innovations Show**

Auf der global führenden Messe für Consumer Electronics – der IFA in Berlin – treffen sich alle wichtigen Händler, Einkäufer und Experten aus Industrie und Medien. 2018 kamen 1.814 internationale Aussteller zur IFA. Unter den 245.000 Besuchern waren 150.000 Fachbesucher – davon mehr als die Hälfte aus dem Ausland. Über die IFA 2018 berichteten 6.000 Journalisten aus 75 Ländern für insgesamt 160 Länder. Als internationale Leitmesse ihrer Branche erreichte die IFA 2018 ein Ordervolumen von 4,7 Mrd. Euro – so viel wie nie zuvor.

# Young IFA Unterrichtsmaterial

## Projekttag auf der Messe IFA 2019

Input und Arbeitsblätter für den Schulunterricht

Klassenstufe 7 – 13



### Der Messeauftritt entscheidet vieles

Die IFA kann natürlich nur dann erfolgreich sein, wenn die Aussteller attraktive Produkte interessant präsentieren. Der Aufbau des Messestands und die dort stattfindenden Aktionen spielen daher eine entscheidende Rolle, um das Publikum zu gewinnen. Im direkten Kontakt können Kundenwünsche erkannt, bestehende Kundenverbindungen aufgefrischt und neue Kunden geworben werden. Viele Aussteller veranstalten Aktionen wie Gewinnspiele oder Autogrammstunden, um für die Besucher interessant zu sein. Oft können die neuen Produkte vor Ort aktiv ausprobiert werden.

### Corporate Design

Die Gestaltung eines Messeauftritts beruht auf dem Corporate Design des ausstellenden Unternehmens. Jedes Unternehmen nutzt bestimmte Logos, Farben, Schriften, Bilder, Layoutprinzipien oder sprachliche Merkmale, um eine Markenwelt zu erzeugen, die der Konsument intuitiv wiedererkennt.

### Vier Arten von Messeständen

Je nach Standort innerhalb der Messehalle gibt es vier Standarten mit unterschiedlich großem Zugang:

- **Reihenstand:** eine Seite offen; drei Seiten grenzen an benachbarte Stände
- **Eckstand:** liegt am Ende einer Standreihe; grenzt mit zwei Seiten an benachbarte Stände; zwei Seiten offen
- **Kopfstand:** Zusammenlegung von zwei Eckständen; drei Seiten offen; eine Seite grenzt an den benachbarten Stand
- **Blockstand:** steht einzeln und wird auch als Inselstand bezeichnet; vier Seiten offen

### Funktionsbereiche eines Messestands

- **Orientierungsbereich:** Im äußeren Bereich der Standfläche werden einladende Aktionen oder Ausstellungsstücke platziert
- **Präsentationsbereich:** Unmittelbar hinter dem Orientierungsbereich werden die Produkte gezeigt, über die sich das Publikum informieren soll
- **Besprechungsbereich:** Rückzugsmöglichkeit für intensivere Gespräche oder Verhandlungen; liegt häufig etwas zurückgesetzt
- **Funktionsbereich:** Lagermöglichkeiten und Catering; nicht öffentlich zugänglich



