

MESSE REALITY GAP

DIE UNSICHTBARE LÜCKE IM MESSEGESCHÄFT



Warum Messeautritte ihr **Potenzial** oft
nicht ausnutzen

INHALTSVERZEICHNIS

KAPITEL

- 01 VORWORT
- 02 EXECUTIVE SUMMARY
- 03 DIE UNSICHTBARE LÜCKE
- 04 DIE 5 GRÖSSTEN STOLZÜERFALLEN
- 05 DEN REALITY GAP ERKENNEN
- 06 DIE FOLGEN DES REALITY GAP
- 07 DER NUTZEN, WENN MAN DEN REALITY GAP SCHLIESST
- 08 SMART STEPS – WIE MAN DEN REALITY GAP SCHLIESST
- 09 DER EXPOSMART-NAVIGATOR IHR WEGWEISER ZUM MESSEERFOLG
- 10 EXPO SMART MESSE-CHECK - KLARHEIT, ORIENTIERUNG, ERFOLG
- 11 SCHLUSS MIT DEM REALITY GAP BEI MESSEN

VORWORT – WARUM DIESES WHITEPAPER?

Messeauftritte gehören zu den wichtigsten Investitionen im Marketing- und Vertriebs-Mix vieler Unternehmen. Sie sind Schaufenster, Kontaktbörse und Treffpunkt für Kunden, Partner und Interessenten.

Doch immer wieder erleben wir in Gesprächen mit Ausstellern dieselbe Situation: Trotz hoher Budgets, intensiver Vorbereitung und großem Einsatz kommen am Ende die Zweifel: „**Hat sich die Messe wirklich gelohnt?**“

Genau hier befindet das Messe Gap – die unsichtbare Lücke zwischen Erwartung und Realität bzw. was erreicht werden soll und erreicht wurde. Die Lücken, die darüber entscheiden, ob eine Messe zum strategischen Erfolg oder zur kostspieligen Routine wird.

Wir haben dieses Whitepaper erstellt, um diese Lücken sichtbar zu machen – und um Wege aufzuzeigen, wie Ausstellende diese schließen können. Unser Ziel ist es, Orientierung zu geben, Denkanstöße zu liefern und praktische Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen Messeauftritte planbarer, messbarer und erfolgreicher werden.

Darüber hinaus verstehen wir dieses Whitepaper als persönlichen Begleiter für Ihre künftigen Messeteilnahmen. Nach jedem Kapitel finden Sie Platz für Ihre eigenen Notizen und Gedanken. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um Ihre Erkenntnisse festzuhalten und Schritt für Schritt Ihren individuellen Messefahrplan zu entwickeln.

Wir wünschen Ihnen beim Lesen viele Aha-Momente und wertvolle Impulse, die Sie direkt für Ihre nächste Messeteilnahme nutzen können.

Herzlichst,
Ihr Ronald Beiersdorff
Co-Founder Expo Smart

EXECUTIVE SUMMARY - DAS MESSE GAP

Die unsichtbare Lücke zwischen Erwartung und Realität

Messeauftritte sind zentrale Instrumente im Marketing- und Vertriebsmix. Sie versprechen Sichtbarkeit, wertvolle Kontakte und neue Geschäfte. Doch zwischen dem was erreicht werden soll und der Realität entsteht oft eine unsichtbare Lücke – der **Reality Gap**.

Dieser Gap entsteht, wenn Ziele unklar bleiben, Ergebnisse nicht messbar sind oder Chancen im Alltag verpuffen. Die Folgen: steigende Kosten, fehlender Nachweis des Erfolgs und sinkendes Engagement für zukünftige Auftritte.

Stolperfallen im Reality Gap:

- fehlende Messbarkeit von Zielen und Ergebnissen
- Zeit- und Ressourcenmangel in der Vorbereitung
- unzureichende Abstimmung und schwache Nachbereitung

Folgen:

- verpasste Leads und ungenutzte Chancen
- unklare ROI-Daten und ineffiziente Budgets
- Demotivation und Vertrauensverlust

Potenziale beim Schließen der Lücke:

- klare Zieldefinition und Priorisierung
- gezielte Besucheransprache
- konsequente Nachbearbeitung
- nachhaltige, messbare Messeperformance

Unsere Empfehlung:

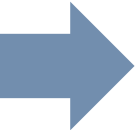
Der **ExpoSmart Messe-Check** ist der Startpunkt. Er zeigt, wo Sie aktuell stehen, und legt die Basis für eine klare Erfolgsstrategie. Der **ExpoSmart Navigator** liefert dazu die Orientierung – entlang einer Roadmap mit den **sieben Smart Steps**.

So wird aus Unsicherheit eine messbare Erfolgsstrategie, die Ihre Messeperformance nachhaltig steigert.



