

sales Services

*Fachmesse und Fachforum
für Vertrieb & Marketing*

Konzept

- Facts & Figures -

salesServices 2010

**Congress Centrum Mainz
19. und 20. Mai 2010**



Veranstalter:
GS₊expo GmbH
Wiesenstrasse 21
40549 Düsseldorf | Germany
Tel.: +49 (0)2 11/30 18 76-0
Fax: +49 (0)2 11/30 18 76-50
sales-services@gs-expo.de
www.sales-services.gs-expo.de



Konzept: salesServices 2010

<u>Inhaltsverzeichnis:</u>	<u>Seite</u>
Situationsanalyse	3
Funktion	3
Standort	3
Termin	4
Ausstellerpotential	4
Besucherpotential	5
Besuchergewinnung	5
Foren	6
Special Offers	6
Nomenklatur	7
 <u>Anlagen</u>	

Konzept: salesServices 2010

Situationsanalyse: Neue Konzepte und Strategien

Die betriebliche Funktion „Absatz“ ist in der momentanen wirtschaftlichen Situation das Brandthema Nr. 1. In nahezu allen Branchen wird über neue zukunftsfähige Vertriebs-Konzepte und innovative Marketing-Instrumente intensivst nachgedacht. Hier besteht ein akuter Handlungsbedarf, um die eigene Company alsbald wieder in rentable Umsatzregionen zu führen. Von daher kommt das neue Messekonzept der „salesServices“ gerade zum richtigen Zeitpunkt. Die Fokussierung auf die in aller nächster Zukunft geplanten Investitionen in Vertrieb & Marketing wird dabei „der“ USP der „salesServices“ werden.

Bei der Namensgebung steht der Begriff „salesServices“ für alle Dienstleistungen im aktiven Vertrieb und im innovativen Marketing außerhalb, wie auch innerhalb der Unternehmen.

Funktion der Fachmesse

Mit der neuen „salesServices“ wird eine Messe eingeführt, die die Instrumente für den Vertrieb und für das Marketing an zwei Messetagen vorstellt. Als Absatz-Plattform wendet sich diese Fachmesse nicht nur an Vertriebs- und Marketing-Abteilungen, sondern an alle Funktionsbereiche im Unternehmen, die direkt oder indirekt mit Vertrieb & Marketing zu tun haben. Dabei werden Vertrieb & Marketing als zentrale und sich ergänzende Funktionen im Unternehmen gesehen; so kann beispielsweise gerade auch das digitale Marketing neue entscheidende Impulse für den Vertrieb setzen.

Standort der Fachmesse

Der Standort für ein solches Messekonzept sollte ein möglichst großes Einzugsgebiet in einem wirtschaftsstarken Ballungsgebiet repräsentieren; hier das Rhein-Main-Gebiet. Das Congress-Centrum Mainz verfügt - nach dem Umbau - über die notwendigen Ausstellungsflächen und die attraktiven und funktionsgerechten Kongress-Facilitäten und bietet so die idealen Voraussetzungen für eine effektive Präsentation der salesServices als Fachmesse und Fachforum.

Konzept: salesServices 2010

Besucher

Besucherpotential

Da die ganz große Mehrzahl aller Unternehmen im Wirtschaftsprozess ihre Produkte, Dienstleistungen und Lösungen aktiv verkaufen muss und mittlerweile die überwiegende Zahl der Unternehmensabteilungen mit dem Vertrieb & Marketing unmittelbar in Verbindung steht, wird die Zielgruppe dementsprechend breit angelegt. Zu den Personen, die als Messe-Zielgruppe in den Unternehmen angesprochen werden, gehören:

- Unternehmer/Inhaber
- Vorstände
- Geschäftsführer
- Verkaufs- und Vertriebsleiter aller Branchen
- Verkaufsführungskräfte
- Key Account Manager
- Vertriebsingenieure
- Gebietsverkaufsleiter
- Verkäufer im Außendienst
- Verkäufer im Innendienst
- Vertriebscontroller
- Kundendienstleiter
- Marketingleiter
- Marketing- und Vertriebsberater
- Produktmanager
- Leiter Verkaufsförderung
- Verkaufstrainer
- Leiter Personalentwicklung
- Vertriebs- und Marktforscher
- Messeleiter
- Werbeleiter
- Designer
- Handelsvertreter
- Existenzgründer

Was kann den Besuchern geboten werden?

Den Fachbesuchern als Entscheidungsträger oder -vorbereiter wird ein breites Spektrum an Produkten, Dienstleistungen und Know-how präsentiert, das sie in ihren Funktionen für Vertrieb & Marketing dringender denn je benötigen (siehe Nomenklatur).

Besuchergewinnung

Um die Fachbesucher zu gewinnen, wird ein Marketing-Mix aufgebaut, das die „Awareness“ im Markt kontinuierlich erweitert. Hierzu gehören u.a.:

- Kooperationen (mit Marktbeeinflussern)
- Presse und Öffentlichkeitsarbeit
- Interaktiver und tagesaktueller Internetauftritt
- Mailings
- Newsletter
- Messezeitung

Konzept: salesServices 2010

Foren

Das Augenmerk wird - in Ergänzung zur Fachmesse - auch auf verschiedene sehr aktuelle Fachforen gelegt werden, die von den teilnehmenden Firmen gestaltet werden. Diese Foren werden so ausgewählt, dass sie einerseits den Ausstellern eine weitere Präsentationsplattform bieten und gleichzeitig den Besuchern ein interessantes „Add-On“ vermitteln. Hierbei handelt es sich sowohl um absatzspezifische Fachthemen aus der Praxis als auch um Foren zur Diskussion oder zum Austausch von Know-how in Vertrieb & Marketing.

Special Offers für den Besucher

Neben den Fachforen der Aussteller sind speziell gekennzeichnete Präsentationsbereiche innerhalb der Messe zu Themen der „Sales & Marketing Welt“ eingeplant. Hierzu gehören beispielsweise der Job-Market, die Fashion Corner und das Sales-Equipment-Angebot. Diese übergreifenden persönlichen Thematiken machen die salesServices 2010 zusätzlich noch besuchenswerter.

Konzept: salesServices 2010

Angebots-Nomenklatur

1. Sales-Technik-Center

- 1.1. Customer Relationship-Management
- 1.2. E-CRM/M-CRM
- 1.3. Kontaktmanagement Software
- 1.4. Interactive Selling Systeme
- 1.5. Geografische Informationssysteme
- 1.6. Geomarketing
- 1.7. Software zur Vertriebsplanung
- 1.8. Prognosesysteme/Forecasting
- 1.9. Sales Force Automation
- 1.10. Computer Aided Selling (CAS)
- 1.11. Vertriebsinformationssysteme (VIS)
- 1.12. Service-Automation
- 1.13. Routenplanung
- 1.14. Vertriebscontrolling
- 1.15. System-Integratoren
- 1.16. Werbekontrollsysteme/Statistiksysteme
- 1.17. Supply Chain Management-Systeme
- 1.18. Channel Promotion Management (CPM)
- 1.19. ERP-Systeme
- 1.20. B to B und B to C-Marktplätze
- 1.21. E-Commerce/M-Commerce
- 1.22. Portale
- 1.23. Shop-Systeme
- 1.24. Content-Provider
- 1.25. Technical-Provider
- 1.26. Intranet/Extranet
- 1.27. Suchmaschinen-Marketing
- 1.28. Online-Media
- 1.29. Mobile Marketing Solutions
- 1.30. Call-Center-Software
- 1.31. E-Mail-Software/E-Mail-Dienste
- 1.32. Benchmarking-Systeme

2. Sales-Dialogmarketing-Center

- 2.1. Database Management
- 2.2. Datawarehouse
- 2.3. Data Mining
- 2.4. Targeting-Systeme
- 2.5. E-Mail-Services
- 2.6. Permission Marketing
- 2.7. Fax-Marketing
- 2.8. Adressverlage/Listbroker
- 2.9. Call-Center
- 2.10. Call-Center-Services
- 2.11. Lettershops
- 2.12. Print Services (Druck, DTP, Litho)
- 2.13. Verpackung, Versand
- 2.14. Haushaltswerbung
- 2.15. Dialogmarketing-Agenturen
- 2.16. Telefonmarketing-Agenturen
- 2.17. Berater

3. Sales-Research-Center

- 3.1. Vertriebs- und Marktforschung
- 3.2. Vertriebs-/Marktforschungs-Beratung
- 3.3. Trendforschung
- 3.4. Online-Research
- 3.5. Feldorganisation
- 3.6. Teststudio
- 3.7. Datenerfassung/-auswertung
- 3.8. Soft-/Hardware

4. Sales-Promotion-Center

- 4.1. Online Werbung
- 4.2. Mobiles Advertising
- 4.3. Außenwerbung/Ambiente Media
- 4.4. Präsentationsmittel
- 4.5. Werbemittel (Händler/Hersteller)
- 4.6. Messebau/Stand-Design
- 4.7. Point of Sale-(POS/POP) Services
- 4.8. Displays
- 4.9. Verkaufsförderungs-Agenturen
- 4.10. Verpackungs-Design
- 4.11. Corporate Publishing

