

Samariter präsentieren sich



Leitfaden für Messen und Ausstellungen

Inhaltsverzeichnis

Entscheid zur Ausstellungs-Teilnahme 1	Seite 4
Absicht, an einer Ausstellung teilzunehmen	
Ausstellungsmöglichkeiten finden	
Formulierung der Ziele	
Inhalte und Aktivitäten	
Anmeldung	
Planung der Ausstellungs-Teilnahme 2	6
Standgestaltung	
Terminplanung	
Bestellungen	
Finanzen	
Aufbau des Ausstellungsstands 3	8
Medien und Kommunikation	
Personaleinsatz	
Ausstellungsorganisation	
Standmaterial und Ausrüstung	
Betrieb des Ausstellungsstands 4	10
Besucherkontakte	
Verhalten am Stand	
Kontrollen	
Standabbau und Auswertung des Auftritts 5	12
Standabbau	
Auswertung	
Checklisten 1 bis 5	14
«Messeknigge»	17
TOP 10 – Argumente für eine Mitgliedschaft im Samariterverein	19

Editorial

Selbstbewusst auftreten!

Samaritervereine, Kantonalverbände und der Schweizerische Samariterbund müssen immer wieder auf sich aufmerksam machen, um nicht in Vergessenheit zu geraten: an örtlichen und regionalen sowie an schweizerischen Messen und Ausstellungen, während der Samaritersammlung, aber auch beim Sanitätsdienst und bei Blutspendeaktionen – einfach bei jeder sich bietenden Gelegenheit!

Machen wir die Marke «Samariter» erlebbar! Zeigen wir unsere Werte! Zeigen wir, was wir tun! Präsentieren wir unsere Fachkenntnisse im Bereich der Ersten Hilfe! Das Samariterlogo ist echt, pur, schweizerisch, wertvoll und sympathisch. Eine starke Marke!

Wir sind die grösste Freiwilligenorganisation der Schweiz im Bereich der Ersten Hilfe mit rund 30'000 Mitgliedern. Wir sind in der Schweiz die Nr. 1 bei den Nothilfekursen mit rund 50'000 KursteilnehmerInnen jährlich. Wir sind die Nr. 1 beim Sanitätsdienst bei unzähligen grossen und kleinen Anlässen in Sport, Kultur und Wirtschaft.

Wir sind für den Blutspendedienst der Schweiz die Nr.1 bei den regionalen Blutspendeaktionen. Samaritervereine sind schweizweit in allen Sprachregionen aktiv, bewährt und fest verankert. Rund 1'150 Samaritervereine sorgen in unserem Land für mehr Sicherheit. Unsere Dienstleistungen werden von der Bevölkerung geschätzt!

Samariterinnen und Samariter helfen Menschen!

Wir müssen dafür sorgen, dass unsere Dienstleistungen von den politischen Behörden und von der Bevölkerung

nicht einfach als Selbstverständlichkeit hingenommen werden. Samariterinnen und Samariter sind bereit und geschult, wenn Grossereignisse passieren (Lawinenniedergänge, Unwetterkatastrophen, Verkehrsunfälle usw.).

Die Betroffenen sind jeweils froh und erleichtert, dass wir vor Ort sind, denn Samariterinnen und Samariter helfen Menschen.

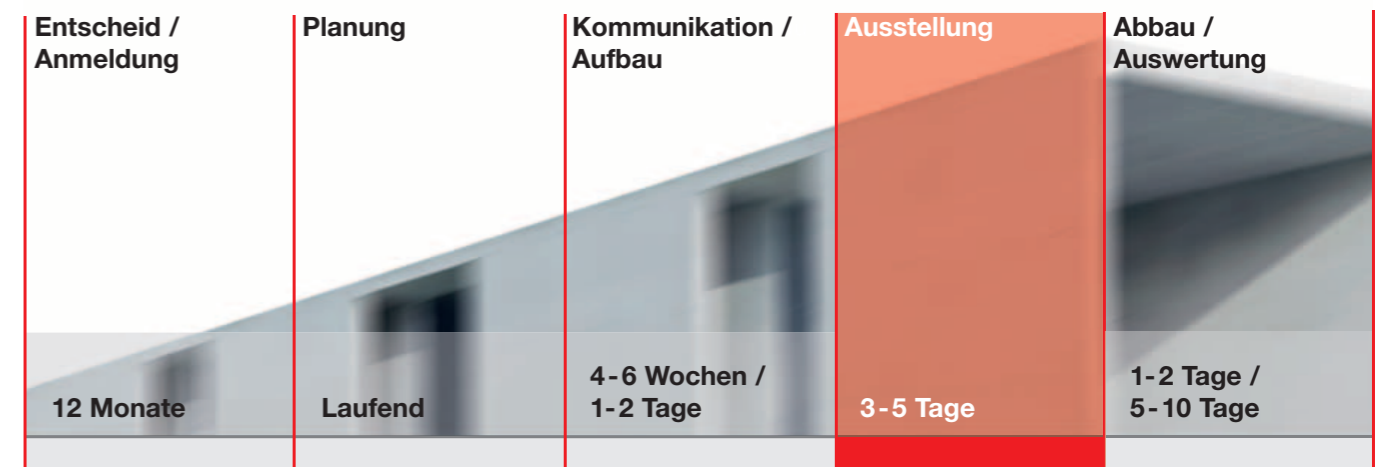
Zeigen wir bei unseren Auftritten, dass es mehr als nur «in» ist, in einem Samariterverein aktiv zu sein! Zeigen wir die Vielfalt unserer Aktivitäten! Zeigen wir, dass wir mit unseren Bevölkerungskursen «Notfälle bei Kleinkindern» und «Notfälle beim Sport», mit Firmenfachkursen, Herznotfallkursen usw. im Trend liegen!