DIE UNSICHTBAREN LÜCKEN ERKENNEN UND VERSTEHEN

Die unsichtbare Lücke zwischen Erwartung und Wirklichkeit



Messeauftritte sind Investition in Sichtbarkeit, Neukundengewinnung und Markenpflege. Doch zwischen diesen Erwartungen und den tatsächlichen Ergebnissen klafft oft eine Lücke.

Diese Lücke nennen wir auch Messe Reality Gap. Es entsteht, wenn Ziele unklar sind, Ergebnisse nicht messbar sind oder Potenziale ungenutzt bleiben. Während im Vorfeld große Hoffnungen bestehen, zeigt die Realität am Messestand oft ein anderes Bild: Gespräche verlaufen unverbindlich, Leads werden nicht konsequent nachbearbeitet, und der erhoffte Return on Investment bleibt aus.

Das Messe Reality Gap ist kein vages Bauchgefühl. Er ist ein messbares Risiko – und zugleich eine große Chance: Wer es erkennt und schließt, kann aus einer Messebeteiligung weit mehr herausholen, als es auf den ersten Blick für möglich scheint.

Beispiel wie sich das Reality Gap zeigt:



Zwischen dem, was Unternehmen planen – und dem, was auf der Messe tatsächlich passiert.



Zwischen dem gefühlten Erfolg – und den messbaren Ergebnissen.



Zwischen den Erwartungen an das Messteam – und den Gesprächen am Stand.



Zwischen der Investition – und dem tatsächlich erzielten Umsatz.

Diese unsichtbare Lücke entscheidet darüber, ob ein Messeauftritt zur wertvollen Investition wird – oder zu einer kostspieligen Gewohnheit.

Doch wie genau zeigt sich dieses Gap in der Praxis? Schauen wir auf die fünf größten Stolperfallen ...

Wo erlebe ich selbst diese Lücke?

DIE FÜNF GRÖSSTEN STOLPERFALLEN FÜR AUSSTELLER



Erkennen Sie sich wieder?

Die meisten Aussteller erkennen das Reality Gap erst, wenn sie schon mittendrin sind. Und fast immer tauchen dieselben Muster auf, die sich von Messe zu Messe wiederholen – wie ein Déjà-vu.



Fehlende Messbarkeit

„Erfolg ist schwer zu erfassen, also entscheidet oft das Bauchgefühl.“

Am Ende eines langen Messetages ist die Stimmung oft positiv: viele Gespräche, der Stand war gut besucht, es lief alles ganz ordentlich. Doch sobald nach Zahlen fragt wird, kippt die Stimmung.

Wie viele qualifizierte Leads wurden gewonnen? Welcher Umsatz ist realistisch? Plötzlich steht das Team ohne belastbare Antworten da. Der vermeintliche Erfolg zerfällt – zurück bleibt Unsicherheit.



Zeit- und Ressourcenmangel

„Wir schaffen es gerade so, alles bis zum Messestart fertig zu bringen.“

Wochenlange Vorbereitung, hunderte Kleinigkeiten, die organisiert werden müssen – von der Grafik für den Stand bis zu den Hotelbuchungen für das Team. Viele Aussteller sind froh, wenn sie es überhaupt schaffen, pünktlich am Messetag einsatzbereit zu sein.

Doch das kostet einen hohen Preis: Strategische Fragen wie Zielgruppen, Ansprache, Gesprächsleitfäden oder Nachbereitung bleiben auf der Strecke. Am Ende wirkt der Auftritt mehr wie ein Kraftakt – als wie ein klar geplanter Schritt zum Erfolg.



Der Besucher – das unbekannte Wesen

„Wir wissen, wie wir mit unseren Kunden sprechen, aber die Fragen der Messebesucher haben wir noch nie gehört.“

Bestandskunden zu betreuen – kein Problem. Doch viele Messebesucher sind neue Kontakte, die mit frischen, ungewohnten Fragen kommen: „Wie unterscheidet sich Ihr Angebot von X?“, „Was haben Sie für kleine Unternehmen?“, „Suche A/B/C...?“

Wenn darauf keine souveränen Antworten folgen, wirkt Ausstellende unvorbereitet – statt als Experte. So verpuffen wertvolle Chancen, die Messe zu einem echten Wachstumstreiber zu machen.



Nachbereitung wird vernachlässigt

„Nach der Messe fehlt die Energie – viele Chancen versanden.“

Die Messe ist vorbei, das Team erschöpft, im Büro wartet ein Berg liegengebliebener Aufgaben (Arbeit). Die gesammelten Kontaktdaten stapeln sich. Gezielte Nachfassaktionen, die schon vor der Messe hätten geplant sein müssen, geraten ins Hintertreffen.

Das Ergebnis: ein Großteil der **wertvollen Kontakte wird nie wieder erreicht**. Die mühsam erarbeitete Investition verliert sich im Alltag.