5. Sales-Service + Mobility-Center

- 5.1. Mobilfunkanbieter
- 5.2. Reise-Equipment
- 5.3. Taschen- und Kofferlösungen für Notebooks, Musterkoffer
- 5.4. Mietwagenanbieter
- 5.5. Automobilhersteller
- 5.6. Automobilausstatter
- 5.7. Kreditkartenanbieter
- 5.8. Vermögensberatungs-Gesellschaften
- 5.9. Geschäftsreiseanbieter
- 5.10. Fuhrparkdienste

6. Sales-Training-Center

- 6.1. Weiterbildungsanbieter für den Vertrieb
- 6.2. Vertriebs- und Verkaufstrainer
- 6.3. Berufsakademien
- 6.4. Personalbeschaffungsagenturen
- 6.5. E-Learning Anbieter
- 6.6. Wirtschaftsförderung
- 6.7. Existenzgründung

7. Sales-Motivation-Center

- 7.1. Incentive- und Motivations-Programme
- 7.2. Hotels und Tagungsstätten
- 7.3. Eventveranstalter und -agenturen
- 7.4. Künstler
- 7.5. Incentive-Agenturen
- 7.6. Coupon und Gewinnspielprogramme
- 7.7. Redner-Agenturen

8. Sales-Fashion and Style-Center

- 8.1. Typ-Beratung/Business-Knigge
- 8.2. Business Fashion
- 8.3. Gesundheits- und Fitnessberatung

9. Sales-Information Center

- 9.1. Verlage für Vertriebsliteratur
- 9.2. Wirtschaftspresse
- 9.3. Corporate Publishing
- 9.4. Verbände



sales 
Services

Fachmesse und Fachforum
 für Vertrieb & Marketing

HALLENPLAN

19. - 20. Mai 2010

Congress Centrum Mainz

sales-services@gs-expo.de

www.sales-services.gs-expo.de

VERANSTALTER



GS₊expo GmbH
 Wiesenstrasse 21
 40549 Düsseldorf
 Tel.: +49 (0)2 11-30 18 76-0
 Fax: +49 (0)2 11-30 18 76-50

Stand- und Package-Preise

Seite 1 von 2

Standnr.	Standart	Front in m	Tiefe in m	Fläche in m ²	m ² -Preis in Euro	Reine Hallenfläche gesamt in Euro	All-Inclusive ohne Standbau gesamt in Euro	All-Inclusive mit Standbau gesamt in Euro
A01 Sales Equipment***	Kopfstand	16,0	8,0	128,0	185,00	23.680,00	24.370,00	35.890,00
A05	Kopfstand	4,0	7,0	28,0	185,00	5.180,00	5.870,00	8.390,00
A06	Kopfstand	5,0	4,0	20,0	185,00	3.700,00	4.390,00	6.190,00
A07/B07***	Blockstand	6,0	5,0	30,0	195,00	5.850,00	6.540,00	9.240,00
A08/A12 Fashion Corner***	Blockstand	10,0	9,0	90,0	195,00	17.550,00	18.240,00	26.340,00
B01 Job Market***	Kopfstand	11,0	11,0	121,0	185,00	22.385,00	23.075,00	33.965,00
B05	Eckstand	6,0	3,5	21,0	175,00	3.675,00	4.365,00	6.255,00
B06	Eckstand	6,0	3,5	21,0	175,00	3.675,00	4.365,00	6.255,00
B08	Kopfstand	9,0	2,5	22,5	185,00	4.162,50	4.852,50	6.877,50
C01	Reihenstand	3,0	3,5	10,5	155,00	1.627,50	2.317,50	3.262,50
C02	Reihenstand	3,0	3,5	10,5	155,00	1.627,50	2.317,50	3.262,50
C03	Eckstand	4,0	3,5	14,0	175,00	2.450,00	3.140,00	4.400,00
C04	Kopfstand	6,0	4,0	24,0	185,00	4.440,00	5.130,00	7.290,00
C05	Eckstand	8,0	3,0	24,0	175,00	4.200,00	4.890,00	7.050,00
C08***	Eckstand	5,0	6,0	30,0	175,00	5.250,00	5.940,00	8.640,00
C09	Reihenstand	4,0	3,0	12,0	155,00	1.860,00	2.550,00	3.630,00
C11	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
C12	Reihenstand	6,0	6,0	36,0	155,00	5.580,00	6.270,00	9.510,00
C16	Eckstand	5,0	6,0	30,0	175,00	5.250,00	5.940,00	8.640,00
C18	Kopfstand	6,0	4,0	24,0	185,00	4.440,00	5.130,00	7.290,00
C20	Reihenstand	4,0	3,0	12,0	155,00	1.860,00	2.550,00	3.630,00
D01	Reihenstand	3,0	3,5	10,5	155,00	1.627,50	2.317,50	3.262,50
D03	Reihenstand	4,0	3,0	12,0	155,00	1.860,00	2.550,00	3.630,00
D05	Reihenstand	4,0	3,0	12,0	155,00	1.860,00	2.550,00	3.630,00
D07/ E09**/**	Kopfstand	5,0	6,0	30,0	185,00	5.550,00	6.240,00	8.940,00
D11 / E11**/**	Kopfstand	5,0	6,0	30,0	185,00	5.550,00	6.240,00	8.940,00
D13	Reihenstand	4,0	3,0	12,0	155,00	1.860,00	2.550,00	3.630,00
D15	Reihenstand	4,0	3,0	12,0	155,00	1.860,00	2.550,00	3.630,00
D17	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
D19	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
E01	Eckstand	8,0	3,5	28,0	175,00	4.900,00	5.590,00	8.110,00
E02	Eckstand	4,0	3,5	14,0	175,00	2.450,00	3.140,00	4.400,00
E04	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
E05	Eckstand	4,0	3,0	12,0	175,00	2.100,00	2.790,00	3.870,00
E06	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
E07	Eckstand	4,0	3,0	12,0	175,00	2.100,00	2.790,00	3.870,00
E08**/**	Kopfstand	5,0	6,0	30,0	185,00	5.550,00	6.240,00	8.940,00
E12**	Kopfstand	5,0	4,0	20,0	185,00	3.700,00	4.390,00	6.190,00
E13	Eckstand	4,0	3,0	12,0	175,00	2.100,00	2.790,00	3.870,00
E14	Eckstand	3,0	4,0	12,0	175,00	2.100,00	2.790,00	3.870,00

Stand- und Package-Preise

Seite 2 von 2

Standnr.	Standart	Front in m	Tiefe in m	Fläche in m ²	m ² -Preis in Euro	Reine Hallenfläche gesamt in Euro	All-Inclusive ohne Standbau gesamt in Euro	All-Inclusive mit Standbau gesamt in Euro
E15	Eckstand	4,0	3,0	12,0	175,00	2.100,00	2.790,00	3.870,00
E16	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
E17	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
E18	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
E20	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
F02	Reihenstand	4,0	3,5	14,0	175,00	2.450,00	3.140,00	4.400,00
F04	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
F06	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
F08	Reihenstand	3,0	3,0	9,0	155,00	1.395,00	2.085,00	2.895,00
F10 / G10	Eckstand	6,0	3,0	18,0	175,00	3.150,00	3.840,00	5.460,00
F14	Reihenstand	4,0	4,0	16,0	155,00	2.480,00	3.170,00	4.610,00
F16	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
F18	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
F20	Eckstand	4,0	3,0	12,0	175,00	2.100,00	2.790,00	3.870,00
G01	Kopfstand	5,0	2,0	10,0	185,00	1.850,00	2.540,00	3.440,00
G02	Eckstand	4,0	3,5	14,0	175,00	2.450,00	3.140,00	4.400,00
G03	Kopfstand	5,0	2,0	10,0	185,00	1.850,00	2.540,00	3.440,00
G04	Eckstand	5,0	3,0	15,0	175,00	2.625,00	3.315,00	4.665,00
G05	Kopfstand	5,0	2,0	10,0	185,00	1.850,00	2.540,00	3.440,00
G06	Eckstand	5,0	3,0	15,0	175,00	2.625,00	3.315,00	4.665,00
G07	Kopfstand	5,0	2,0	10,0	185,00	1.850,00	2.540,00	3.440,00
G08	Eckstand	3,0	3,0	9,0	175,00	1.575,00	2.265,00	3.075,00
G12	Eckstand	4,0	4,0	16,0	175,00	2.800,00	3.490,00	4.930,00
G14	Eckstand	4,0	4,0	16,0	175,00	2.800,00	3.490,00	4.930,00

Sämtliche Preise verstehen sich in Euro rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Umsatzsteuer.

- * Mit Säule(n) (siehe Hallenplan)
- ** Sonderformat (siehe Hallenplan)
- *** Bei Buchung dieser Hallenfläche ist ein kostenloser Vortrag im Aussteller-Forum inkludiert.