Der vorliegende Praxisleitfaden hilft den Samaritervereinen und Kantonalverbänden bei der Präsentation der Vielfalt der Samariterarbeit.

Wir dürfen uns nicht verstecken. Treten wir heute und in Zukunft selbstbewusst auf! Ganz nach dem Motto: «Tue Gutes und sprich darüber!»

Viel Erfolg!

Gery Meier, Leiter Marketing
Schweizerischer Samariterbund



Entscheidung zur Ausstellungs-Teilnahme 1

Ziele sagen aus, wie ein Vorhaben wirken und was erreicht werden soll. Die Ziele eines Auftritts der Samariter sind vielseitig. Einige mögliche Ziele sind in der nebenstehenden Liste aufgeführt. In Ihrem Fall müssen Sie sich als Aussteller jedoch selber klar werden, welche konkreten Ziele Ihr Auftritt erreichen soll.

Wenn die Ziele des Auftritts geklärt sind, gilt es zu überlegen, wie diese erreicht werden können. Man legt sich das Vorgehen zurecht. Daraus lassen sich die konkreten Massnahmen ableiten.

Insbesondere gilt es festzulegen, welche Inhalte präsentiert werden sollen und welche Aktivitäten am Stand erfolgen sollen. Welchen Kurs, welche Ihrer Dienstleistungen wollen Sie bewerben?

Nach der Ausstellung ist vor der Ausstellung

Eine Ausstellung kann man nicht überall und jederzeit realisieren. Nur bei bestimmten Gelegenheiten lässt sich ein Auftritt auch durchführen.

Ein typisches Beispiel für einen Samariterverein ist eine lokale Gewerbeausstellung. Aber auch der normale Sanitätsdienst bietet Gelegenheit, «sich darzustellen».

Als Vereinsverantwortliche müssen Sie daher jederzeit die Augen offen halten, wo sich eine Gelegenheit für eine Ausstellung ergeben könnte, und dies möglichst weit im Voraus.

Wenn Sie sich für die Teilnahme an einer Ausstellung entschieden haben, gilt es, die Termine genau zu beachten, allen voran der Anmeldetermin.

Ausstellungsmöglichkeiten finden

- Veranstaltungskalender der Gemeinde, des Kantons
- Lokale Zeitungen und Anzeiger
- Sanitätsdienste
- Samaritersammlung
- Blutspendedienst

Mögliche qualitative Ziele eines Auftritts

- Den Bekanntheitsgrad der Samariter fördern.
- Zeigen, was wir tun.
- Den Bekanntheitsgrad des Vereins fördern.
- Neue Mitglieder gewinnen.
- Passivmitglieder zu Spenden animieren.
- Kursteilnehmer gewinnen.
- Neue Kontakte zur Bevölkerung knüpfen.
- Neue Kontakte zu Partnern knüpfen.

Mögliche quantitative Ziele eines Auftritts

- 500 Besucher haben den Stand besucht.
- 50 Gespräche mit Besuchern geführt.
- 10 potenzielle neue Mitglieder identifiziert.
- 100 Kursprogramme überreicht.
- 20 Kursteilnehmer gewonnen.

Mögliche Zielgruppen

- Bevölkerung der Gemeinde
- Bevölkerung der Region
- Ehemalige Kursbesucher
- Firmenkunden
- Partner und Sponsoren

Anmeldung

- Anmeldetermin rechtzeitig in Erfahrung bringen.
- Die Anmeldung mit einem persönlichen Kontakt verbinden.