Die nächste Messe steht schon vor der Tür

„Es war doch alles bestens beim letzten Mal, also machen wir es wieder gleich.“

Kurz nach der Messe sind viele Probleme vergessen. Statt aus Fehlern zu lernen, greift der gewohnte Automatismus: Stand buchen, Technik bestellen, auf geht's. Der gleiche Kreislauf beginnt von Neuem – und mit ihm dieselben Stolperfallen. Die Folge: das Reality Gap bleibt bestehen, und wertvolles Potenzial wird dauerhaft verschenkt.



Wenn diese Muster auftreten, bleibt der Erfolg oft hinter den Erwartungen zurück. Die Folgen sind gravierender, als viele ahnen ...

Welche dieser Aussagen trifft auf uns zu?



SELBSTCHECK: WO LIEGT IHR GRÖSSTER MESSE GAP?

Frage	✓	✗
Haben Sie für Ihre Messe klare, messbare Ziele definiert?		
Werden Besucherdaten systematisch erfasst und direkt ins CRM übertragen?		
Haben Sie für die Nachbereitung konkrete Prozesse und Verantwortlichkeiten festgelegt?		
Wird der Erfolg Ihrer Messebeteiligung regelmäßig überprüft und dokumentiert?		
Werden Erfahrungen aus vergangenen Messen aktiv in die Planung der nächsten integriert?		

Erkennen Sie sich wieder?

Auswertung:

5 × Ja: Glückwunsch 😊 Die Lücke ist fast geschlossen! Sie nutzen Messen bereits strategisch.

3–4 × Ja: Sie haben vieles im Griff, 🤔 aber es gibt noch Lücken, die bares Geld kosten können.

0–2 × Ja: Achtung – Ihr Reality Gap ist groß. 😲 Hier liegen enorme Chancen brach, die Sie jetzt heben sollten.

WIE SICH DER MESSE GAP ZEIGT

Warum (Messe)Erfolg eine durchgängige Strategie braucht

Vor der Messe 	Während der Messe 	Nach der Messe 
Vorbereitung	Umsetzung	Nacharbeit
Zieldefinition, Planung, Daten erfassen	Besucher verstehen, Gespräche strukturieren	Leads nachfassen, Ergebnisse analysieren

Der Messe Gap ist **kein theoretisches Konstrukt** – er begegnet Ausstellern an ganz konkreten Stellen. Besonders deutlich wird er in den **drei Phasen** rund um die Messe: vor, während und nach dem Auftritt.



Vor der Messe – Erwartungen ohne Kompass

Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren: Der Stand ist gebucht, das Design beauftragt, das Team gebrieft. Alles sieht nach einer guten Messe aus.

Doch unter der Oberfläche lauert bereits der **Messe Gap**:



Gewohnheit: „Wir waren schon immer dort – also auch dieses Jahr.“ Ob die Zielgruppe tatsächlich noch passt, wird selten überprüft.



Ziele bleiben vage: „Wir wollen neue Kunden gewinnen.“ Aber was genau heißt das? Wie viele? Welche Art von Kontakten? Aus welchen Branchen?



Planung im Stress: Während Budgets, Logistik und Technik die Aufmerksamkeit binden, fehlt die Zeit, über die inhaltliche Strategie nachzudenken.



Die Folge: Schon vor dem ersten Messetag liegen Anspruch und Wirklichkeit weit auseinander. Der Messeauftritt startet ohne klaren Kompass.

Welche Ziele definieren wir **vor** unseren Messen?



Während der Messe – Hektik statt Strategie

Die Messehallen sind voll, das Team steht am Stand, die ersten Besucher kommen. Auf den ersten Blick läuft alles rund. Doch genau hier zeigt sich das Messe Gap besonders deutlich:

Kontakte im Messestress: Viele Gespräche finden statt – aber nur wenige sind dokumentiert. Wichtige Informationen gehen verloren.

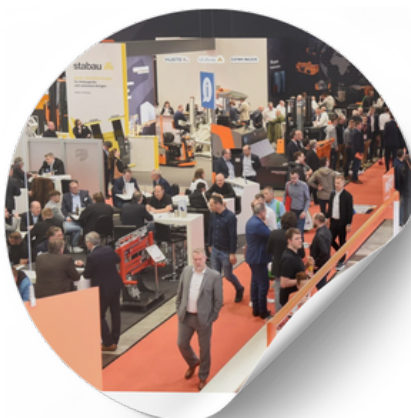
Besucher mit unerwarteten Fragen: Statt der vertrauten Kundengespräche kommen neue Interessenten mit ungewöhnlichen Anliegen. Ein passender Ansprechpartner wird nicht gefunden, das Team wirkt überrascht, manchmal sogar überfordert.

Fehlende Fokussierung: Zwischen Präsentationen, Gesprächen, Standbetrieb und spontanen Terminen zerreißt sich das Team. Die ursprünglichen Ziele geraten in Vergessenheit.