Das All-Inclusive ohne Standbau Angebot beinhaltet:

Ausstellungsfläche, 1 Werbebanner im Internet, Stromanschluss und Stromverbrauch, Eintrag in das offizielle Ausstellerverzeichnis, Eintrag in das Ausstellerverzeichnis im Internet, Reinigungspauschale, Auslage Ihrer Unternehmensinformationen im Kaffeebereich, 1 Pressefach, kostenlose Besuchertickets (nach Standfläche kontingiert)

Das All-Inclusive mit Standbau Angebot beinhaltet ZUSÄTZLICH:

System-Standbau mit allen Elementen, die Sie auf einem Messestand benötigen:

Standbegrenzungswände

Blende mit dem Namen Ihres Unternehmens

1 Stehtisch, 3 Barhocker (auf Wunsch auch 1 Systemtisch und 3 Stühle),

3 Lichtpunkte, Prospektständer, 1 abschließbares Sideboard,

1 Doppelsteckdose, Teppichboden, Auf- und Abbau

Telefax (Nr. +49 (0)2 11/30 18 76-50)
GS_EXPO GMBH
Wiesenstrasse 21
40549 Düsseldorf
Germany

ANMELDUNG

Bitte Seite 1 und 2 der Anmeldung sowie Anhang 1 und 2 ausgefüllt und unterschrieben zurück an den Veranstalter senden.

Aussteller:

(Bitte genaue und vollständige Firmenbezeichnung / -name gem. Eintrag im Handelsregister und/oder Gewerbeschein.)

Handelsregister

Ja Nein

Nr.:

Ort:

Gesetzliche/r Vertreter:

(Bitte Vor- und Zuname des gesetzlichen Vertreters gem. Eintrag im Handelsregister und/oder Gewerbeschein.)

Ansprechpartner:

Position:

Straße:

Postfach:

PLZ / Ort:

Land:

Telefon:

E-Mail:

Telefax:

Internet:

Bitte die o.g. Adresse auch als Rechnungsanschrift nutzen.

Bitte die o.g. Adresse nicht als Rechnungsanschrift nutzen. Rechnungsanschrift liegt als Anlage bei.

Unternehmer im Sinne des UStG.

Ja Nein

Mitglied der Fachverbände: _____

Evtl. vorgesehene Unteraussteller:

(Bitte genaue und vollständige Firmenbezeichnung / -name gem. Eintrag im Handelsregister und/oder Gewerbeschein.)

Handelsregister

Ja Nein

Nr.:

Ort:

Gesetzliche/r Vertreter:

(Bitte Vor- und Zuname des gesetzlichen Vertreters gem. Eintrag im Handelsregister und/oder Gewerbeschein.)

Ansprechpartner:

Position:

Straße:

Postfach:

PLZ / Ort:

Land:

Telefon:

E-Mail:

Telefax:

Internet:

Unternehmer im Sinne des UStG.

Ja Nein

Mitglied der Fachverbände: _____

Seite 2 der Anmeldung zur salesServices 2010

Wir bestellen verbindlich gemäß den uns bekannten und von uns uneingeschränkt anerkannten Teilnahmebedingungen:

A. All-inclusive Paket

Gemäß Angebotsliste (siehe Anlage) mit Standbau ohne Standbau

Standnummer: _____ Fläche (Front ____ m x Tiefe ____ m) = _____ m²

All-inclusive Preis in EUR

Euro

B. Individuelle Buchung

B.1. Obligatorisch zu buchende Leistungen (nur ausfüllen, wenn kein All-inclusive-Paket gewählt wurde)

B.1.1. Hallenfläche (Mindestgröße 9 m²)

Die Standbegrenzungswände sind vom Aussteller zu stellen bzw. ggfs. unmittelbar bei dem Messebauer des Veranstalters zu bestellen.

Standart	Standnr.	Preis/m ²	Front	Tiefe	Fläche in m ²	Summe in EUR*
<input type="checkbox"/> Reihenstand		EUR 155,00				
<input type="checkbox"/> Eckstand		EUR 175,00				
<input type="checkbox"/> Kopfstand		EUR 185,00				
<input type="checkbox"/> Blockstand		EUR 195,00				

B.1.2. Ausstellereintrag im Ausstellerverzeichnis (bereits im „All-inclusive“-Paket enthalten)

Pflichtabgabe EUR 125,00

B.1.3. Reinigungspauschale (bereits im „All-inclusive“-Paket enthalten)

Pflichtabgabe EUR 80,00

B.2. Optional buchbare Leistungen

B.2.1. Systemstand (Mindestgröße 9 m²)

Der Preis betrifft lediglich die Aufbauten nebst Inventar gemäß Anhang zur Anmeldung, nicht jedoch die Hallenfläche; es entfällt die Notwendigkeit, die Standbegrenzungswände selbst zu stellen.

Preis pro m ²	Fläche in m ²
EUR 120,00	

B.2.2. Unterausstellergebühr

Name(n) des / der Unteraussteller _____

Preis pro Unteraussteller	Anzahl Unteraussteller
EUR 640,00	

B.2.3. Eintrag ins Internet

Verzeichniseintrag im Internet (mit Link zur Firmenhomepage) EUR 135,00 (Entfällt bei Buchung des „All-inclusive“-Pakets)

B.2.4. Werbebanner im Internet

(Banner wird vom Aussteller gestellt) EUR 590,00 (Entfällt bei Buchung des „All-inclusive“-Pakets)

B.2.5. Vortrag im Ausstellerforum (30 Minuten)

Pro 30 Minuten EUR 400,00

Gesamtsumme in Euro

*) Sämtliche Preise verstehen sich in Euro rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Umsatzsteuer.

Ort, Datum _____

Rechtsverbindliche Unterschrift und Firmenstempel _____

Aussteller: _____

Nachstehend finden Sie eine Auflistung der wichtigsten Ausstellungsbereiche. **Kreuzen Sie bitte unbedingt die Bereiche und Themengebiete an**, die Sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen auf der **salesServices 2010** abdecken. Ihre Angaben werden in unser computergestütztes Besucher-Informationssystem übertragen. Messebesuchern und Vertretern der Medien können wir somit eine themenbezogene Liste mit den entsprechenden Ausstellern und deren jeweiligen Standnummern aushändigen. Dem Besucher wird so eine Orientierung vor Ort erleichtert.

Unsere Produkte/Dienstleistungen lassen sich folgenden Stichworten bzw. Suchbegriffen zuordnen:

- | | | |
|--|--|--|
| Sales-Technik-Center | Sales-Dialogmarketing-Center | Sales-Mobility & Service-Center |
| <input type="checkbox"/> Customer Relationship-Management CRM | <input type="checkbox"/> Database Management | <input type="checkbox"/> Mobilfunkanbieter |
| <input type="checkbox"/> E-CRM/M-CRM | <input type="checkbox"/> Datawarehouse | <input type="checkbox"/> Reise-Equipment |
| <input type="checkbox"/> Kontaktmanagement Software | <input type="checkbox"/> Data Mining | <input type="checkbox"/> Taschen- und Kofferlösungen für Notebooks, Musterkoffer |
| <input type="checkbox"/> Interactive Selling Systeme | <input type="checkbox"/> Targeting-Systeme | <input type="checkbox"/> Mietwagenanbieter |
| <input type="checkbox"/> Geografische Informationssysteme | <input type="checkbox"/> E-Mail-Services | <input type="checkbox"/> Automobilhersteller |
| <input type="checkbox"/> Geomarketing | <input type="checkbox"/> Permission Marketing | <input type="checkbox"/> Automobilausstatter |
| <input type="checkbox"/> Software zur Vertriebsplanung | <input type="checkbox"/> Fax-Marketing | <input type="checkbox"/> Kreditkartenanbieter |
| <input type="checkbox"/> Prognosesystem / Forecasting | <input type="checkbox"/> Adressverlage / Listbroker | <input type="checkbox"/> Vermögensberatungs-Gesellschaften |
| <input type="checkbox"/> Sales Force Automation | <input type="checkbox"/> Call-Center | <input type="checkbox"/> Geschäftsreiseanbieter |
| <input type="checkbox"/> Computer Aided Selling (CAS) | <input type="checkbox"/> Call Center Services | <input type="checkbox"/> Fuhrparkdienste |
| <input type="checkbox"/> Vertriebsinformationssysteme (VIS) | <input type="checkbox"/> Lettershops | |
| <input type="checkbox"/> Service-Automation | <input type="checkbox"/> Print Services (Druck, DTP, Litho) | Sales-Training-Center |
| <input type="checkbox"/> Routenplanung | <input type="checkbox"/> Verpackung, Versand | <input type="checkbox"/> Weiterbildungsanbieter für den Vertrieb |
| <input type="checkbox"/> Vertriebscontrolling | <input type="checkbox"/> Haushaltswerbung | <input type="checkbox"/> Vertriebs- und Verkaufstrainer |
| <input type="checkbox"/> Systeme-Integratoren | <input type="checkbox"/> Dialogmarketing-Agenturen | <input type="checkbox"/> Berufsakademien |
| <input type="checkbox"/> Werbekontrollsysteme/Statistiksysteme | <input type="checkbox"/> Telefonmarketing-Agenturen | <input type="checkbox"/> Personalbeschaffungsagenturen |
| <input type="checkbox"/> Supply Chain Management-Systeme | <input type="checkbox"/> Berater | <input type="checkbox"/> E-Learning Anbieter |
| <input type="checkbox"/> Channel Promotion Management (CPM) | Sales-Research-Center | <input type="checkbox"/> Wirtschaftsförderung |
| <input type="checkbox"/> ERP-Systeme | <input type="checkbox"/> Vertriebs- und Marktforschung | <input type="checkbox"/> Existenzgründung |
| <input type="checkbox"/> B to B und B to C-Marktplätze | <input type="checkbox"/> Vertriebs-/Marktforschungs-Beratung | Sales-Motivation-Center |
| <input type="checkbox"/> E-Commerce/M-Commerce | <input type="checkbox"/> Trendforschung | <input type="checkbox"/> Incentive- und Motivations-Programme |
| <input type="checkbox"/> Portale | <input type="checkbox"/> Online-Research | <input type="checkbox"/> Hotels und Tagungsstätten |
| <input type="checkbox"/> Shop-Systeme | <input type="checkbox"/> Feldorganisation | <input type="checkbox"/> Eventveranstalter und -agenturen |
| <input type="checkbox"/> Content-Provider | <input type="checkbox"/> Teststudio | <input type="checkbox"/> Künstler |
| <input type="checkbox"/> Technical-Provider | <input type="checkbox"/> Datenerfassung/-auswertung | <input type="checkbox"/> Incentive-Agenturen |
| <input type="checkbox"/> Intranet/Extranet | <input type="checkbox"/> Soft-/Hardware | <input type="checkbox"/> Coupon- und Gewinnspielprogramme |
| <input type="checkbox"/> Suchmaschinen-Marketing | | <input type="checkbox"/> Redner-Agenturen |
| <input type="checkbox"/> Online-Media | Sales-Promotion-Center | |
| <input type="checkbox"/> Mobile Marketing Solutions | <input type="checkbox"/> Online Werbung | Sales-Fashion and Style-Center |
| <input type="checkbox"/> Call-Center-Software | <input type="checkbox"/> Mobiles Advertising | <input type="checkbox"/> Typ-Beratung/Business-Knigge |
| <input type="checkbox"/> E-Mail-Software / E-Mail-Dienste | <input type="checkbox"/> Außenwerbung/Ambiente Media | <input type="checkbox"/> Business Fashion |
| <input type="checkbox"/> Benchmarking-Systeme | <input type="checkbox"/> Präsentationsmittel | <input type="checkbox"/> Gesundheits- und Fitnessberatung |
| | <input type="checkbox"/> Werbemittel (Händler / Hersteller) | |
| | <input type="checkbox"/> Messebau / Stand-Design | Sales-Information-Center |
| | <input type="checkbox"/> Point of Sale-(POS/POP) Services | <input type="checkbox"/> Verlage für Vertriebsliteratur |
| | <input type="checkbox"/> Displays | <input type="checkbox"/> Wirtschaftspresse |
| | <input type="checkbox"/> Verkaufsförderungs-Agenturen | <input type="checkbox"/> Corporate Publishing |
| | <input type="checkbox"/> Verpackungs-Design | <input type="checkbox"/> Verbände |
| <input type="checkbox"/> Sonstige _____ | <input type="checkbox"/> Corporate Publishing | |

Wir planen, folgende Messe- bzw. Produktneuheiten auf der salesServices 2010 zu präsentieren:

Ort, Datum

Rechtsverbindliche Unterschrift und Firmenstempel

Anhang 2 zur Anmeldung Vortragsbuchung im Ausstellerforum



Aussteller: _____

Aussteller haben auf der *salesServices 2010* die Möglichkeit, Ihre Produkte und Dienstleistungen im Rahmen eines Vortrages im Ausstellerforum zu präsentieren. Mit einem Vortrag im Ausstellerforum haben Sie als Aussteller die Gelegenheit, die Fachbesucher direkt und ohne Streuverluste anzusprechen. Nutzen Sie diesen zusätzlichen Werbe- und Kommunikationseffekt für Ihr Unternehmen! Wenn Sie einen Vortrag gebucht haben (Punkt B.2.5. im Anmeldeformular) senden Sie uns auch bitte dieses Formular ausgefüllt mit Ihrer Anmeldung zu.

Wichtige Information in Kürze:

- Das Ausstellerforum befindet sich inmitten der Fachausstellung im Congress Centrum Mainz.
- Vorträge innerhalb des Ausstellerforums können nur durch Aussteller der *salesServices 2010* gehalten werden.
- Das Ausstellerforum ist für alle Fachbesucher frei zugänglich. Zusätzliche Vortragsgebühren dürfen nicht erhoben werden.
- Der Veranstalter entscheidet über die Aufnahme von Firmenbeiträgen im Ausstellerforum. Tag und Uhrzeit der Vorträge werden vom Veranstalter festgelegt. Die Wünsche des Ausstellers werden nach Möglichkeit berücksichtigt.
- Die Dauer der Vorträge pro Aussteller ist auf maximal 30 Minuten beschränkt.
- Für die Teilnahme am Ausstellerforum wird eine Kostenpauschale in Höhe von EURO 400,00 zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer für eine Vortragseinheit von 30 Minuten erhoben. Die Kostenpauschale beinhaltet folgende technische Grundausstattung:
 - 1 Beamer
 - 1 Overhead-Projektor 575 W, Folien und Stifte
 - 1 Leinwand
 - 1 Flipchart, Papier und Stifte
 - 1 drahtloses Mikrofon mit 1 Laser-Lichtanzeiger

Zusätzliches technisches Equipment ist **kostenpflichtig**. Auf Anfrage unterbreiten wir Ihnen gerne ein Angebot (*Bitte führen Sie auf, für welche zusätzliche Veranstaltungstechnik Sie ein Angebot wünschen.*):

Angaben zum Referenten

Firma: _____

Name: _____ Vorname: _____

Titel/Funktion: _____

Straße: _____ PLZ, Ort: _____

Telefon: _____ Telefax: _____

E-Mail: _____

Gewünschter Vortragstermin: 19. Mai 2010 20. Mai 2010
 vormittags nachmittags vormittags nachmittags

Titel des Beitrags: _____

Kurze inhaltliche Zusammenfassung des Beitrags: _____

Ort, Datum

Rechtsverbindliche Unterschrift und Firmenstempel

Präsentations- und Sponsoring-Angebote

Vom 19. bis 20. Mai 2010 öffnet die salesServices 2010, Deutschlands führende Fachmesse und Fachforum für Vertrieb & Marketing, ihre Tore. Für alle Firmen, die den Vertriebs- und Marketingleiter sowie den Verkäufer im Innen- wie im Außendienst bzw. den „Marketier“ in den Fokus ihrer Bemühungen stellen, ist die salesServices 2010 in der deutschen Messelandschaft die konzentrierte Plattform zur Marktbearbeitung.

Die nachfolgenden Präsentations- und Sponsorship-Alternativen bieten Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten, Ihr Unternehmen zusätzlich zur reinen Messeteilnahme im Rahmen der salesServices 2010 herauszuheben und das Interesse der entscheidungskräftigen Fachbesucher der Veranstaltung noch deutlicher auf Ihre Produkte und Dienstleistungen hinzulenken.

Bei der Buchung der u.a. Alternativen gilt das „First come – first serve-Prinzip“. Zögern Sie demnach nicht zu lange und sichern Sie sich die Aufmerksamkeit Ihrer künftigen Kunden.

1. Medianauslage

Für die Fachpresse und für die weiteren Medien werden Präsentationsmöglichkeiten in Form von Auslagefächer im Eingangsbereich angeboten.

1.1 Auslagefächer Euro 300,-- zzgl. USt.
pro Fach

1.2 Für ein einzelnes Medienunternehmen wird ein spezifischer Medienturm bereit gestellt. Er dient zur umfassenden Präsentation der Titel dieses Unternehmens.
Exklusives Sponsorship Euro 1.500,-- zzgl. USt.
(exkl. Produktionskosten)

2. Besuchertaschen

Jeder Besucher erhält am Eingang zur Messehalle eine Tragetasche mit allen wichtigen Informationen zur Messe und den Ausstellern und zum Programm des Fachforums. Bedrucken Sie die Taschen mit Ihrem Werbeslogan und platzieren Sie in den Taschen Ihre Werbebroschüre. Die Verteilung der Taschen erfolgt bei der Besucherregistrierung.