Platzierung

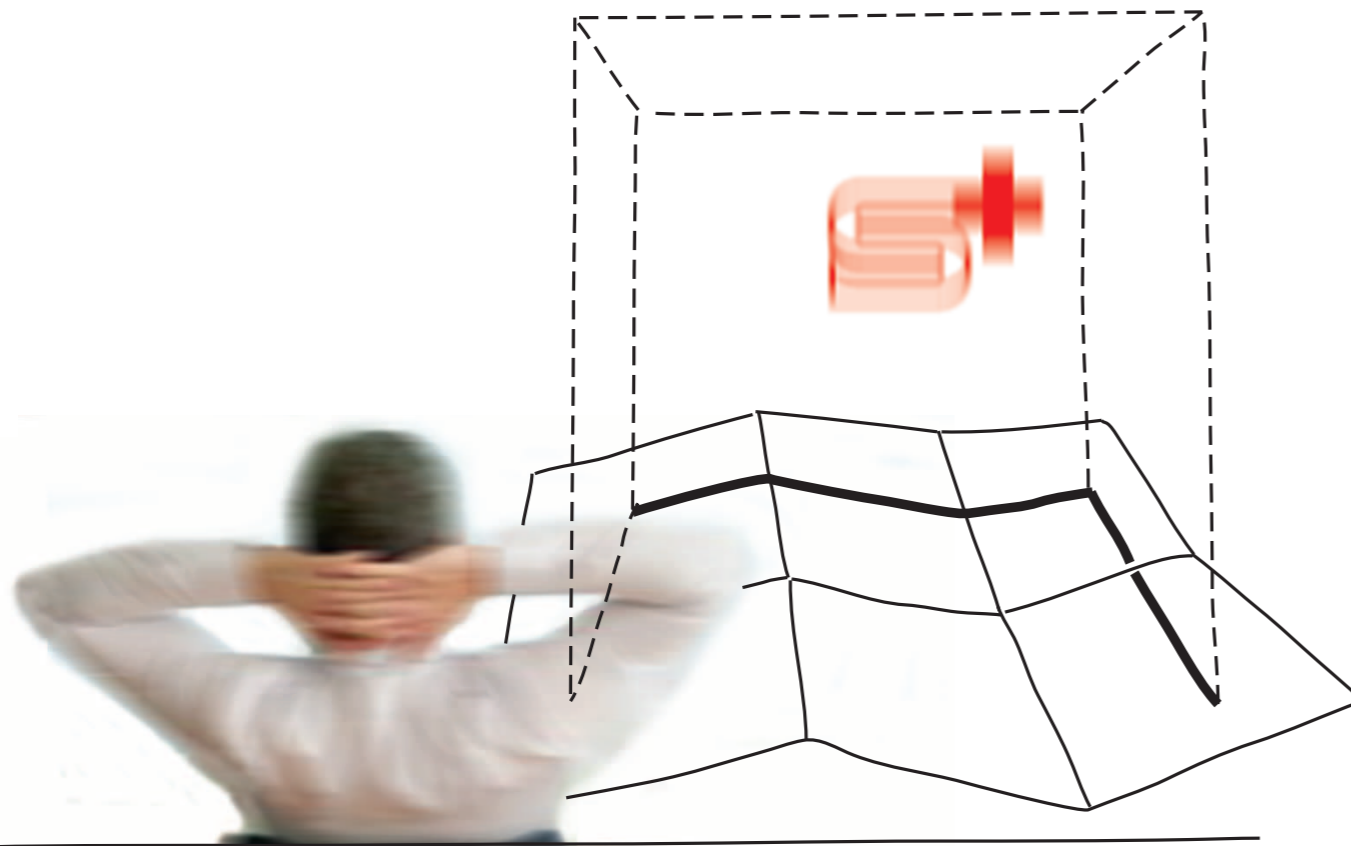
- Versuchen Sie, in einer Ausstellung einen für Sie günstigen Standort zu erhalten:
 - im ersten Drittel des Besucherstroms
 - auf der rechten Seite der Lafrichtung
- Wollen Sie einen Stand im Freien einrichten?
- Wollen Sie sich bei Besuchsmagneten wie WC, Bars, Restaurants, Ausstellungsinformationsdienste platzieren?
- Besteht die Möglichkeit, Mitaussteller aufzunehmen?
- Falls kein eigener Stand in Frage kommt: Besteht die Möglichkeit, sich an einem Gemeinschaftsstand zu beteiligen?
- Wollen Sie anstelle eines Standes mit anderen Massnahmen präsent sein?
 - mit Auflage von Prospekten
 - mit Plakaten
 - durch Abgabe von Informationsmaterial
 - mit Seminar- und Fachveranstaltungen

Massnahmen

- Schwerpunkt, Thema festlegen.
- Partner einbinden.
- Botschaft definieren. Fokus auf *eine* Botschaft setzen, das verstärkt die Wirkung und ist für das Standpersonal einfacher.

Personal

- Sind genügend motivierte Samariterinnen und Samariter bereit, an der Ausstellung mitzuhelfen?



Planung der Ausstellungs-Teilnahme 2

Die Planung der Teilnahme an einer Ausstellung beginnt mit der Gestaltung des Auftritts. Wenn diese festgelegt ist, werden die einzelnen Massnahmen festgelegt und eingeplant. Für die Gestaltung sind einerseits die Ziele des Auftritts und andererseits die Vorschriften des Veranstalters massgebend.

Thematik festlegen

Es kann helfen, ein bestimmtes Motto oder einen Aufhänger zu wählen. Die Elemente der Ausstellung, d.h. der Stand, die Aktionen und das Standpersonal sind dann darauf abzustimmen. Es lohnt sich, eine Skizze oder sogar eine Modell des Stands anzufertigen, je nach Bedeutung der Ausstellung. Damit können sich die Verantwortlichen die Abläufe und die zu beschaffenden Elemente besser vorstellen.

Falls Sie einen eigenen Ausstellungsstand besitzen, ist rechtzeitig darüber nachzudenken, ob er technisch oder konzeptionell zu überarbeiten ist, oder ob für Gestaltung und Aufbau ein Standbauer beauftragt werden soll.

Mit der Standgestaltung beeinflussen Sie, ob ein Besucher den Stand betritt oder eben nicht. Wichtige Faktoren sind Licht (Menschen sehen dort hin, wo es hell ist) und Geräusche. Es gibt auch Anziehungsmagnete, welche fast nichts kosten, wie z.B. ein Ständer mit Tragtaschen fürs Prospektmaterial oder ein Früchtekorb mit Äpfeln – und zwar so platziert, dass der Besucher nicht in den Stand kommen muss, sondern «anonym» zugreifen kann. Das ist dann die Gelegenheit für die Besucheransprache.

Bei der Detailplanung geht es darum, den Ablauf des Aufbaus zu simulieren, d.h. sich jeden Schritt vorzustellen, um alle Massnahmen in der richtigen Reihenfolge zu planen.



Massgebende Vorgaben

- Die Vorschriften des Veranstalters sind genau zu studieren, um Überraschungen zu vermeiden.