☞ **Die Folge:** Statt klarer Strategie bestimmt der Messetrubel das Geschehen. Am Ende fühlt sich alles gut an – doch die wirklich relevanten Ergebnisse bleiben unklar.

Fehlt an einer dieser Stellen die nötige Klarheit, schlägt der Messe Gap zu – mit spürbaren Konsequenzen ...

Welche Situationen kennen wir aus eigener Erfahrung?





Nach der Messe – Ernüchterung im Alltag

Die Messe ist vorbei, der Stand abgebaut, das Team erschöpft. Im Büro warten liegengeliebene Aufgaben. Jetzt entscheidet sich, ob die Messe zum Erfolg wird – oder ob der Messe Gap alles auffrisst.

Kontakte bleiben unbearbeitet: Ob handschriftliche Lead-Reports, Erfassung per App oder Lead-to-Scan – oft werden sie nicht unverzüglich ins CRM übertragen und verlieren an Aktualität.

Keine dokumentierte Auswertung: Wie viele Leads gab es? Wie hoch war die Conversion? Ohne klare Zahlen bleiben nur Eindrücke.

Investition ohne Ertrag: Das Budget für Stand, Reisen und Personal ist aufgebraucht – aber die Frage nach dem ROI bleibt offen.



☞ **Die Folge:** Statt nachhaltiger Wirkung bleibt nur das (hoffentlich) gute Gefühl von „dabei gewesen zu sein“. Die eigentliche Chance – neue Kunden, klarer ROI, Markt-impulse und die Weichenstellung für die Zukunft – geht verloren.

Und hier zeigt sich eine zentrale Wahrheit: Daten sind das Gold von morgen. Wer sie richtig und gezielt erfasst, verarbeitet und analysiert, hat einen entscheidenden Vorteil – nicht nur auf der Messe, sondern in allen Bereichen seines Geschäfts.

Wie haben wir unsere letzte Messe nachbereitet?



DIE SCHMERZHAFTEN FOLGEN DES MESSE GAPS

Warum gute Absichten oft im Frust enden

Der Messe Gap ist kein harmloser Schönheitsfehler. Er hat spürbare, manchmal sogar schmerzhaft Folgen – für Budgets, für Teams und für die strategische Ausrichtung eines Unternehmens.

1. Verlorene Investitionen

Ein Messeauftritt kostet schnell zehntausende Euros: Standbau, Technik, Reisekosten, Personal. Wird dieses Budget ohne klare Zieldefinition eingesetzt, verpufft es wie Rauch.



Das Geld ist weg – aber es hat nicht die gewünschte Wirkung entfaltet.
Die härteste Folge des Reality Gap: Investitionen, die im Sand verlaufen.

2. Umsatz- und Chancenverlust

Noch gravierender als die verlorenen Budgets sind die verpassten Umsätze. Jeder unbearbeitete Lead, jede nicht geführte Nachfassaktion ist ein möglicher Auftrag, der für immer verloren geht.



Die Konkurrenz schläft nicht – und oft ist sie schneller. So verwandelt sich ein vermeintlich guter Messeauftritt in eine unsichtbare Umsatzbremse.

3. Frust im Team

Auch die Menschen spüren den Reality Gap. Das Team arbeitet mit voller Energie, investiert Zeit und Herzblut – doch wenn am Ende die Ergebnisse fehlen, bleibt ein bitterer Nachgeschmack. Frust, Demotivation und Resignation sind die Folge.



Wer einmal erlebt hat, dass sich der Aufwand nicht lohnt, wird beim nächsten Mal weniger motiviert an die Sache herangehen.

4. Strategische Fehlentscheidungen

Der Messe Reality Gap beeinflusst nicht nur den aktuellen Auftritt, sondern auch die Zukunft.

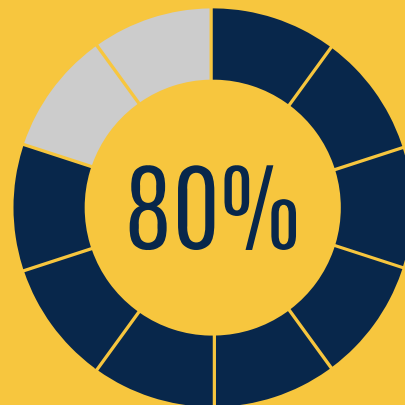
Ohne belastbare Daten werden Budgets nach Bauchgefühl verteilt. Messen werden aus Tradition gebucht, nicht aus Strategie. Unternehmen verpassen Märkte, Chancen und Entwicklungen, die außerhalb des gewohnten Blickfelds liegen.

Das Ergebnis: Entscheidungen, die bequem erscheinen, aber langfristig teuer werden.

☛ **Die Folge:** Der Messe Reality Gap kostet Geld, Umsatz, Motivation und strategische Klarheit. Und er verhindert, dass Messeauftritte ihren wahren Wert entfalten.



80 % der Messeleads werden
nie nachgefasst.