2.1 Aufdruck (einseitig auf Besuchertasche, Vorlage stellt Aussteller) inkl. Einlage eines Firmenprospektes (max. 8 Seiten DIN A4) oder eines Give-Aways
Exklusives Sponsorship Euro 1.750,-- zzgl. USt.
(exkl. Produktionskosten)

2.2 Einlage eines Firmenprospektes in die Tragetaschen (max. 8 Seiten)
Maximal 5 Unternehmen Euro 300,-- zzgl. USt.

3. Werbeaufsteller im Registrierungs- und Eingangsbereich der Messe

Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft mit einem Aufsteller (max. 1m x 2,50m) im Registrierungs- und Eingangsbereich der Messe. Sie können wählen, ob Sie Ihre eigenen Aufsteller mitbringen oder ob Sie unsere Stellwände entsprechend bedrucken lassen möchten.

Maximal 6 Flächen verfügbar (Preis jeweils exkl. Produktionskosten)

3.1 Werbeaufsteller einseitig bedruckt (4 verfügbar)	Preis pro Stück: Euro 400,00,-- zzgl. USt.
3.2 Werbeaufsteller beidseitig bedruckt (2 verfügbar)	Preis pro Stück: Euro 600,00,-- zzgl. USt.
3.3 Komplettbuchung aller verfügbaren Flächen	Preis gesamt: Euro 1.900,00,-- zzgl. USt.

4. Werbebanner auf den Vortragsbühnen

Während der gesamten Messelaufzeit werden auf zwei Bühnen durchgehend Fachvorträge zum Thema Vertrieb & Marketing gehalten. Die Bühnen sind frei zugänglich und für alle Besucher einsehbar. Die Vorträge auf den Bühnen zählen zu den Hauptanziehungspunkten der Fachmesse. Platzieren Sie Ihr Logo mit Standnummer bzw. Ihr Banner (max. 2x1m) an der jeweils rechten Bühnenseite.

Pro Bühne max. 1 Banner (exkl. Produktionskosten)

4.1 Banner auf Bühne 1	Preis Euro 400,00,-- zzgl. USt.
4.2 Banner auf Bühne 2	Preis: Euro 400,00,-- zzgl. USt.
4.3 Komplettbuchung aller verfügbaren Flächen	Preis gesamt: Euro 700,00,-- zzgl. USt.

5. Kugelschreiber

Die Fachbesucher der salesServices 2010 müssen sich Vorort registrieren. Der mit Ihrem Logo und dem Schriftzug salesServices 2010 bedruckte Kugelschreiber ist damit ganz nah dran an Ihrem Kunden und wird nach der Veranstaltung auf dessen Schreibtisch liegen. Zudem wird der Kugelschreiber in alle Besuchertaschen eingelegt.

Exklusives Sponsoring	Preis: Euro 300,-- zzgl. USt. (exkl. Produktionskosten)
-----------------------	--

6. Ihre Standplatzierung auf dem Hallenplan farbig markiert

Am Haupteingang zur salesServices 2010 wird der Hallenplan im Format A2 platziert. Damit Ihre Kunden Sie problemlos finden und Ihre Platzierung direkt ins Auge springt, markieren wir Ihre Platzierung farbig und platzieren Ihre Firmierung inkl. Logo in der Legende des Hallenplans.

Markierung der Firmenfläche im offiziellen Hallenplan am Halleneingang Maximal 5 Unternehmen	Euro 200,-- zzgl. USt.
---	------------------------

SPONSORSHIP-ANMELDUNG

- Ja**, hiermit buchen wir verbindlich das unten aufgeführte Sponsorship im Rahmen der salesServices 2010
- Ja**, wir interessieren uns für ein individuelles Sponsorship im Rahmen der salesServices 2010.
 Bitte kontaktieren Sie uns!

salesServices 2010	<u>Preis *</u>		<u>Preis *</u>
1. Medienaussage		4. Werbebanner auf den Vortragsbühnen	
<input type="checkbox"/> 1.1 Auslagefach	€ 300,--	<input type="checkbox"/> 4.1 Banner auf Bühne 1	€ 400,--
<input type="checkbox"/> 1.2 Medienturm	€ 1.750,--	<input type="checkbox"/> 4.2 Banner auf Bühne 2	€ 400,--
2. Besuchertaschen		<input type="checkbox"/> 4.3 Komplettbuchung aller verfügbaren Flächen	€ 700,--
<input type="checkbox"/> 2.1 Aufdruck (einseitig auf Besuchertasche, Vorlage stellt Aussteller) inkl. Einlage eines Firmenprospektes (max. 8 Seiten DIN A4) oder eines Give-Aways	Exclusives Sponsorship € 1.500,--	5. Kugelschreiber	
<input type="checkbox"/> 2.2 Einlage eines Firmenprospektes in Tragetasche	€ 300,--	<input type="checkbox"/> Exclusives Sponsoring	€ 300,--
3. Werbeaufsteller im Registrierungs- und Eingangsbereich der Messe		6. Ihre Standplatzierung auf dem Hallenplan farblich markiert	
<input type="checkbox"/> 3.1 Werbeaufsteller einseitig bedruckt (vier verfügbar)	€ 400,--	<input type="checkbox"/> Farbliche Markierung auf Hallenplan (Maximal fünf Unternehmen)	€ 200,--
<input type="checkbox"/> 3.2 Werbeaufsteller beidseitig bedruckt (zwei verfügbar)	€ 600,--		
<input type="checkbox"/> 3.3 Komplettbuchung aller verfügbaren Flächen	€ 1.900,--		

*Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

Firma
 Vorname.....
 Nachname.....
 Position.....
 Straße.....
 PLZ / Ort.....
 E-Mail Adresse.....

Bitte senden an:

GS,expo GmbH
 Wiesenstraße 21
 D-40549 Duesseldorf
 Telefon: 0211 30 18 76-0
 Fax: 0211 30 18 76-50
 E-Mail: sales-services@gs-expo.de
 Internet: www.sales-services.gs-expo.de

Verbindliche Unterschrift / Datum / Firmenstempel

1 Titel der Veranstaltung

salesServices 2010
Die Fachmesse für Vertrieb & Marketing

2 Ausstellungsbereiche

Als Aussteller kann zugelassen werden, wer einem der folgenden Bereiche zuzuordnen ist:

1. Sales + Technik-Center

- 1.1. Customer Relationship-Management (CRM)
- 1.2. E-CRM / M-CRM
- 1.3. Kontaktmanagement Software
- 1.4. Interactive Selling Systeme
- 1.5. Geografische Informationssysteme
- 1.6. Geomarketing
- 1.7. Software zur Vertriebsplanung
- 1.8. Prognose-/Forecasting
- 1.9. Sales Force Automation
- 1.10. Computer Aided Selling (CAS)
- 1.11. Vertriebsinformationssysteme (VIS)
- 1.12. Service-Automation
- 1.13. Routenplanung
- 1.14. Vertriebscontrolling
- 1.15. Systemintegratoren
- 1.16. Werbekontrollsysteme/ Statistiksyste
- 1.17. Supply Chain Management-Systeme
- 1.18. Channel Promotion Management (CPM)
- 1.19. ERP-Systeme
- 1.20. B to B und B to C-Marktplätze
- 1.21. E-Commerce/M-Commerce
- 1.22. Portale
- 1.23. Shop-Systeme
- 1.24. Content-Provider
- 1.25. Technical-Provider
- 1.26. Intranet/Extranet
- 1.27. Suchmaschinen-Marketing
- 1.28. Online-Media
- 1.29. Mobile Marketing Solutions
- 1.30. Call-Center-Software
- 1.31. E-Mail-Software/E-Mail-Dienste
- 1.32. Benchmarking-Systeme

2. Sales-Dialogmarketing-Center

- 2.1. Database Management
- 2.2. Datawarehouse
- 2.3. Data Mining
- 2.4. Targeting-Systeme
- 2.5. E-Mail-Services
- 2.6. Permission Marketing
- 2.7. Faxmarketing
- 2.8. Adressverlage/Listbroker
- 2.9. Call-Center
- 2.10. Call Center Services
- 2.11. Lettershops
- 2.12. Print Services (Druck, DTP, Litho)
- 2.13. Verpackung, Versand
- 2.14. Haushaltswerbung
- 2.15. Dialogmarketing-Agenturen
- 2.16. Telefonmarketing-Agenturen
- 2.17. Berater

3. Sales-Research-Center

- 3.1. Vertriebs- und Marktforschung
- 3.2. Vertriebs-/Marktforschungs-Beratung
- 3.3. Trendforschung
- 3.4. Online-Research
- 3.5. Feldorganisation
- 3.6. Teststudio
- 3.7. Datenerfassung/-auswertung
- 3.8. Soft-/Hardware

4. Sales-Promotion-Center

- 4.1. Online Werbung
- 4.2. Mobiles Advertising
- 4.3. Außenwerbung/Ambiente Media
- 4.4. Präsentationsmittel
- 4.5. Werbemittel(Händler/Hersteller)
- 4.6. Messebau/Stand-Design
- 4.7. Point of Sale-(POS / POP) Services
- 4.8. Displays
- 4.9. Verkaufsförderungs-Agenturen
- 4.10. Verpackungs-Design
- 4.11. Corporate Publishing