Standgestaltung

- Bei Bedarf Offerten bei verschiedenen Standbauern anfordern:
 - Bauweise
 - Raumaufteilung
 - Farbgestaltung
 - Fussbodenbelag
 - Blenden und Verkleidung
 - Beschriftung (innen und aussen)
 - Deckengestaltung (offen oder geschlossen)
 - Beleuchtung (innen und aussen)
 - Dekoration (innen und aussen)
- Der SSB hat Ausstellungswände im Verleih, reservieren Sie sich eine davon rechtzeitig: Telefon 062 286 02 28
- Der SSB bietet Ihnen die Möglichkeit einen Stand (eine Ausstellungswand inkl. Theke, Samariterfahnen usw.) zu günstigen Konditionen zu beziehen.
- Weiter finden Sie beim SSB auch Mobiliar und dekorative Elemente:
 - Campingstuhl, Tischtuchfolie, Servietten, Plüsch-Samis usw.
 - Plakate, Flyer, Karten zum selber ausfüllen und drucken (verfügbar ab ca. Mitte 2011)
 - Give-aways, wie Gummibärl, Traubenzucker, Pflasteretuis, Broschüren usw.
- Samariterfahnen
- Alle diese Artikel finden Sie unter www.samariter.ch oder shop.samariter.ch.

Präsentations-Elemente

- Was der Besucher lesen soll, muss auf Augenhöhe oder darunter liegen. Mehr als einen Satz liest kaum jemand.
- Displays für Exponate, Ausstellungsvitrinen
- Vorführmedien (z.B. Video)
- Schaubilder, Plakate
- Fotos, Grafiken
- Bildschirm

Terminplanung

- Zweck des Terminplans ist, dass die Beteiligten wissen, was sie wann zu liefern haben.
- Ein Balkendiagramm ist zweckmässig für die Übersicht.

Finanzen

- Aufwand und Ertrag des Auftritts müssen budgetiert und dann laufend abgerechnet werden.
- Zum Aufwand gehören: Personal, Mieten, Einrichtung, Kommunikation, Verpflegung und Versicherung
- Zum Ertrag gehören: Sponsoren, Jahresbudget
- Prüfen Sie, ob Gegenstände, Material und Personen versichert werden müssen.
- Samaritervereine/-verbände haben die Möglichkeit, über den SSB eine freiwillige, kurzfristige Inventarversicherung abzuschliessen (*Beilage 1 zu ZO 273*).

Aufbau des Ausstellungsstands 3

Personaleinsatz

Rechtzeitig vor dem Aufbau des Ausstellungsstandes ist der Personaleinsatz zu planen. Es handelt sich dabei um drei Phasen:

- Aufbau
- Betrieb
- Abbau

Dazu müssen Funktionen (Rollen) und Einsatzzeiten festgelegt werden. Daraufhin können die Personen zugeteilt werden. Wenn dies sorgfältig ausgeführt wird, kann vermieden werden, dass die «Unentwegten» über Gebühr belastet werden und am Schluss demotiviert sind. Es empfiehlt sich, das Personal vorgängig an einem Infotag oder -abend zu versammeln, um die wichtigsten Punkte zu besprechen. Hier kann beispielsweise die Kundenansprache geübt werden.

Kommunikation

Etwa sechs Wochen vor Ausstellungsbeginn sind alle Medien- und Werbemaßnahmen zu organisieren.

Ausstellungsorganisation

Erst kurz vor dem Aufbau der Ausstellung können alle Details der Organisation des Veranstalters geklärt werden. Dazu gehören etwa Parkplätze, Reinigungsdienst, Bewachungsdienst, spezielle Veranstaltungen usw.

Stand-Übernahme vom Veranstalter

Es lohnt sich, für die Übernahme des Standes vom Veranstalter eine Quittung vorzubereiten, auf der alle bestellten Positionen aufgeführt sind. Dieses Papier dient Ihnen bei der Übernahme und bei der Rückgabe als Checkliste. Bei der Rückgabe nach der Ausstellung sollte sie vom Veranstalter quittiert werden.

Materialkontrolle

Sobald das Material für die Ausstellung angeliefert wird, sind die einzelnen Positionen anhand der Bestellungen zu kontrollieren und abzuheben.

Aufbau

Schliesslich wird der Ausstellungsstand errichtet. Wenn Stand und Mobiliar stehen, wird der Stand gereinigt. Erst anschliessend wird das gesamte Material eingeräumt.

Kommunikation

- Die Kommunikation mit den sonstigen Kommunikationsaktivitäten koordinieren.
- Direct-Mail-Aktionen organisieren, Empfänger definieren.
- PR-Massnahmen
- Medienkontakte planen
- Medien informieren und redaktionelle Beiträge erwirken, insbesondere wenn am Stand eine spezielle Attraktion oder eine Neuheit präsentiert wird.
- Wenn der Anlass von den Samaritern organisiert ist: Werbung schalten (Plakate, Inserate usw.). Ansonsten ist das Sache des Ausstellungsveranstalters.
- Information über den geplanten Auftritt auf der eigenen Website und evtl. Bannerwerbung bei Mailkorrespondenz aufschalten.
- Einträge in diverse Veranstaltungskalender in den Medien, Internet usw. schalten.
- Einladungen (eventuell mit Eintrittskarten/-gutscheinen) an die Zielgruppen versenden.

Funktionen und Verantwortlichkeiten

- Ausstellungsverantwortliche
- Briefing der Teilnehmenden
- Materialbeschaffung
- Standbau
- Verpflegung
- Statistik
- Reportage (Bild, Text)

Transporte

- Der Transport des Materials bis zum Ort des Anlasses muss organisiert werden.
- Dem Transport innerhalb einer Halle (beschränkter Platz, Treppen, Lift usw.) ist besondere Beachtung zu schenken.



