



Die **Gutenbergschule** möchte sich auf der **Ausbildungsmesse „gOffit 2013“** (<http://www.goffit.de/>) im **Dezember 2013** mittels eines von Ihnen entworfenen **innovativen Messestandes** präsentieren.

Die **Gutenbergschule** wird zum ersten Mal auf dieser Messe vertreten sein und geht von einer ca. **25 m<sup>2</sup>** großen **Interaktionsfläche** aus.

### Arbeitsauftrag:

Entwickeln Sie in **3er-Gruppen** ein Konzept für einen Messestand (Eck- oder Reihenstand) und fertigen Sie zur Veranschaulichung ein **Modell im M 1:10** an.

Erstellen Sie eine **Mappe (DIN A 4, zweifache Ausführung)**, in der Sie Ihre Konzept darlegen. Folgende Inhalte sollten darin enthalten sein:

- **Zielsetzungen** der Gutenbergschule bzgl. des Messesauftrittes (Vorausgegangenenes gemeinsames Briefing und Re-Briefing mit der Auftraggeberin)
- **Ausführungen zu der Zielgruppe/n**
- **Auswahlbegründung der Standort**
- **Auswahlbegründung der ausgesuchten Idee**
- **Begründung der Standgestaltung**
  - Farben, Materialien, Warenträger, Aufbau, Beleuchtung, Eye-Catcher usw.
  - Darstellung der unterschiedlichen Bildungsangebote
  - Welche Gefühle sollen bei den MessebesucherInnen angesprochen werden?
- **Auswahlbegründung zu Ihren werbewirksame Maßnahmen** (Events, Kleidung, Give-aways, ...)
- Ihre unterschiedlichen Ideenscribbles und das Recherchematerial sollen im Anhang beigefügt werden.

Berücksichtigen Sie bei der Konzeption/Messestand, dass alles aus „Bordmitteln“ erstellt werden muss.

**Ihre Konzeption, sowie das Modell präsentieren Sie** (voraussichtlich) **am Dienstag 19.3.2013 der Schulleiterin Frau Hartmann.**

Die Auswahl der Präsentationsmedien bleibt Ihnen überlassen.

Bewertungskriterien:

<b>Konzept</b>	<b>Gesamtwirkung</b> (Form, Outfit, Silbentrennung, Visualisierung)	<b>Ausführung Zielsetzungen</b> (bzgl. des Messeauftrittes) <b>Auswahlbegrün- dung</b> der <b>Standart</b>	<b>Zielgruppen- bestimmung</b>	<b>Auswahlbe- gründung</b> der ausgesuchten <b>Idee</b>  (mit Bordmitteln möglich)	<b>Begründung Standgestaltung</b> (Farben, Aufbau, Materialien, Waren- träger, Beleuchtung, Eye-Catcher, Darstell. Bildungsangebote, Gefühlsansprache Zielgruppe)	Ausführungen <b>werbewirksame Maßnahmen</b> (Events, Give-aways, Kleidung, ...)	unterschiedl. <b>Ideenscribbles, Recherche- material</b>	Pkt- an- zahl von	<b>Modell</b>  Gesamteindruck, Handwerkliche Aus- führung, Sauberkeit, Übereinstimmung mit Konzept	Pkt- an- zahl von
	3 P.	6 P.	5 P.	6 P.	18 P.	6 P.	6 P.	50 P.	50 P.	50 P.

Eine gute Präsentation ist das Zünglein an der Waage.