5. Sales-Service + Mobility-Center

- 5.1. Mobilfunkanbieter
- 5.2. Reise-Equipment
- 5.3. Taschen- und Kofferlösungen für Notebooks, Musterkoffer
- 5.4. Mietwagenanbieter
- 5.5. Automobilhersteller
- 5.6. Automobilausstatter
- 5.7. Kreditkartenanbieter
- 5.8. Vermögensberatungs-Gesellschaften
- 5.9. Geschäftsreiseanbieter
- 5.10. Fuhrparkdienste

6. Sales-Training-Center

- 6.1. Weiterbildungsanbieter für den Vertrieb
- 6.2. Vertriebs- und Verkaufstrainer
- 6.3. Berufsakademien
- 6.4. Personalbeschaffungsagenturen
- 6.5. E-Learning Anbieter
- 6.6. Wirtschaftsberatung
- 6.7. Existenzgründung

7. Sales-Motivation-Center

- 7.1. Incentive- und Motivations-Programme
- 7.2. Hotels und Tagungsstätten

- 7.3. Eventveranstalter und -agenturen
- 7.4. Künstler
- 7.5. Incentive-Agenturen
- 7.6. Coupon und Gewinnspielprogramme
- 7.7. Redner-Agenturen

8. Sales-Fashion and Style-Center

- 8.1. Typ-Beratung/Business-Knigge
- 8.2. Business Fashion
- 8.3. Gesundheits- und Fitnessberatung

9. Sales-Information Center

- 9.1. Verlage für Vertriebsliteratur
- 9.2. Wirtschaftspresse
- 9.3. Corporate Publishing
- 9.4. Verbände

10. Sonstige

Sonstige Unternehmen mit Fokus Vertrieb

3 Veranstalter

GS_expo GmbH
Wiesenstraße 21
D-40549 Düsseldorf
Telefon +49 (0)2 11 / 30 18 76-0
Telefax +49 (0)2 11 / 30 18 76-50
E-Mail info@gs-expo.de

4 Veranstaltungsort/ Hallenbetreiber

Congress-Centrum Mainz
Rheinstraße 66
55116 Mainz

5 Messedauer und Öffnungszeiten

19. Mai 2010: 10:00 - 17:00 Uhr
20. Mai 2010: 10:00 - 16:00 Uhr

6 Auf- und Abbau der Stände

Aufbau: 17.05.2010 - 18.05.2010:
08:00 - 18:00 Uhr
Abbau: 20.05.2010: 17:00 - 22:00 Uhr
21.05.2010: 08:00 - 12:00 Uhr

Die vorerwähnten Zeiten sind strikt zu beachten, Arbeiten während der Publikumsöffnungszeiten sind untersagt. Eine nicht rechtzeitige und/oder vollständige Räumung des Standes nach Abschluss der Messe rechtfertigt die Entsorgung durch den Veranstalter auf Kosten des Ausstellers, ohne dass den Veranstalter diesbezüglich Überprüfungs-, Aufbewahrungs- und Obhutpflichten treffen.

Damit der positive Gesamteindruck der Messe gewahrt wird, gelten, wenn kein Systemstand übernommen wird, für die Ausstattung der eigenen Stände folgende Mindestanforderungen:

- Stabile Rück- und Seitenwände
- Schriftblenden an der Standgrenze zu den Gängen
- Sauberer fester Bodenbelag
- Standaufbauhöhe 250 cm

7 Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt ausschließlich auf dem vom Veranstalter vorgegebenen Formblatt unter gleichzeitiger ausdrücklicher Anerkennung dieser Teilnahmebedingungen und der in der Aussteller-Service-Mappe, die nach Eingang der Anmeldung zugeleitet wird, enthaltenen Technischen Richtlinien sowie sonstigen Auflagen und Hinweisen. Anderslautende Bedingungen des Ausstellers werden nicht zum Vertragsinhalt, auch wenn der Veranstalter ihnen nicht ausdrücklich widerspricht. Ebenso wenig werden in den Anmeldungen evtl. enthaltene Vorbehalte, Bedingungen etc. berücksichtigt, sie gelten als nicht geschrieben. Besondere Platzwünsche, hinsichtlich deren Berücksichtigung kein Rechtsanspruch besteht, stellen ebenfalls keine Bedingung für eine Teilnahme dar. Ein Konkurrenzschluss wird grundsätzlich nicht zugestanden.

Die Anmeldung ist bindend; bis zur Zulassung kann der Aussteller von seiner Anmeldung zurücktreten, er hat jedoch 25 % des in der Anmeldung enthaltenen Gesamtbetrages als Stornierungs- und Bearbeitungsgebühr pauschal zu zahlen.

8 Zulassung/Stand- bestätigung/Kündigung

Grundsätzlich kann nur ein Aussteller zugelassen werden, dessen Ausstellungsprogramm den Ausstellungsbereichen der Messe entspricht. Ein Rechtsanspruch auf Zulassung besteht nicht. Über die Zulassung des Ausstellers und der Ausstellungstücke entscheidet der Veranstalter. Waren, die in der Zulassung nicht aufgeführt sind, dürfen nicht ausgestellt werden, bei Verstoß hiergegen können sie durch den Veranstalter auf Kosten des Ausstellers entfernt werden.

Die Zulassung als Aussteller wird seitens des Veranstalters schriftlich bestätigt und ist nur für den darin ausdrücklich genannten Aussteller gültig. Mit der Zulassung kommt der Ausstellungsvertrag zwischen dem Veranstalter und dem Aussteller zustande. Alsdann bestätigt der Veranstalter schriftlich die Zulassung. Dann wird, soweit noch nicht geschehen, dem Aussteller die Lage des jeweiligen Standes durch einen entsprechenden Hallenplan mitgeteilt.

Nach der Zulassung ist eine Kündigung durch den Aussteller nicht möglich. Der Aussteller ist nicht zu einer Abtretung/Übertragung seiner ihm aus dem Vertrag erwachsenen Rechte befugt. Sollte der Aussteller bis 17:00 Uhr des vor Messebeginn liegenden Tages seinen Stand nicht übernommen bzw. bezogen haben, hat der Veranstalter das Recht, diesen Stand anderweitig zu vergeben.

Der Veranstalter ist berechtigt, aus wichtigem Grunde das Vertragsverhältnis zu kündigen und trotz Zulassung dem Aussteller den Standaufbau zu untersagen bzw. ihn vom Ausstellungs Gelände zu verweisen, insbesondere den Stand auf Kosten des Ausstellers selber oder durch Beauftragte zu räumen, wenn der Aussteller gegen eine der ihm obliegenden wesentlichen Vertragspflichten verstößt, so insbesondere wenn der Aussteller die Zulassung unter Vorspielung falscher Tatsachen erschlichen hat bzw. seinen finanziellen Verpflichtungen dem Veranstalter gegenüber nicht rechtzeitig nachgekommen ist bzw. über das Vermögen des Ausstellers das gerichtliche Vergleichs- oder Konkursverfahren beantragt worden ist, worüber der Aussteller den Veranstalter unverzüglich zu unterrichten hat, aber auch wenn der Aussteller ungerechtfertigt seinen Stand ganz oder teilweise an Dritte überlässt, nachhaltig und trotz einmaliger Abmahnung unzulässige Werbemaßnahmen vornimmt, seiner Rücksichtnahme- sowie seiner Reinigungspflicht und sonstigen vertraglichen Pflichten nicht nachkommt.

Der in der Anmeldung enthaltene Gesamtbetrag bleibt in jedem Falle, so auch bei einer Kündigung des Veranstalters, ohne Abzug zahlbar, die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen seitens des Ausstellers bleibt vorbehalten. Der Veranstalter ist nicht verpflichtet, für eine anderweitige Verwendung der evtl. nicht genutzten Flächen Sorge zu tragen. Der Austausch von nicht belegten Flächen durch den Veranstalter zur Wahrung des optischen Gesamtbildes entbindet den Aussteller nicht von seiner Zahlungsverpflichtung. Verzichtet der Aussteller darauf, die ihm zugeteilte Standfläche zu belegen, und kann diese Fläche von dem Veranstalter anderweitig vermietet werden (keine Belegung durch Austausch), dann hat der Aussteller 25 % des Teilnahmebetrages zu tragen.

Beim Vorliegen eines wichtigen Grundes ist der Veranstalter berechtigt, die Messe zu verschieben, zu verkürzen, zu verlängern oder zeitweise ganz oder teilweise zu schließen oder gänzlich abzusagen. Der Aussteller hat, wie auch ansonsten in sämtlichen Fällen höherer Gewalt, lediglich Anspruch auf Rückerstattung in Höhe von 75 % des von ihm gezahlten Betrages, der Veranstalter kann bis zu 25 % des vom

Aussteller gezahlten bzw. zu zahlenden Betrages für allgemeinen Kostenersatz in Anspruch nehmen. Darüber hinausgehende Ansprüche des Ausstellers sind ausgeschlossen.