Betrieb des Ausstellungsstands 4

Personaleinsatz

Auch während der Ausstellung müssen die Verantwortlichkeiten klar verteilt sein. Insbesondere muss jede Person bei «Schichtbeginn» informiert und instruiert werden. Bei längeren Einsatzzeiten ist es wichtig, dass jede Person regelmässig eine Pause einlegt. Auch darüber ist zu wachen.

Besucherkontakte

Die Kontakte mit den Besuchern sind das Zentrale an dieser Ausstellung. Sie sollten nach der Ausstellung einerseits statistisch ausgewertet, aber andererseits auch direkt genutzt werden. Dies bedingt eine laufende Erfassung gewisser Informationen. Reportagen mittels Fotos und Text können für die Vereinszeitung, für die Website verwendet und später evtl. den Gästen zugestellt werden.

Verhalten am Stand

Der Erfolg des Auftritts hängt in erster Linie vom Verhalten des Standpersonals ab. Die Gestaltung des Standes wirkt erst in zweiter Linie.



Was vom Ausstellungsbesuch abhängt

- Stehen Sie breitbeinig vor den Ausstellungsstand und spähen Sie angestrengt in Richtung Besucherstrom. Jeder ankommende Besucher wird sich fluchtartig Ihrem Zugriff entziehen.
- Fragen Sie den Besucher, wie Sie ihm helfen könnten. Er wird antworten, ihm sei kaum noch zu helfen, und gehen.
- Sitzen Sie an die Bar und beschäftigen Sie sich mit dem eigenen Glas und einer anderen Samariterin. Die Besucher werden sofort erkennen, dass sie nicht willkommen sind und höflich das Weite suchen.



So animiert man zum Standbesuch

- Verteilen Sie kleine Geschenke oder Gutscheine, jedoch nicht zu weit vom Stand entfernt, aber auch nicht so, dass Sie den Zugang versperren.
- Verteilen Sie Wettbewerbstalons, die nur im Stand ausgefüllt werden können.
- Stehen Sie in den Weg, um den Besucherstrom abzubremesen (Trichter-Effekt, am besten zu zweit).
- Warten Sie, bis der Kunde beim Prospektständer ist und sich Ihre Informationen anschaut. Gehen Sie hin und begrüßen Sie mit einem Lachen auf dem Gesicht in etwa wie folgt: «Guten Tag, mein Name ist Valérie Cazzin.» – Pause – und warten bis er sich vorstellt. Die Hand hinstrecken! Danach: «Was wissen Sie schon über unsere Organisation?...»
- Üben Sie vorher die Besucheransprache!
- Beschäftigen Sie sich intensiv mit einem Ausstellungsgegenstand. Der Besucher wird Ihnen über die Schulter schauen und ein Gespräch kann sich leichter entwickeln.

Datenerfassung

- Vorbeigehende Besucher werden nur geschätzt.
- Besucher auf dem Stand werden gezählt.
- Jeder Besucher wird wenn möglich identifiziert.
- Von jedem Gespräch werden Stichworte notiert.
- Adresse des Besuchers wenn möglich erfassen.
- Verbesserungsideen sofort notieren.

Sonderfall Samariter-Stand

Hat ein Ausstellungsbesucher ein «Bobo», erwartet er Hilfe von den Samaritern, auch an einem Ausstellungsstand. Je nachdem kann sofort geholfen oder zum Sanitätsdienst begleitet werden.

«Messeknigge» siehe Checkliste 4!

Standabbau und Auswertung des Auftritts 5

Abbau der Ausstellung

Auf das Ende der Ausstellung hat das gesamte Standpersonal sehnlichst gewartet. In diesem Moment ist es darum besonders wichtig, dass die Verantwortlichen den Ablauf unter Kontrolle halten. Zuerst geht es darum, wertvolle Gegenstände in Sicherheit zu bringen. Dann muss das gelagerte Verpackungsmaterial hergeholt werden. Dann wird alles Material weggeräumt. Erst jetzt wird der Stand abgebaut. Zuletzt wird die Standfläche gereinigt.

Wenn möglich erfolgt die Rückgabe an einen Vertreter des Veranstalters. Dabei lässt man sich die Übergabequittung unterschreiben.

Auswertung des Auftritts

Die Auswertung der Ausstellung beginnt mit einem täglichen Debriefing. Es ermöglicht, sofortige Verbesserungen während der Ausstellung vorzunehmen.

Nach Abschluss der Ausstellung werden alle Daten gesammelt und ausgewertet:

- Überprüfung der Einhaltung des Kostenvoranschlags,
- statistische Auswertung im Vergleich zum Vorjahr oder zu einer anderen Veranstaltung,
- Festhalten von Verbesserungsvorschlägen für kommende Gelegenheiten.

Nach der Ausstellung gilt es die erfolgten Anstrengungen zu nutzen:

- Was passiert jetzt mit all den Kontakten?
- Wie und durch wen werden diese nachverfolgt?
- Wie werden flüchtige Messebesucher nun zu Gönnern, Mitgliedern, Partnern?

Interne Auswertung

- Verbesserungsideen betreffend Stand.
- Verbesserungsideen betreffend Planung.
- Sind Transportschäden auszubessern und / oder den Versicherungen zu melden?
- Kalkulationen und effektiven Aufwand vergleichen.
- Gründe für eventuelle Kostenüberziehung analysieren, um sie möglichst für die Zukunft auszuschalten.
- Alle Gesprächsnotizen, Coupons, Aufträge und Besucherstatistiken einsammeln.
- Die allgemeinen Berichte und Pressenotizen auswerten und zusammenstellen.
- Ausstellungbericht über Konzept, Ablauf, Besucherquoten, Gespräche, Meinungen verfassen.
- Dank an alle Beteiligten, evtl. Helferessen organisieren.

