

10 Erfolgsfaktoren für Ihren Messeauftritt

Wie Sie Ihre Beteiligung an der Lebenslust-Messe optimal vorbereiten und maximalen Nutzen erzielen

Ein Whitepaper der Schwäbischen Post / Gmünder Tagespost

VORWORT

Eine Messe ist kein Selbstläufer. Wer einfach einen Stand aufstellt und wartet, verschenkt Potenzial. Wer sich vorbereitet, klare Ziele setzt und strategisch auftritt, erzielt messbare Ergebnisse: qualifizierte Kontakte, neue Kunden und nachhaltigen Imagegewinn. Dieses Whitepaper fasst die zehn wichtigsten Erfolgsfaktoren zusammen. Praxisnah und direkt auf die Lebenslust-Messe 2026 anwendbar.

Erfolgsfaktor 1: Klare Ziele definieren

Der häufigste Fehler bei Messeauftritten: Man fährt hin, ohne vorher festgelegt zu haben, was man eigentlich erreichen möchte.

Stellen Sie sich vor der Messe drei Fragen:

- Was ist unser Hauptziel? (Leads / Bekanntheit / Kundenbindung / Produktvorstellung)
- Wie viele qualifizierte Gespräche wollen wir pro Tag führen?
- Woran messen wir den Erfolg nach der Messe?

Praxistipp: Formulieren Sie Ihre Ziele konkret und messbar. Nicht „viele Gespräche führen“, sondern „mindestens 30 qualifizierte Kontakte pro Messetag erfassen“.

Erfolgsfaktor 2: Die richtige Standposition wählen

Lage, Sichtbarkeit und Umfeld entscheiden, wie viele Besucher stehenbleiben.

Worauf Sie bei der Standwahl achten sollten:

- **Eingangsbereich und Hauptwege:** Hohe Besucherfrequenz, maximale Sichtbarkeit
- **Thematische Nähe:** Stehen Sie in der Nähe von Ausstellern, die thematisch zu Ihnen passen? Das stärkt den Besucherstrom in Ihrem Bereich
- **Flächengröße:** Lieber kleiner und präsent als zu groß und leer wirkend

Praxistipp: Früh buchen – die besten Positionen werden zuerst vergeben. Unser Beratungsteam unterstützt Sie bei der optimalen Platzierung im Hallenplan.

Erfolgsfaktor 3: Den Stand besucher- statt ausstellerorientiert gestalten

Viele Stände kommunizieren vor allem das Unternehmen selbst. Logos, Produktfotos, Firmennamen – alles dreht sich um den Aussteller. Besucher interessiert aber: Was bringt mir das?

- Klare, einfache Botschaft: Was bieten Sie – und welchen Vorteil hat der Besucher?
- Offene, einladende Standgestaltung ohne Barrieren
- Sitzgelegenheiten für entspannte Gespräche – besonders wichtig bei der Zielgruppe 65+
- Ausreichend Licht, gut lesbare Schriften, übersichtliche Materialien

Praxistipp für die Zielgruppe 65+: Setzen Sie auf große Schriften, klare Kontraste und ruhige Gestaltung. Best Ager schätzen Übersicht und Seriosität. Weniger ist oft mehr.

Erfolgsfaktor 4: Das richtige Team einsetzen

Der beste Stand bringt wenig, wenn das Team nicht überzeugt. Auf Messen entscheiden Menschen über Menschen.

Was ein gutes Messeteam ausmacht:

- **Aktive Ansprache:** Nicht hinter dem Tisch stehen und warten, sondern offen auf Besucher zugehen
- **Zuhören vor Reden:** Erst die Bedürfnisse des Besuchers verstehen, dann das Angebot erklären
- **Kompetenz und Authentizität:** Das Team sollte das eigene Angebot wirklich kennen und dafür begeistert sein
- **Schichtplanung:** Sorgen Sie dafür, dass das Team zu zweit besetzt ist: niemand soll alleine und erschöpft am Stand stehen

Praxistipp: Führen Sie vor der Messe ein kurzes Briefing durch: Wer spricht wen an? Wie reagieren wir auf häufige Fragen? Was ist unser Gesprächsziel?

Erfolgsfaktor 5: Gesprächsleitfaden und Qualifizierung vorbereiten

Ein qualifiziertes Messegespräch folgt einer klaren Logik:

1. **Einstieg:** Offene Frage stellen: „Was hat Sie heute zur Messe geführt?“
2. **Qualifizierung:** Bedarf erkunden „Womit beschäftigen Sie sich gerade in Bezug auf [Thema]?“
3. **Angebot:** Passende Lösung vorstellen: knapp, klar, nutzenorientiert
4. **Abschluss:** Nächsten Schritt vereinbaren: Termin, Rückruf, E-Mail, Angebotsversand

Praxistipp: Einfachen Lead-Bogen vorbereiten (Papier oder digital): Name, Interesse, konkreter Bedarf, nächster Schritt. Das ist die Grundlage für die Nachbereitung.

Erfolgsfaktor 6: Vor der Messe kommunizieren

Die erfolgreichsten Aussteller laden ihre Zielgruppe aktiv ein, statt auf Laufkundschaft zu warten.