9 Platzzuteilung und Platzänderung

Der Veranstalter ist zu jeder Platzzuteilung und zu jeder Änderung einer vorgenommenen Platzzuteilung und einer geringfügigen Veränderung der Standgröße ermächtigt, insbesondere auch, um besondere örtliche Gegebenheiten zu berücksichtigen bzw. das optische Gesamtbild der Veranstaltung zu wahren. Hiervon ist der Aussteller alsbald zu unterrichten. Sind ein zugeteilter und ersatzweise auch nicht ein in etwa gleichwertiger Platz verfügbar, so hat der Aussteller Anspruch auf die Rückerstattung evtl. Zahlungen, ein weitergehender Anspruch besteht nicht.

Darüber hinaus behält sich der Veranstalter vor, die Lage der Ein- und Ausgänge zum Messegelände und zu den Räumlichkeiten zu verlegen und in besonderen Fällen auch nichtstationäre Räumlichkeiten zu benutzen.

10 Zahlungsbedingungen

Sämtliche angegebenen Beträge verstehen sich jeweils zusätzlich der gesetzlichen Umsatzsteuer sowie sonstiger lokaler Steuern.

Nach Zulassung durch den Veranstalter sind 25 % der Rechnungssumme sofort zu begleichen, sofern die Zulassung durch den Veranstalter zu einem Zeitpunkt von mehr als sechs Monaten vor der Veranstaltung erfolgt. Erfolgt die Zulassung durch den Veranstalter im Zeitraum zwischen drei und sechs Monaten vor der Veranstaltung, sind 50 % der Rechnungssumme sofort zu begleichen. Die Restsumme ist zum auf der Rechnung angegebenen Fälligkeitsdatum fällig und ohne Abzüge zahlbar. Sofern die Zulassung weniger als drei Monate vor Veranstaltungsbeginn erfolgt, so ist die Gesamtrechnungssumme ohne Abzug sofort fällig. Sollte der gesamte Rechnungsbetrag zehn Werktage vor Aufbau nicht ausgeglichen sein bzw. der Aussteller gegebene Leistungen während des Aufbaus bzw. während der Messelaufzeit veranlassen, ist der Veranstalter berechtigt, Vorkasse bzw. sofortige Zahlung in bar zu verlangen.

Bei verspäteter Zahlung hat der Aussteller vom zehnten Tage nach Rechnungsdatum an Zinsen in Höhe von 5 % über dem jeweiligen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank, mindestens jedoch 10 % zu zahlen, die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt vorbehalten. Schecks werden nur zahlungshalber entgegengenommen, Wechsel werden keinesfalls entgegengenommen. Zahlungen des Ausstellers, selbst wenn sie einen anderslautenden Zweckvermerk haben, werden zunächst gem. §§ 366 Abs. 2, 367 BGB verrechnet.

Ein Zurückbehaltungsrecht, gleich aus welchem Grunde, steht dem Aussteller nicht zu. Eine Aufrechnung des Ausstellers ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig titulierten Gegenforderungen zulässig.

Werden Rechnungen auf Wunsch des Ausstellers auf einen Dritten ausgestellt, so bleibt der Aussteller gleichwohl Schuldner, bis der Dritte die entsprechende Forderung nebst Zinsen und Kosten bezahlt hat. Falls Rechnungen auf Wunsch des Ausstellers erneut ausgestellt werden (z.B. aufgrund einer geänderten Rechnungsanschrift), fällt eine Bearbeitungsgebühr i.H.v. 20,00 Euro an.

An sämtlichen eingebrachten Gegenständen hat der Veranstalter ein Pfandrecht. Der Veranstalter ist berechtigt, bei Zahlungsverzug des Ausstellers die Pfandgegenstände in

Besitz zu nehmen und nach Ablauf von zwei Wochen nach entsprechender Androhung freihändig zu veräußern, um damit die ihm zustehenden Forderungen abzudecken.

11 Unteraussteller und Gemeinschaftsstände

Ohne Genehmigung des Veranstalters - ein wie auch immer gearteter Rechtsanspruch besteht insoweit nicht - ist die vollständige oder teilweise Weitergabe des zugewiesenen Standes nicht gestattet. Größere Gemeinschaftsstände kann der Veranstalter genehmigen, wenn sie sich in die fachliche Gliederung der Veranstaltung einfügen lassen. Für Waren oder Firmen, die nicht in der Zulassung genannt sind, darf auf dem Stand nicht geworben werden. Auch ansonsten gelten zu Lasten des Mit- bzw. Unterausstellers dieselben vertraglichen Bedingungen wie zwischen dem Veranstalter und dem Aussteller. Im übrigen tritt der Aussteller seine evtl. Ansprüche gegenüber dem Mit- bzw. Unteraussteller aus und im Zusammenhang mit dieser Veranstaltung an den Veranstalter ab.

Aussteller und Unteraussteller haften ebenso wie die Aussteller von Gemeinschaftsständen für alle Ansprüche aus und im Zusammenhang mit dieser Veranstaltung dem Veranstalter als Gesamtschuldner.

12 Beanstandungen

Der Aussteller hat unverzüglich den ihm zugewiesenen Messestand sowie einem evtl. ihm überlassenen Systemstand auf seine Ordnungsmäßigkeit hin zu untersuchen und eine evtl. Schlecht-, Falsch- oder Mehr- oder Minderleistung unverzüglich schriftlich zu rügen. Nicht offensichtliche Mängel sind nach Kenntniserhebung ebenfalls unverzüglich schriftlich zu rügen. Lediglich bei rechtzeitiger und begründeter Mängelrüge ist der Veranstalter in der Lage, Abhilfe zu schaffen. Stets hat der Aussteller dem Veranstalter die Möglichkeit der Nachbesserung innerhalb angemessener Fristen zu geben. Will der Aussteller im Hinblick auf tatsächlich vorhandene Mängel Schadensersatzansprüche, Minderung etc. geltend machen, hat er hierauf bei seiner schriftlichen Rüge ausdrücklich hinzuweisen, andernfalls die Geltendmachung derartiger Ansprüche ausgeschlossen ist; für kleinere Mängel, die den Gebrauch nicht nachhaltig beeinträchtigen, sind derartige Ansprüche grundsätzlich ausgeschlossen.

13 Hausrecht

Das Hausrecht steht dem Veranstalter zu. Hinsichtlich des einzelnen Messestandes steht dem Aussteller das Hausrecht lediglich insoweit zu, als er dritte Personen mit Ausnahme von Beauftragten des Veranstalters bzw. des Hallenbetreibers aus seinem Stand weisen kann. Außerhalb der täglichen Messeöffnungszeiten darf ein Messestand nur im Notfall, zu welchem auch die Wahrnehmung des Pfandrechtes gilt, betreten werden.

14 Bewachung

Die allgemeine äußere Bewachung der Messehallen übernimmt der Veranstalter. Die Bewachung beginnt mit dem ersten Aufbau und endet mit der letzten angegebenen Stunde des letzten Abbautages. Der Veranstalter ist berechtigt, die zur Bewachung notwendigen Kontrollmaßnahmen durchzuführen. Sonderwachen dürfen nur durch die vom Veranstalter beauftragte Bewachungsgesellschaft aufgrund unmittelbaren Auftrages des Ausstellers auf dessen Kosten eingesetzt werden.

15 Ausstellerausweise

Für einen Stand bis zu 9 m² Größe erhält jeder Aussteller nach Bezahlung des Beteiligungspreises kostenlos drei Ausstellerausweise. Für jede weiteren angefangenen 6 m² wird ein weiterer

Ausstellerausweis bis zur Höchstzahl von 10 kostenlos zur Verfügung gestellt.

Durch die Aufnahme von Unterausstellern erhöht sich die Zahl der kostenlosen Ausstellerausweise nicht.

Zusätzliche Ausstellerausweise können für Euro 20,00 zusätzlich gesetzlicher Umsatzsteuer je Stück beim Veranstalter angefordert werden.

Diese Karten sind ausschließlich für die namentlich benannten Aussteller, deren Standpersonal und Beauftragte bestimmt. Bei Missbrauch wird die Karte ersatzlos eingezogen.

Ein Anspruch auf Aushändigung der Ausstellerausweise entsteht erst nach vollständiger Bezahlung aller Verbindlichkeiten gegenüber dem Veranstalter.

16 Verkaufsregelung

Der Verkauf über das Auftragsbuch ist ebenso gestattet wie der Direktverkauf.

17 Werbung im Messegelände

Der Aussteller darf nur innerhalb des Standes Werbemittel verteilen und Werbemaßnahmen durchführen, insbesondere also nicht in den Hallengängen oder ansonsten auf dem Messegelände. Grundsätzlich sind nur messebezogene Werbemaßnahmen der Aussteller zulässig, die darüber hinaus weder gegen die gesetzlichen Vorschriften noch die guten Sitten verstoßen noch weltanschaulichen oder politischen Charakter haben. Vergleichende und Superlativ-Werbung sind unzulässig. Stets ist darüber hinaus Rücksicht zu nehmen auf die benachbarten Aussteller, die nicht in der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeiten in irgendeiner Form behindert bzw. belästigt werden dürfen. Dies gilt insbesondere auch für sich bewegende, optische und/oder akustische Werbemittel.