Vier von fünf Messekontakten gehen im Alltag verloren

Doch es gibt eine gute Nachricht: Wer die Lücke erkennt, kann sie schließen – und profitiert gleich mehrfach ...

Welche dieser Folgen haben wir selbst schon erlebt?



DER NUTZEN, WENN MAN DEN MESSE REALITY GAP SCHLIESST

Vom Bauchgefühl zu klaren Ergebnissen

Wer das Reality Gap erkennt und gezielt schließt, verwandelt Unsicherheit in Klarheit und Aufwand in echten Mehrwert.

Aus der schmerzhaften Lücke wird plötzlich ein strategischer Vorteil – auf der Messe und weit darüber hinaus.

1. Klarheit in der Planung

Statt mit Bauchgefühl zu arbeiten, liegen klare Daten und Ziele vor. Unternehmen wissen, warum sie auf eine bestimmte Messe gehen, welche Zielgruppe sie wie erreichen wollen und welche Ergebnisse sie erwarten dürfen. Die Folge: weniger Risiko, mehr Sicherheit, bessere Entscheidungen.

2. Effiziente Ressourcennutzung

Zeit, Budget und Personal werden nicht länger im Blindflug eingesetzt. Wenn Ziele und Messgrößen von Anfang an definiert sind, können Ressourcen dorthin gelenkt werden, wo sie den größten Effekt haben.

Das spart Kosten – und steigert die Wirkung.



3. Souveränität im Messegespräch

Wer die Besucher und ihre Fragen kennt, ist vorbereitet. Das Team tritt selbstbewusst auf, hat die richtigen Antworten parat und wird als Experte wahrgenommen.

So wird aus dem Gespräch eine Chance für neue Geschäftsmöglichkeiten.



4. Nachhaltige Wirkung durch Nachbereitung

Wenn Kontakte systematisch erfasst und direkt ins CRM übertragen werden, geht nichts verloren. Nachfassaktionen sind vorbereitet, Leads werden gezielt und vor allem unverzüglich angesprochen.

Das Ergebnis: Aus flüchtigen Begegnungen entstehen langfristige Kundenbeziehungen.

5. Messbarer ROI

Mit klaren Kennzahlen lässt sich der Messeauftritt endlich bewerten.

- ☐ Wie viele Leads wurden generiert?
- ☐ Welche Qualität hatten die Kontakte?
- ☐ Wie hoch war der direkte oder nachgelagerte Umsatzbeitrag (sofern messbar)?

Die Folge: Entscheidungen basieren nicht mehr auf Bauchgefühl, sondern auf Fakten. Jede zukünftige Messeplanung wird leichter und effizienter.

👉 **Kurz gesagt:** Wer den Reality Gap schließt, gewinnt Klarheit, Sicherheit und nachhaltigen Erfolg. Aus Frust wird Motivation, aus Aufwand Wirkung, aus Investition Ertrag.

Messe Gap (❌)	Messeerfolg (✅)
❌ Unbekannte Besuchende – das Team ist auf spontane Fragen schlecht vorbereitet	✅ Besser vorbereitet – Besuchende werden verstanden, die richtigen Antworten sind parat
❌ Verpasste Leads – Kontaktdaten gehen verloren oder werden nicht nachbearbeitet	✅ Strukturierte Nachbearbeitung – Leads werden erfasst, verarbeitet und zeitnah genutzt
❌ Gefühl statt Fakten – Entscheidungen beruhen auf dem Bauchgefühl	✅ Klare Messbarkeit – Ergebnisse sind transparent und nachvollziehbar
❌ Ressourcen verpuffen – hoher Aufwand ohne nachhaltigen Nutzen	✅ Effizienz – Zeit, Geld und Energie werden zielgerichtet eingesetzt
❌ Wiederholte Fehler – alte Muster wiederholen sich von Messe zu Messe	✅ Kontinuierliche Verbesserung – jede Messe baut auf den Erfahrungen der letzten auf

Wie gelingt es nun, diese Vorteile systematisch zu erreichen? Die Antwort liegt in den **Smart Steps** ...

Welchen Nutzen wollen wir bei unserer nächsten Messe erreichen?



DIE SIEBEN SMART STEPS – IHR WEG AUS DEM MESSE GAP

Schritt für Schritt zum Messeerfolg

Der Weg aus dem Messe Gap heraus ist kein Geheimnis. Mit klaren, durchdachten Schritten lassen sich die Stolperfallen vermeiden und Messeauftritte gezielt zum Erfolg führen. Wir nennen diese Schritte die **Smart Steps** – weil sie einfach, nachvollziehbar und wirksam sind.

Klare Messeziele festlegen

Ohne Ziel kein Erfolg. Wer vorab genau weiß, welche Ergebnisse erreicht werden sollen – Leads, Aufträge, Marktinformationen oder Sichtbarkeit – hat einen klaren Maßstab für den Erfolg.