Externe Auswertung

- Wettbewerb auswerten.
- Notizen auswerten und offene Abklärungen erledigen.
- Adressen der Standbesucher in der Adressdatenbank erfassen.
- Mit Standbesuchern in Kontakt bleiben: z.B. ein Dankeschreiben für den Besuch am Stand mit einer Einladung an die nächste Übung, an den nächsten Blutspendeanlass usw. senden. Ideal ist, regelmässig den Standbesuchern neue Informationen zukommen zu lassen, evtl. als Newsletter.
- Personen, die sich für eine Mitgliedschaft interessiert haben, persönlich zu Schuppertagen einladen und begleiten.
- Interessierte an der Teilnahme an einem Kurs auf die Daten der nächsten gewünschten Kurse aufmerksam machen.
- Anrufen ist besser als anschreiben. Telefonieren Sie mit dem Kunden selber und lassen Sie sich nicht von der Sekretärin abwimmeln.
- Besser zu früh als zu spät melden. Rufen Sie also gleich wenige Tage nach der Messe an.
- Medienbericht veranlassen «Der Samariterverein hat aktiv und erfolgreich teilgenommen» (mit Foto) s. Praxisleitfaden «Mit den Medien kommunizieren».



Checkliste «Entscheid zur Ausstellungs-Teilnahme» 1

Gelegenheiten für eine Ausstellung

- Jahresprogramm Gewerbeverein geprüft.
- Vorstandsmitglieder sind sensibilisiert, Gelegenheiten für eine Ausstellung aufzuspüren.
- Eine Ausstellung ist im Budget enthalten.
- Der Anmeldetermin ist bekannt.

Ziele

- Die Ziele der Ausstellung sind formuliert.
- Die Zielgruppe ist beschrieben.
- Das Vorgehen zum Ziel ist formuliert.
- Mögliche Partner sind benannt.
- Mögliche Sponsoren sind benannt.
- Die auszustellenden Dienstleistungen und Produkte sind bestimmt.
- Die Prioritäten sind gesetzt.

Anmeldung

- Die Durchführung der Ausstellung ist vom Vorstand beschlossen.
- Die für die Ausstellung verantwortliche Person ist bestimmt.
- Die Anmeldung beim Veranstalter ist erfolgt.
- Standortpräferenzen sind angemeldet.
- Die Unterlagen des Veranstalters sind beschafft.

Ausstellungsvorschriften

- Vertrag mit dem Veranstalter wurde studiert.
- Standbauvorschriften sind bekannt.
- Baupolizeiliche Vorschriften sind bekannt.
- Feuerpolizeiliche Vorschriften sind bekannt.
- Gewerberechtliche Vorschriften sind bekannt.
- Arbeitsrechtliche Vorschriften sind bekannt.
- Urheberrechtliche Vorschriften sind bekannt.
- Versicherungsvorschriften sind bekannt.
- Installationsvorschriften sind bekannt.
- Parkplätze sind bekannt.
- Eintrag ins Ausstellerverzeichnis ist erfolgt.
- Nutzung von Werbematerial des Veranstalters (Plakate, Kleber, Broschüre) ist geprüft.

Zu präsentierende Inhalte

- Kurse
- Kameradschaft
- Zusammenarbeit mit der Feuerwehr
- Lokal bekannte Einsätze der Vergangenheit
- Defibrillator

Aktivitäten am Stand

- Demonstration BLS/AED mit Einbindung des Publikums.
- Moulagieren oder Verbände anlegen (Kinder haben Spass daran und Sie haben die Möglichkeit mit den Eltern ins Gespräch zu kommen).
- Blutdruckmessen
- Verkauf von Erste-Hilfe-Artikeln (beziehen Sie die benötigte Ware in Konsignation beim Warendienst).
- Testen Sie die Besucher und lassen Sie diese einen Verband anlegen.
- Wettbewerb gestalten z.B.:
 - Stellen Sie drei Fragen zu Aktivitäten oder Ausstellungselementen an Ihrem Stand.
 - Stellen Sie Fragen zu den Dienstleistungen der Samariter oder zum Thema Erste Hilfe.
 - Organisieren Sie einen Zeichnungswettbewerb für Kinder «Zeichne deinen Lieblings-Sami». (Im ganzen Ausstellungstrudel freuen sich die Kinder über eine kleine Rückzugsmöglichkeit und Ihnen bietet sich in dieser Zeit die Möglichkeit mit den Eltern zu sprechen.)
 - Hängen Sie im ganzen Stand Plüsch-Samis auf und bitten Sie die Besucher die Anzahl zu schätzen.
- Andere Aussteller auf Firmenfachkurse hinweisen.
- Help-Samariterjugend-Gruppen integrieren.
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Checkliste «Planung der Ausstellungs-Teilnahme» 2

Standgestaltung

- Standmasse sind bekannt.
 - Breite des Stands: _____
 - Tiefe des Stands: _____
 - Höhe des Stands: _____
- Standform (Reihen-, Kopf-, Eckstand, Block)
- Standbauer ist bestimmt.
- Gestaltungsvorschlag liegt vor.
- Die Laufrichtung am Stand vorbei ist berücksichtigt.
- Schaukästen, Regale, Vitrinen sind ausreichend zur Produktpräsentation.
- Besprechungsplätze sind eingeplant.
- Anziehungspunkt für Besucher ist eingeplant.
- Lagerraum reicht für Material und Verpflegung.
- Standgestaltung entspricht den Vorschriften.
- Standgestaltung entspricht dem Budget.
- Standgestaltung ist genehmigt.

