



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 m²** 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:

Konzept	Gesamtwirkung (Form, Outfit, Silbentrennung, Visualisierung)	Ausführung Zielsetzungen (bzgl. des Messeauftrittes) Auswahlbegrün- dung der Standart	Zielgruppen- bestimmung	Auswahlbe- gründung der ausgesuchten Idee (mit Bordmitteln möglich)	Begründung Standgestaltung (Farben, Aufbau, Materialien, Waren- träger, Beleuchtung, Eye-Catcher, Darstell. Bildungsangebote, Gefühlsansprache Zielgruppe)	Ausführungen werbewirksame Maßnahmen (Events, Give-aways, Kleidung, ...)	unterschiedl. Ideenscribbles, Recherche- material	Pkt- an- zahl von	Modell 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.