Die richtige Messe auswählen

Nicht jede Messe passt dauerhaft. Märkte, Produkte und Zielgruppen verändern sich – was früher passte, muss heute nicht mehr richtig sein. Wer regelmäßig prüft, ob Besucherprofil, Zeitpunkt und Umfeld wirklich (noch) passen, investiert sein Budget dort, wo es die größte Wirkung entfaltet.



Ressourcen strategisch planen

Zeit, Budget und Manpower dürfen nicht nur in den Standbau fließen. Erfolgreiche Aussteller investieren auch in die Vorbereitung des Teams, in klare Botschaften und in die passenden Tools, um Daten und Leads strukturiert zu erfassen.



Besucher gezielt ansprechen

Ein gutes Standkonzept allein reicht nicht. Entscheidend ist, ob das Team die Besucher versteht, ihre Fragen beantworten kann und als Experte wahrgenommen wird. Wer vorbereitet ist – mit Wissen, Argumenten und Daten –, gewinnt Vertrauen und erzielt Wirkung.



Leads konsequent erfassen

Ob per App, Lead-to-Scan oder direkter CRM-Anbindung: Jeder Kontakt zählt – und jeder muss vollständig dokumentiert werden. Nur so entsteht aus einem kurzen Gespräch eine echte Chance, die sich weiterentwickeln lässt.



Nachbereitung von Anfang an einplanen



Nach der Messe ist vor der Messe – die Nachbereitung entscheidet über den ROI. Erfolgreiche Aussteller planen Follow-ups schon vor der Messe: Wer ruft wann wen an? Welche Informationen werden nachgeschickt? Wie sind die Prozesse aufgebaut, damit nichts verloren geht?

Erfolg messbar machen



Am Ende zählen die Fakten. Leads, Umsätze, Neukunden, Markimpulse – wer Ergebnisse zielgerichtet monitort und systematisch auswertet, weiß genau, ob sich die Messe gelohnt hat. Und schafft damit die Grundlage für noch bessere Entscheidungen in Zukunft.

☛ **Kurz gesagt:** Diese sieben Smart Steps sind der Weg aus dem Messe Gap. Sie geben Orientierung, Struktur und Klarheit – und machen aus einem aufwendigen Messeauftritt einen echten Erfolgsfaktor.

Und um diesen Fahrplan für sich wirksam zu machen, brauchen Sie eine klare Navigation ...

Welche Smart Steps setzen wir schon um?



DER EXPOSMART-NAVIGATOR IHR WEGWEISER ZUM MESSEERFOLG

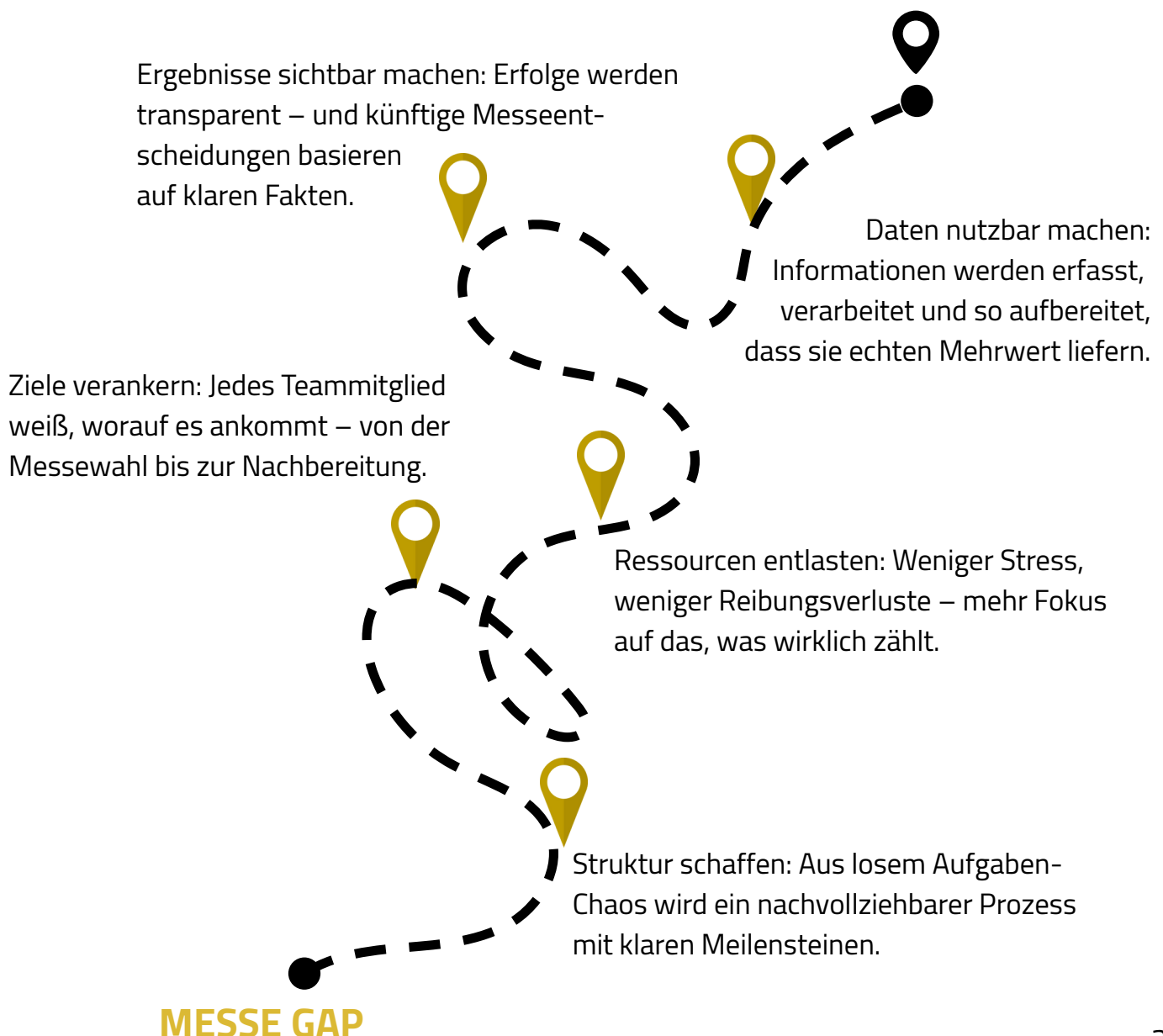
Ihr Leitfaden für Orientierung und Umsetzung