Möglichkeiten der Vorkommunikation:

- Eigener Newsletter mit Hinweis auf Ihre Messepräsenz
- Social-Media-Posts mit Stand-Nummer und Programm-Hinweis
- Persönliche Einladungen an Bestandskunden und Interessenten
- Hinweis auf Ihrer Website: „Besuchen Sie uns auf der Lebenslust-Messe“

Praxistipp: Als Aussteller werden Sie in unseren Newslettern, auf der Website und ggf. in redaktionellen Beiträgen erwähnt. Nutzen Sie diese Kommunikationsmaßnahmen aktiv.

Erfolgsfaktor 7: Anreize und Mehrwert für Standbesucher schaffen

Warum sollte ein Besucher gerade an Ihrem Stand stehen bleiben? Geben Sie ihm einen Grund.

Wirkungsvolle Anreize:

- **Exklusives Messeangebot:** Ein Sonderpreis oder eine Leistung, die nur auf der Messe gilt
- **Kleine Aufmerksamkeit:** Ein hochwertiger Gegenstand mit Ihrem Logo, billiges Werbemittel, sondern etwas, das Besucher gerne mitnehmen
- **Kurzberatung oder Schnellcheck:** Kostenlose Mini-Beratung direkt am Stand; ideal für Dienstleister
- **Gewinnspiel:** Visitenkarte abgeben und gewinnen: einfach, wirkungsvoll und leadgenerierend

Praxistipp für die Zielgruppe 65+: Best Ager schätzen Qualität. Ein hochwertiger, praktischer Gegenstand wirkt besser als viel billiges Werbematerial.

Erfolgsfaktor 8: Digitale und analoge Kontakterfassung sicherstellen

Das Wertvollste, was Sie von einer Messe mitbringen, sind qualifizierte Kontakte. Aber nur, wenn Sie sie auch richtig erfassen.

So funktioniert die Kontakterfassung auf der Messe:

- **Lead-Bogen (Papier oder Tablet):** Name, Unternehmen/Wohnort, Interesse, Bedarf, nächster Schritt
- **Visitenkarten sammeln:** Systematisch, mit handschriftlicher Notiz auf der Rückseite
- **QR-Code zum Kontaktformular:** Für digital-affine Besucher eine komfortable Option
- **Direkte Terminvereinbarung:** Das Beste – sofort einen Termin im Kalender eintragen

Praxistipp: Vorher definieren, was ein „qualifizierter Kontakt“ ist. Nicht jede Visitenkarte ist ein Lead – Fokus auf Menschen mit echtem Interesse und konkretem Bedarf.

Erfolgsfaktor 9: Die Nachbereitung ist die halbe Arbeit

Viele Unternehmen investieren viel in Vorbereitung und Auftritt – und vernachlässigen die Nachbereitung. Ein fataler Fehler.

Goldene Regel: Alle Kontakte innerhalb von 48 Stunden nach der Messe kontaktieren.

Warum so schnell?

- Die Erinnerung an das Gespräch ist noch frisch – beim Besucher wie bei Ihnen
- Schnelle Reaktion signalisiert Professionalität und Interesse
- Die Konkurrenz schläft nicht

Strukturierte Nachbereitung in drei Schritten:

1. **Kontakte klassifizieren:** Wer hat konkreten Bedarf? Wer braucht mehr Zeit? Wer ist ein langfristiger Interessent?
2. **Individuell nachfassen:** Kein Massen-E-Mail, sondern persönliche Nachrichten mit Bezug auf das Gespräch
3. **In CRM übertragen:** Damit kein Kontakt verloren geht und das Follow-up systematisch erfolgt

Erfolgsfaktor 10: Messe als Teil der Gesamtstrategie verstehen

Eine Messe ist kein Einzelereignis. Sie ist ein Baustein in Ihrer Kommunikations- und Vertriebsstrategie.

Denken Sie die Messe ganzheitlich:

- **Vorher:** Aktive Einladung, Vorkommunikation, Terminvereinbarungen
- **Während:** Qualifizierte Gespräche, Lead-Erfassung, Live-Kommunikation auf Social Media
- **Nachher:** Systematisches Follow-up, Angebote, Abschlüsse, Kundenbindung

Der Multiplikator-Effekt: Als Aussteller profitieren Sie nicht nur von zwei Messetagen, sondern von der gesamten Kommunikationskampagne der Schwäbischen Post/Gmünder Tagespost – in Print, Digital und auf der Messe selbst.

Ihre Checkliste auf einen Blick

VOR DER MESSE:

- ✓ Ziele definiert
- ✓ Standposition gewählt
- ✓ Standgestaltung geplant
- ✓ Team zusammengestellt und gebrieft
- ✓ Gesprächsleitfaden vorbereitet
- ✓ Lead-Bogen erstellt
- ✓ Eigene Kommunikation gestartet (Newsletter, Social Media, Website)
- ✓ Anreize und Messeangebot definiert

AUF DER MESSE:

- ✓ Team aktiv und aufmerksam
- ✓ Kontakte systematisch erfasst
- ✓ Gespräche qualifiziert und dokumentiert
- ✓ Nächste Schritte mit Interessenten vereinbart

NACH DER MESSE:

- ✓ Kontakte innerhalb 48 Std. nachgefasst
- ✓ Leads klassifiziert und in CRM übertragen
- ✓ Angebote versendet
- ✓ Erfolg gemessen und dokumentiert

Dieses Whitepaper wurde von der Schwäbischen Post / Gmünder Tagespost im Rahmen der Lebenslust-Messe 2026 erstellt. Für Rückfragen und ein persönliches Beratungsgespräch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Hier finden Sie alle Informationen:

www.schwaebische-post.de/lebenslust oder www.gmuender-tagespost.de/lebenslust