18 Bewirtung

Der Aussteller bedarf der vorherigen Genehmigung des Veranstalters und des Hallenbetreibers für den Fall einer Bewirtung am Stand. Zusätzliche Voraussetzung für die Erteilung ist eine zusätzliche in den Stand integrierte Freifläche, die mindestens rund 30 % der gebuchten Standfläche ausmachen muss, um eine Bewirtung außerhalb der Standfläche in jedem Falle zu verhindern.

19 Technik

Die Technischen Richtlinien für Aussteller und Standbauer in der Aussteller-Service-Mappe sind Bestandteil dieses Vertrages, sie sind vom Aussteller stets zu beachten, ebenso die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, Verwaltungsvorschriften u. ä. mehr. Dies betrifft insbesondere auch baurechtliche Vorschriften u. dgl. mehr. Für die Einholung evtl. notwendiger Genehmigungen ist alleine der Aussteller verantwortlich.

Ebenso müssen alle von ihm eingebrachten Anschlüsse, Maschinen, Geräte u. dgl. mehr den einschlägigen Bestimmungen, insbesondere den DIN-Normen und den VDI- bzw. VDE-Vorschriften entsprechen.

Sämtliche Installationen bis zum jeweiligen Stand dürfen nur durch die vom Veranstalter zugelassenen Fachfirmen, wenn auch im Auftrage und auf Kosten des Ausstellers, durchgeführt werden. Lediglich innerhalb des Standes können Installationen auch von anderen Fachfirmen ausgeführt werden, welche dem Veranstalter unaufgefordert zu benennen sind. Der Veranstalter ist zur Kontrolle der diesbezüglichen Installationen berechtigt, aber nicht verpflichtet.

Der Veranstalter ist berechtigt, Anschlüsse, Maschinen, Geräte u. dgl. mehr, die den einschlägigen Bestimmungen nicht entsprechen, auf Kosten des Ausstellers entfernen zu lassen, sofern dieser einer Aufforderung zur Entfernung nicht unverzüglich

nachkommt. Entsprechendes gilt auch für Einrichtungen etc., deren Verbrauch höher als zuvor angegeben ist.

Insbesondere beim Auf- und Abbau ist von dem Aussteller das strikte Gebot der wechselseitigen Rücksichtnahme auf andere Aussteller zu beachten, insbesondere sind andere Aussteller nicht bei ihren Arbeiten zu behindern oder gar zu blockieren.

20 Energie

Soweit seitens des Veranstalters Elektro-, Wasser-, Gas- und/oder Druckluftanschlüsse zur Verfügung gestellt werden können, hat der Aussteller die entsprechenden Verbrauchskosten und sonstige hiermit im Zusammenhang stehenden Kosten gesondert zu tragen.

21 Reinigung

Die Reinigung der Stände obliegt dem Aussteller, sie muss täglich rechtzeitig vor Veranstaltungsbeginn beendet sein. Lässt der Aussteller nicht durch sein eigenes Personal reinigen, so dürfen nur vom Veranstalter zugelassene Unternehmen mit der Reinigung seitens des Ausstellers beauftragt werden.

22 Gewerbliche Schutzrechte

Der Aussteller hat jedwede gewerblichen Schutzrechte zu beachten, insbesondere evtl. diesbezüglich notwendige Genehmigungen einzuholen und anfallenden Gebühren u.dgl. mehr - z. B. GEMA - rechtzeitig zu bezahlen.

23 Haftung/Versicherung des Ausstellers

Der Aussteller haftet auch ohne Verschulden für sämtliche Personen- bzw. Sachschäden, die er selber, seine Mitarbeiter bzw. von ihm beauftragte Personen/Firmen sowie seine Besucher verursachen und die andere Aussteller bzw. von ihnen beauftragte Personen/Firmen, die Messebesucher, den Hallenbetreiber und/oder den Veranstalter betreffen. Der Aussteller hat unverzüglich evtl. Schäden dem Veranstalter zu melden, ferner zugleich auch dem Hallenbetreiber, sofern dieser geschädigt ist. Entsprechendes gilt für die ordnungsgemäße Erhaltung eines dem Aussteller überlassenen Systemstandes nebst Ausstattung.

Der Aussteller hat eine Haftpflichtversicherung mit einer pauschalen Mindestdeckung für Personen- bzw. Sachschäden in Höhe von EURO 1,1 Mio. abzuschließen und auf Verlangen des Veranstalters in geeigneter Form nachzuweisen. Entsprechendes gilt für vom Aussteller beauftragte Unternehmen, sofern sie nicht zuvor schon vom Veranstalter ausdrücklich zugelassen waren.

Der Aussteller trägt die Beweislast dafür, dass Schäden im Bereich der von ihm übernommenen Hallenfläche nicht in seiner Risikosphäre entstanden sind.

24 Haftung des Veranstalters

Soweit gesetzlich zulässig, gilt folgendes:

Der Veranstalter haftet generell nicht bei leichter Fahrlässigkeit. Er haftet auch nicht bei grober Fahrlässigkeit einfacher Erfüllungsgehilfen, sofern es sich nicht um die Verletzung von Hauptpflichten oder wesentlichen Nebenpflichten handelt, es sei denn, dieser Erfüllungsgehilfe ist nicht mit der nötigen Sorgfalt ausgewählt worden.

Der Veranstalter übernimmt keine Obhutspflicht für Messegüter, Standeinrichtung u. ä. mehr und schließt jede diesbezügliche Haftung für Schäden, Abhandenkommen u. ä. mehr aus.

Der Aussteller erkennt gegenüber dem Veranstalter ausdrücklich den Verzicht auf die Geltendmachung aller Schäden, die aus den Gefahren wie Feuer,

Einbruchdiebstahl, Bruch und Leckage sowie Wasserschäden u. dgl. mehr

einschließlich der Gefahren des An- und Abtransportes resultieren an. Diese Risiken sind vom Aussteller auf eigene Kosten zu versichern, dies betrifft auch die eingebrachten Ausstellungsobjekte, für die ebenfalls seitens des Ausstellers eine entsprechende Versicherung abzuschließen ist.

Der Veranstalter haftet insbesondere nicht für aus und im Zusammenhang mit Bewachungsmaßnahmen eingetretene Schäden, ebenso wenig für solche Schäden, die im Verantwortungsbereich des Hallenbetreibers entstanden sind. Der Veranstalter ist bereit, soweit gesetzlich bzw. vertraglich zulässig, evtl. eigene diesbezügliche Schadensersatzansprüche im Schadenfalle an den Aussteller abzutreten.

Sollte dennoch eine Haftung des Veranstalters gegeben sein, so ist diese der Höhe nach beschränkt auf das Zehnfache des vom Aussteller für die Teilnahme an der Messe gezahlten Entgeltes.

In jedem Falle ist der Veranstalter nicht mehr zu leisten verpflichtet, als die von ihm abgeschlossene Haftpflichtversicherung deckt.

25 Verfall/Verjährung

Sofern vom Veranstalter nicht ausdrücklich schriftlich anerkannt, müssen jedwede gegen den Veranstalter gerichteten Ansprüche unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb von einem Monat nach Kenntnis des Ausstellers schriftlich und detailliert angemeldet werden, ansonsten sie verfallen sind.

Alle Ansprüche des Ausstellers gegen den Veranstalter verjähren innerhalb von sechs Monaten, Ansprüche aus unerlaubter Handlung innerhalb von zwölf Monaten, die Verjährungsfrist beginnt mit dem Ende des Monats, in den der Schlusstag der Messe fällt.

26 Datenschutz

Der Aussteller nimmt zustimmend davon Kenntnis, dass aufgrund dieses Vertragsverhältnisses der Veranstalter zum Zwecke der automatischen Verarbeitung die zur Erfüllung des Vertrages notwendigen Daten zur Person/Firma des Ausstellers speichert.

27 Sonstiges, anwendbares Recht, Gerichtsstand

Alle Vereinbarungen, insbesondere auch Einzel- bzw. Sondergenehmigungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit ausdrücklich der schriftlichen Bestätigung seitens des Veranstalters.

Gerichtsstand für alle wechselseitigen Ansprüche ist Düsseldorf; der Veranstalter ist berechtigt, den Aussteller auch an seinem Sitz zu verklagen. Es gilt das in der Bundesrepublik Deutschland geltende Recht.

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Teilnahmebedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Bestimmungen voll wirksam, die unwirksamen Bestimmungen werden durch solche ersetzt, die die Parteien vereinbart hätten, wenn sie die Unwirksamkeit der diesbezüglichen Bedingungen gekannt hätten.

Düsseldorf, Stand 26.11.2009