

Das Wichtigste in Kürze

Zeit und Ort

Messezentrum Nürnberg, Freitag 11. bis Montag 14. März
 Öffnungszeiten: täglich 9 bis 18 Uhr, Montag 9 bis 16 Uhr
 Preise an der Tageskasse:

- Tageskarte inklusive Katalog 28 Euro
- Dauerkarte inklusive Katalog 40 Euro

Vorverkauf im Online Ticketshop

Von 19.1. 2011 bis 3.3. 2011

Die Vorteile: Ermäßigte Eintrittspreise, schneller Zutritt zur Messe
 Das Angebot:

- Tageskarte plus Kataloggutschein 23 Euro
- Dauerkarte plus Kataloggutschein 35 Euro

www.iwa.info/vorverkauf

Reiseangebote – Mit der Bahn ab 79 Euro zur IWA

Das Angebot der NürnbergMesse und der DB: Zu einmaligen Sonderpreisen mit der Bahn von einem beliebigen Bahnhof in Deutschland aus. Der Ticketpreis für die Hin- und Rückfahrt nach Nürnberg beträgt:

- im Entfernungsbereich bis 350 km:
 2. Klasse 79 Euro, 1. Klasse 139 Euro
- im Entfernungsbereich ab 351 km:
 2. Klasse 139 Euro, 1. Klasse 219 Euro

Legitimierung als Fachbesucher

Die IWA & OutdoorClassics ist ausschließlich Fachbesuchern vorbehalten, um die Kompetenz der Veranstaltung als Weltleitmesse, die Qualität des Angebots und den erfolgreichen Messebesuch zu sichern. Fachbesucher sind Personen, die beruflich in der Jagd-, Sportwaffen-, Security- oder Outdoorbranche tätig sind.

Keinen Zutritt haben

- Privatbesucher, Jäger, Sportschützen, Mitglieder von Jagd- und Sportschützenvereinen und alle Personen, die nicht in den genannten Branchen geschäftlich tätig sind.
- Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren

NürnbergMesse: Auslandprofi für Bund und Länder

Insgesamt 35 Durchführungsaufträge für Gemeinschaftsstände auf internationalen Fachmessen hat die NürnbergMesse für das Messejahr 2011 gewonnen. Die Durchführung offizieller deutscher Gemeinschaftsstände im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) oder einzelner Länder ist seit vielen Jahren Teil des Auslandsengagements der NürnbergMesse. Ziel der Auslandsmesseprogramme des Bundes und der Länder ist es, mittelständische Unternehmen bei der Erschließung neuer Märkte im Ausland zu unterstützen.

Gerade zu Beginn der Auslandsaktivitäten fehlt es Unternehmen oft an Know-how und Kapazitäten, um sich um die Organisation einer Messebeteiligung zu kümmern. Für die Teilnehmer eines Gemeinschaftsstandes übernimmt die NürnbergMesse die Organisation und Durchführung vor Ort. Das Auslandsmesseprogramm des BMWi (www.auma.de) umfaßt 2011 insgesamt 275 Messen, darunter auch die SHOT Show, auf der auch von der NürnbergMesse durchgeführte Gemeinschaftsstände zu sehen sind: www.nuernbergmesse.de/international



Echt benutzerfreundlich www.lhs-germany.de



Alles im allen... Ein gutes Suchmaschinenergebnis, gute Inhalte und eine wirklich angenehm zu besuchende Seite – was will man mehr?

Design: Die Seite präsentiert sich in der komplett überarbeiteten Version als ein sehr schönes Beispiel für Firmenwebseiten. Hell, freundlich und mit sympathischen Bildern in ladefreundlicher Größe ausgestattet. Zu verbessern ist lediglich die Schriftfarbe des Fließtextes: Sie sollte von Dunkelgrau auf Schwarz umgestellt werden, damit der Text noch besser zu lesen ist.

Navigation: Gut durchdacht, denn die Hauptnavigationselemente oben enthält beispielsweise auch einen Menüpunkt "Startseite", der direkt die wichtigsten Unterpunkte wie "Ansprechpartner", "Kataloganforderung" und "Suche" beinhaltet. Der Rest der Hauptnavigation wird von den verschiedenen Produktbereichen eingenommen, die nach Zielgruppen und Bedarf unterteilt sind. Die Unterpunkte werden dann links aufgelistet, wobei hier auch noch einmal die Ansprechpartner für die verschiedenen Bereiche samt Bild und Kontaktdaten zu finden sind – sehr schön! Sehr positiv ist auch, daß die aktuellen News jeweils unabhängig von den wechselnden Inhalten als "Sticky" in der linken Navigationsleiste verbleiben.

Inhalte: Bei den Produkten bietet die Seite vielfach kurze Hintergrundinformationen für Einsteiger, um dann sehr zügig zu den detaillierten Produkt-Beschreibungen überzugehen. Abbrenntabellen, Ladedaten, und natürlich auch der Katalog stehen als PDF zum Download zur Verfügung. Auch das "Wir über uns" bietet interessante Informationen für neue Geschäftspartner und natürlich Privatkunden. Ein weiteres Plus: Die Inhalte stehen auch in Englisch zur Verfügung.

Kontakt & Impressum: Im Impressum finden sich die vorgeschriebenen Daten, aber der Kontakt ist viel schöner gelöst – direkt auf der Startseite befinden sich die Menüpunkte "Wegbeschreibung" und "Ansprechpartner". Letzterer bietet Namen, Telefonnummern und E-Mail-Adressen des Teams und dazu noch die Fotos – sehr angenehm und sympathisch.

Suchmaschinen-Check: Für die Hälfte der Suchworte ein fantastisches, für die andere Hälfte ein durchschnittliches Ergebnis: "Treibladungspulver" wurde auf Google und Yahoo auf Platz 2 gefunden, "Zündzubehör" auf Platz 1. "Schwarzpulver" wurde bei Yahoo auf Platz 14 gefunden, bei Google noch auf Platz 38. Lediglich die Suche nach "Wiederladen" ergab keinen Treffer unter den ersten 50. Insgesamt ein wirklich gutes Resultat.