Terminplan

- Terminplan ist erstellt (wer, was, wann).
- Balkendiagramm ist erstellt.

Bestellungen

- Der Standbau ist in Auftrag gegeben.
- Elektroanschluss ist bestellt.
- Beleuchtung ist bestellt.
- Wasseranschluss ist bestellt.
- Druckluftanschluss ist bestellt.
- Telefonanschluss ist bestellt.
- Internetanschluss ist bestellt.
- TV-Kabelanschluss ist bestellt.
- Bestuhlung ist bestellt.
- Vitrinen sind bestellt.
- Schautafeln sind bestellt.

Transport

- Materialtransport zur Ausstellung organisiert.
- Transportmittel in der Halle organisiert.
- Abtransport organisiert.

Ausrüstung des Standes

- siehe Checkliste 3

Werbematerial

- Prospekte sind bestellt.
- Preislisten sind erstellt.
- Werbegeschenke sind bestellt.
- Tragtaschen sind bestellt.
- Formulare für Gesprächsnotizen sind gedruckt.
- Visitenkarten sind bestellt.
- Wettbewerb ist organisiert.
- Material für Medien ist erstellt (Text und Bild).

Versicherungen

- Transportversicherung abgeschlossen.
- Haftpflichtversicherung abgeschlossen.

Finanzen

- Aufwandpositionen sind aufgelistet.
- Ertragspositionen sind aufgelistet.
- Abrechnung ist organisiert.

Drucken Sie eine Kopie dieser Checkliste aus! Streichen Sie alle Positionen durch, die Sie nicht ausführen wollen! Fügen Sie weitere Positionen an, die noch fehlen! Haken Sie jede erledigte Position ab!

www.samariter.ch/de/i/ausstellung1.html

Drucken Sie eine Kopie dieser Checkliste aus! Streichen Sie alle Positionen durch, die Sie nicht ausführen wollen! Fügen Sie weitere Positionen an, die noch fehlen! Haken Sie jede erledigte Position ab!

www.samariter.ch/de/i/ausstellung2.html

Checkliste «Aufbau des Ausstellungsstands» 3

Personaleinsatz

- Funktionen für Aufbau festgelegt.
- Einsatzplan für Aufbau festgelegt.
- Funktionen für Betrieb festgelegt.
- Einsatzplan für Betrieb festgelegt.
- Funktionen für Abbau festgelegt.
- Einsatzplan für Abbau festgelegt.
- Unterkünfte sind organisiert.
- Personaltransporte sind organisiert.
- Bekleidungsrichtlinien sind definiert.
- Namensschilder für Personal sind erstellt.

Kommunikation

- Kommunikationsverantwortliche bestimmt.
- Medienkontakte organisiert.

Ausstellungsorganisation

- Anlieferungs- und Aufbautermine koordiniert.
- Schlüssel für die Räumlichkeiten beschafft.
- Transport in der Halle ist geklärt.
- Parkplätze/-scheine für Personal sind geklärt.
- Hinweistafeln an der Strasse sind gestellt.
- Unterbringung des Verpackungsmaterials während der Ausstellung ist geklärt.
- Standreinigung vor, während und nach der Ausstellung ist organisiert.
- Abfallentsorgung vor, während und nach der Ausstellung gesichert.
- Es ist geprüft, was im Vertrag enthalten ist und was nicht.
- Ausstellerausweise sind bestellt.
- Eintrittsgutscheine für VIP-Kunden bestellt.
- Standbewachung ist organisiert.
- Informationen über den ganzen Anlass liegen vor.

Standmaterial

- Stellwände
- Tische, Stühle, Barhocker
- Barelemente
- Kühlschrank
- Kaffeemaschine
- Licht
- Beschallung

Ausrüstung

- Werkzeugkasten
- Verlängerungskabel
- Hellraumprojektor, Beamer
- Diashows
- Computer
- Dekoration
- Blumen, Pflanzen
- Tischtücher
- Geschirr: Teller, Gabeln, Löffel, Gläser, Tassen
- Servietten
- Flaschenöffner, Korkenzieher, Büchsenöffner
- Service-Tablets
- Lappen, Plastikeimer, Putzmittel, Abfallbehälter
- Abfallsäcke
- Geldkassette
- Wechselgeld
- Wettbewerbsurnen
- Kugelschreiber
- Sanitätsmaterial
- Kaffee, Zucker, Tee
- Liste der Handy-Nummern des Standpersonals
- Telefonliste mit den wichtigsten Nummern
- Kontaktformular

Drucken Sie eine Kopie dieser Checkliste aus! Streichen Sie alle Positionen durch, die Sie nicht ausführen wollen! Fügen Sie weitere Positionen an, die noch fehlen! Haken Sie jede erledigte Position ab!

www.samariter.ch/de/i/ausstellung3.html

Checkliste «Betrieb des Ausstellungsstands» 4

Kontrollen vor Ausstellungsbeginn

- Alle bestellten Lieferungen sind kontrolliert.
- Stand gemäss Plänen und Vorgaben aufgebaut.
- Alle Einrichtungsgegenstände sind vorhanden und funktionstüchtig.
- Technische Geräte sind am Vorabend geprüft worden.
- Das Werbematerial ist vorhanden.
- Getränke und Snacks sind vorhanden.
- Telefon bzw. Mobiltelefon funktioniert.
- Die Nachbarn sind begrüsst und eingeladen worden.
- Das Standpersonal ist informiert und instruiert.
- Das Standpersonal weiss, wie die Besucherstatistik zu führen ist.
- Jeder und jede Einzelne kann die Samariter in 30 Sekunden vorstellen (TOP 10 Argumente, s. Seite 19).