Das Reality Gap ist erkannt. Die Smart Steps zeigen, wie man es schließen kann. Doch Theorie allein reicht nicht – es braucht ein Werkzeug, das Unternehmen sicher durch den gesamten Messeprozess führt.

Genau dafür gibt es den ExpoSmart-Navigator.

Ein klarer Kurs statt blindem Treiben.

Viele Aussteller erleben ihre Messenvorbereitung wie eine **hektische Seefahrt ohne Kompass**. Der ExpoSmart-Navigator setzt genau hier an: Er macht die Smart Steps praktisch anwendbar – wie eine Karte, die den Kurs vorgibt und Orientierung in jedem Moment liefert.



Vom Stolperstein auf die Erfolgsspur

Mit dem ExpoSmart-Navigator wird aus jedem Messeauftritt ein planbarer Prozess.

- Keine verpassten Chancen mehr
- Keine unklaren Ergebnisse
- Keine teuren Wiederholungsfehler
- Weniger Stress vor, während und nach der Messe



👉 **Die Folge:** Mit dem ExpoSmart-Navigator schließen Sie die Lücke zwischen Erwartungen und Realität – und machen Ihre Messeperformance planbar, messbar und wirksam.

Und jetzt kommt es darauf an: Justieren Sie Ihren Navigator individuell – mit dem Messe-Check

Welche Schritte würden uns am meisten helfen?

TIPP: Machen Sie doch jetzt schon mal Ihren kostenfreien ExpoSmart Messe-Check.



Hier scannen

DER MESSE-CHECK – KLARHEIT, ORIENTIERUNG, ERFOLG

So wird aus der Analyse eine klare Erfolgsstrategie

Der **Messe-Check** ist der Startpunkt im ExpoSmart-Navigator. Mit ihm bestimmen Sie Ihren aktuellen Standort und erkennen, wo die größten Lücken zwischen Zielen und Realität bestehen.

Dieser Einstieg ist entscheidend, denn nur wer weiß, wo er steht, kann den Weg zum Ziel klar planen.

Der ExpoSmart-Navigator baut auf der Analyse des ExpoSmart Messe-Checks auf und zeigt Schritt für Schritt, wie Sie die Gaps schließen – von klaren Zielen über smarte Prozesse bis hin zu messbaren Ergebnissen. So wird aus einem Gefühl von Unsicherheit eine klare Erfolgsstrategie für Ihren nächsten Messeauftritt.

Beantworten Sie im Mini-Quiz die wichtigsten Fragen – oder starten Sie direkt mit Ihrem individuellen ExpoSmart Messe-Check

ExpoSmart Mini-Quiz

Beantworten Sie spontan mit Ja (✅) oder Nein (❌):

Frage	Ja	Nein
Haben wir unsere Messeziele klar und schriftlich definiert?	☐	☐
Wissen wir genau, welche Besuchergruppen wir ansprechen wollen?	☐	☐
Haben wir ein Tool zur Lead-Erfassung und Bearbeitung im Einsatz?	☐	☐
Ist unsere Nachbearbeitung bereits vor der Messe geplant?	☐	☐
Können wir unseren Messeerfolg mit Zahlen belegen (ROI, Leads)?	☐	☐

