

SOCIAL-MEDIA-FAHRPLAN FÜR MESSEAUFTRITTE

Vorwort: Eine erfolgreiche Messekommunikation beginnt lange vor dem ersten Messetag – und endet nicht mit dem Abbau des Messestands. Wer seine Inhalte frühzeitig plant, Verantwortlichkeiten festlegt und wichtige Momente gezielt dokumentiert, steigert Reichweite, Sichtbarkeit und den Erfolg des Messeauftritts.



IHR SOCIAL MEDIA ZEITPLAN



4 Wochen vor der Messe

Ziel: Aufmerksamkeit erzeugen

- ☐ Messebesuch ankündigen
- ☐ Standnummer kommunizieren
- ☐ Kunden/Interessenten einladen
- ☐ Landingpage/Terminbuchung verlinken
- ☐ Messe-Hashtags recherchieren

2 Wochen vor der Messe

Ziel: Interesse aufbauen

- ☐ Team vorstellen
- ☐ Produkte/Neuheiten anteasern
- ☐ Aufbauplanung vorbereiten
- ☐ Foto- und Videoliste erstellen
- ☐ Verantwortlichkeiten festlegen

Merke: Früh planen zahlt sich aus.



IHR SOCIAL MEDIA ZEITPLAN



1 Woche vor der Messe

Ziel: Sichtbarkeit erhöhen

- ☐ Countdown veröffentlichen
- ☐ Letzte Termine kommunizieren
- ☐ Equipment prüfen (Kamera, etc.)
- ☐ Powerbanks laden
- ☐ Inhalte für spontane Posts vorbereiten

Messelaufzeit

Ziel: Erlebnisse zeigen

- ☐ Aufbau dokumentieren
- ☐ Eröffnungsstimmung einfangen
- ☐ Besucher/Team zeigen
- ☐ Produktvorführungen filmen
- ☐ Stories regelmäßig veröffentlichen

Merke: Spontane Inhalte wirken authentisch.



IHR SOCIAL MEDIA ZEITPLAN



48 Stunden nach der Messe

Ziel: Sichtbarkeit verlängern

- ☐ Danke-Post veröffentlichen
- ☐ Bildergalerie teilen
- ☐ Video-Rückblick veröffentlichen
- ☐ Interessenten kontaktieren
- ☐ Blogbeitrag veröffentlichen

1 Woche nach der Messe

Ziel: Reichweite weiter nutzen

- ☐ Kundenstimme veröffentlichen
- ☐ Best-of-Video posten
- ☐ Fachbeitrag teilen
- ☐ Häufige Besucherfragen aufgreifen
- ☐ Messeergebnisse zusammenfassen

Merke: Nach der Messe ist vor der Reichweite.



WELCHE INHALTE FUNKTIONIEREN WANN?



Zeitpunkt

Vor der Messe

Aufbau

Messetag

Vortrag

Messeende

Nach der Messe

Geeignete Inhalte

Einladung, Neuheiten, Teamvorstellung

Zeitraffer, Blick hinter die Kulissen

Besucher, Produktdemo, Gespräche

Zitate, Impressionen

Teamfoto, Fazit

Rückblick, Kundenstimmen, Blogartikel

Merke: Der richtige Inhalt zur richtigen Zeit.



DIE CONTENT MATRIX



Aufmerksamkeit erzeugen

- ✓ Aufbau
- ✓ Messestand
- ✓ Produktneuheiten
- ✓ Countdown

Vertrauen schaffen

- ✓ Team vorstellen
- ✓ Beratungssituationen
- ✓ Kundenstimmen
- ✓ Einblicke hinter die Kulissen