Kontrollen während der Ausstellung

- Die Kleidung des Personals ist ok.
- Das Verhalten des Personals ist zweckmässig.
- Pausen für das Personal finden statt.
- Personalablösungen klappen.
- Werbematerial liegt auf.
- Besucherstatistik wird geführt.
- Debriefing am Schluss jeden Tages erfolgt.
- Fotos und Videoaufzeichnungen gemacht.

Verhalten am Stand «Messeknigge»

- Konzentrieren Sie sich auf den Besucher, mit dem Sie gerade sprechen.
- Dazu gehört der Augenkontakt. Schielen Sie keinesfalls auf vorbeigehende Personen hinter ihrem Gesprächspartner.
- Halten Sie Abstand zum Gesprächspartner. Sonst verletzen Sie seine Intimsphäre.
- Sprechen Sie nicht mit lauter Stimme. Sonst wirken Sie anmassend und aufgeblasen.
- Ihre Stimme sollte ruhig und Ihr Tonfall gleichmässig und dem Gesprächspartner angemessen sein.
- Unterbrechen Sie nie Ihren Gesprächspartner.
- Lassen Sie ihn ausreden, bevor Sie antworten. So sind Sie höflich, und auch er kann Ihnen dann besser zuhören und verstehen, was Sie sagen.
- Holen Sie sich die Zustimmung des Besuchers für einen Kontakt nach der Messe.
- Machen Sie Gesprächsnotizen. Ihr Gesprächspartner darf miterleben, was Sie schriftlich festhalten.
- Begründen Sie kurz, warum Sie etwas notieren.
- Schreiben Sie alle erhaltenen Informationen während des Gesprächs auf und nicht hinterher.
- Achten Sie auf die etwas schüchternen und im Hintergrund bleibenden Besucher.
- Vorführungen am Messestand sollten nicht länger als zehn Minuten dauern. Besucher verweilen im Durchschnitt höchstens fünfzehn Minuten an einem Stand.
- Halten Sie sich an die Bekleidungsrichtlinien.
- Kontrollen Sie Ihr Trinkverhalten – auch gegen Ende des Messetages.

Drucken Sie eine Kopie dieser Checkliste aus! Streichen Sie alle Positionen durch, die Sie nicht ausführen wollen! Fügen Sie weitere Positionen an, die noch fehlen! Haken Sie jede erledigte Position ab!

www.samariter.ch/de/i/ausstellung4.html

Checkliste «Standabbau und Auswertung des Auftritts» **5**

Vorbereitung des Standabbaus

- Verantwortliche für den Abbau bestimmt.
- Anzahl Hilfskräfte organisiert.
- Einfahrtscheine für Fahrzeuge besorgt.
- Reihenfolge des Abbaus festgelegt.
- Bestimmungsort Blumendekoration geklärt.
- Transporte im Ausstellungsgelände geklärt.
- Externe Transporte organisiert.
- Entsorgung des Abfalls geklärt.

Standabbau

- Notizen und Statistiken sind sichergestellt.
- Bewachung gegen Diebstähle organisiert.
- Teure Gegenstände sofort verschlossen.
- Material für Abtransport bereitgestellt.
- Infrastruktur ist demontiert.

Rückgabe aller Mietgegenstände

- Leuchten
- Möbel
- Teppiche
- Kühlschränke
- Elektrogeräte
- Standbausystem

Wiederherstellung der Standfläche

- Fundgegenstände gesammelt.
- Standfläche gereinigt.
- Übergabe an Vertreter des Veranstalters erfolgt.

Bemerkungen

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Drucken Sie eine Kopie dieser Checkliste aus! Streichen Sie alle Positionen durch, die Sie nicht ausführen wollen!
Fügen Sie weitere Positionen an, die noch fehlen! Haken Sie jede erledigte Position ab!

www.samariter.ch/de/i/ausstellung5.html

TOP 10 – deshalb bin ich im Samariterverein

Argumente für eine Mitgliedschaft

1. Ich weiss, was im Notfall zu tun ist.
2. Ich leiste bei Unfällen zu Hause Selbsthilfe.
3. Bei Verkehrsunfällen stehe ich nicht ratlos im Abseits.
4. Ich erlebe spannende Einsätze beim Sanitätsposten-Dienst.
5. Ich eigne mir Wissen in Erster Hilfe und Medizin an (Aus- und Weiterbildung).
6. Ich geniesse ein gutes Vereinsklima mit viel Spass und Freude.
7. Ich erlebe Kameradschaft, Geselligkeit, Teamwork und trage meinen Teil dazu bei.
8. Mein Samariterwissen aus dem Verein kommt mir auch im Beruf und privat zunutze.
9. Ich erreiche Erfolgserlebnisse bei Einsätzen in Erster Hilfe.
10. Ich geniesse Respekt in meinem Umfeld, denn Samariterarbeit, Samariterinnen und Samariter werden geschätzt.

Kontakt

Schweizerischer Samariterbund SSB
Marketing
Martin-Disteli-Strasse 27
4601 Olten

Das Marketing-Team steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite!
Mailen Sie uns marketing@samariter.ch oder rufen Sie uns an **062 286 02 28 / 062 286 02 24**.

Bestimmt haben Sie weitere Ideen – lassen Sie uns teilhaben und melden Sie diese an marketing@samariter.ch.