Zum ExpoSmart Messe-Check



SCHLUSS MIT DEN MESSE GAPS

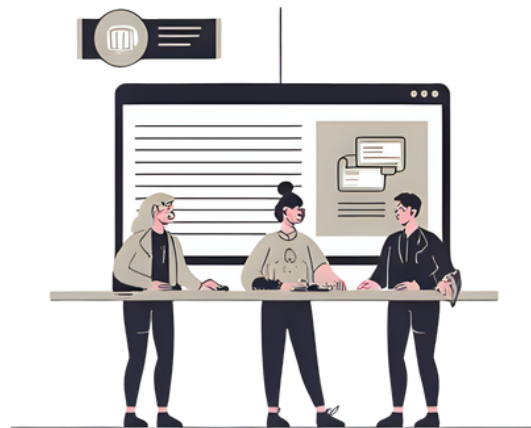
Ihr nächster Schritt: Handeln statt abwarten

Messeauftritte sind wertvoll – aber nur dann, wenn sie mehr bringen als ein gutes Gefühl. Der Messe Gap zeigt schonungslos, wo Erwartungen und Realität auseinanderdriften. Er kostet Geld, Zeit, Motivation und Chancen.

Doch er ist kein Schicksal. Mit klaren Schritten, den richtigen Prozessen und einem verlässlichen Navigator lässt sich die Lücke schließen.

👉 Das Ergebnis:

- Klarheit in der Planung
- Sicherheit in der Umsetzung
- Messbare Ergebnisse
- Nachhaltiger Erfolg



Die entscheidende Frage ist: **Wollen Sie auch weiterhin im Messe Gap steckenbleiben – oder sind Sie bereit, Ihre Messeauftritte auf ein neues Niveau zu heben?**

Mit dem **ExpoSmart Navigator** haben Sie das Werkzeug in der Hand, um aus Unsicherheit - Klarheit zu machen – und aus Aufwand-Wirkung.

Was ist mein nächster Schritt?

Wer steckt hinter diesen Gedanken? Hier erfahren Sie, wer Sie auf Ihrem Weg begleiten kann.

Jetzt Kontakt aufnehmen

DER AUTOR



Mein Name ist Ronald Beiersdorff, ich bin Mitinitiator von **ExpoSmart – Messe neu gedacht** und Co-Geschäftsführer der Agentur Beiersdorff. Seit über 35 Jahren begleitet mich die Messewelt – und sie fasziniert mich bis heute.

In diesen vielen Jahren konnte ich unterschiedliche Facetten der Messewelt erleben und dabei wertvolle Einblicke gewinnen, was einen erfolgreichen Auftritt ausmacht. Meine Expertise reicht von der ersten Idee (wie und was soll wo gezeigt werden) über den Standbau – neben unserem eigenen Standsystem auch mit vielen anderen Varianten – bis hin zur Durchführung großer Gemeinschaftsstände und zur Ausstattung von Veranstaltungen. In zahlreichen Projekten für Aussteller und deutsche Messegesellschaften habe ich umfassende nationale wie internationale Kompetenz aufgebaut. Mein besonderer Schwerpunkt lag und liegt dabei auf Hightech und Innovationen.

Schon mehr als 7 Jahren beschäftige ich mich intensiv mit digitalen Lösungen für Messen. Heute konzentriert sich meine Arbeit auf die Integration und Auto-matisierung von Prozessen für smarte Messeauftritte. Mir ist dabei wichtig, dass diese Anwendungen den Nutzen für Besucher, Aussteller und Veranstalter verbessern, bezahlbar bleiben und sich einfach in bestehende Abläufe einfügen. Aus meiner Erfahrung weiß ich: Nur wenn digitale Tools einfach und verständlich sind, werden sie auch wirklich genutzt.

Mit unserer Agentur helfen wir Unternehmen – besonders kleinen und mittelständischen – dabei, ihren Messeauftritt optimal und realistisch umzusetzen. Dabei greifen wir auf ein starkes Partnernetzwerk zurück, mit dem sich sowohl kleine Projekte als auch große internationale Auftritte zuverlässig realisieren lassen. UNSere Rolle richten wir flexibel nach den Bedürfnissen unserer Kunden aus: mal als Sparringspartner, mal als Berater, mal als Umsetzer – aber immer mit dem Ziel, den Messeerfolg greifbar und messbar zu machen.

Neben meiner beruflichen Leidenschaft finde ich Ausgleich im Golfspielen und seit einigen Jahren auch im Pickleball, das ich sehr leidenschaftlich betreibe. Wenn die Zeit dann noch reicht, gehe ich eine Runde laufen und bin gerne mit dem Fahrrad in und um München unterwegs. In den Wintermonaten zieht es mich nach Portugal – meine (Aus)Zeit, die ich nutze, um das Jahr zu reflektieren und neue Konzepte entstehen zu lassen.

📌 Sie finden mich auf  oder schreiben Sie mir eine 

Ich freue mich, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.