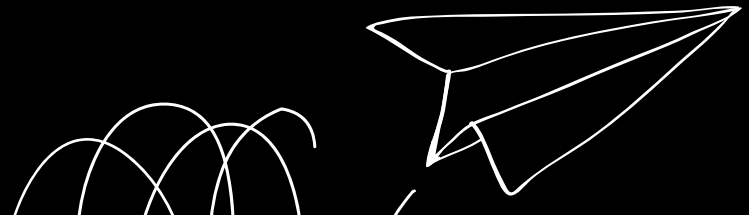
Expertise zeigen

- ✓ Produktdemonstrationen
- ✓ Fachvorträge
- ✓ Interviews
- ✓ Problemlösungen

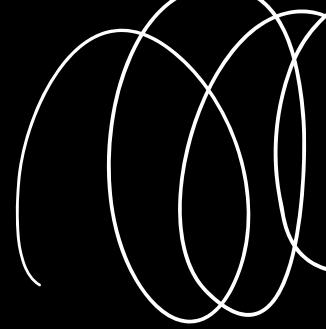
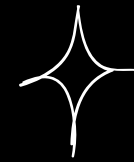
Leads generieren

- ✓ Terminvereinbarungen
- ✓ QR-Codes
- ✓ Messeaktionen
- ✓ Whitepaper oder Downloads

Merke: Jeder Beitrag verfolgt ein Ziel.



WER ÜBERNIMMT WELCHEN TEIL?



Aufgabe

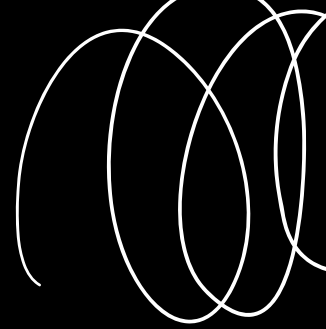
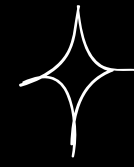
Fotos
Videos
LinkedIn
Instagram
Storys
Freigaben

Verantwortlich

Merke: Klare Aufgaben sparen Zeit.



VORBEREITUNG & ORGANISATION



Equipment-Check

- ☐ Smartphone
- ☐ Ersatzakku
- ☐ Powerbank
- ☐ Ladegeräte
- ☐ Stativ
- ☐ Mikrofon
- ☐ Speicherkarten
- ☐ WLAN-Zugang
- ☐ QR-Codes
- ☐ Visitenkarten

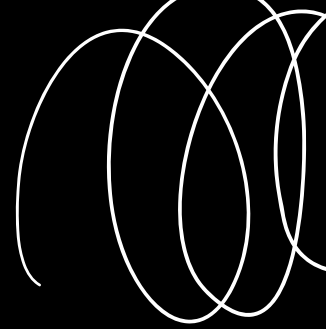
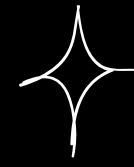
Verborgene Content-Chancen

- ☐ Aufbau am Vortag
- ☐ Erste Besucher am Morgen
- ☐ Blick hinter die Kulissen
- ☐ Team bei der Vorbereitung
- ☐ Kurze Interviews
- ☐ Begegnungen mit Kunden
- ☐ Networking
- ☐ Messeabend
- ☐ Abbau
- ☐ Persönliches Fazit

Merke: Auch hinter den Kulissen entstehen Inhalte.



NACH DER MESSE IST VOR DER MESSE



Tag 1 - Danke & Rückblick

→ Impressionen teilen, Besucher erwähnen, Team zeigen

Tag 3 - Highlights teilen

→ besondere Momente, Produkte, Gespräche

Tag 5 - Mehrwert liefern

→ Produktdetails, Lösungen oder Fachwissen aufgreifen

Tag 7 - Tiefer einsteigen

→ Blogbeitrag, Case Study oder Expertenbeitrag teilen

Tag 10 - Vertrauen stärken

→ Kundenstimme oder Projektergebnis veröffentlichen

Tag 14 - Best-of veröffentlichen

→ Video, Bildergalerie oder Messefazit teilen

Merke: Nutzen Sie Ihren Content mehrfach.



KURZCHECK: SOCIAL MEDIA AUF MESSEN

- Inhalte geplant
- Verantwortlichkeiten geklärt
- Equipment vorbereitet
- Messe-Momente dokumentiert
- Beiträge veröffentlicht
- Kontakte nachbereitet

