



Technologieunternehmen auf der LogiMAT 2026

Case Study: Technologie- unternehmen auf der LogiMAT 2026



ZIELGRUPPE

Unternehmen mit Messeauftritt



MISSION

Messeauftritt messbar machen –
datenbasiert und nachvollziehbar

AUSGANGSSITUATION

Sichtbarkeit vs. Wirkung

Ein führender Anbieter von Warehouse-Robotik-Systemen auf der LogiMAT 2026 in Stuttgart ist mit einem großen, zweigeschossigen Messestand vertreten. Der Stand umfasste fünf klar definierte Bereiche: vom offenen Passantenbereich über den zentralen Infodesk und eine Selfie-Station bis hin zum Immersive Room und dem Demo- & Salesbereich im Herz des Standes.

Wie kann man messbar belegen, welche Standbereiche wirklich funktionieren – und was beim nächsten Auftritt noch besser werden kann?



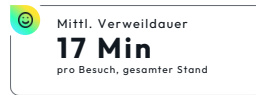
B.SURE LÖSUNG

Data statt Bauchgefühl

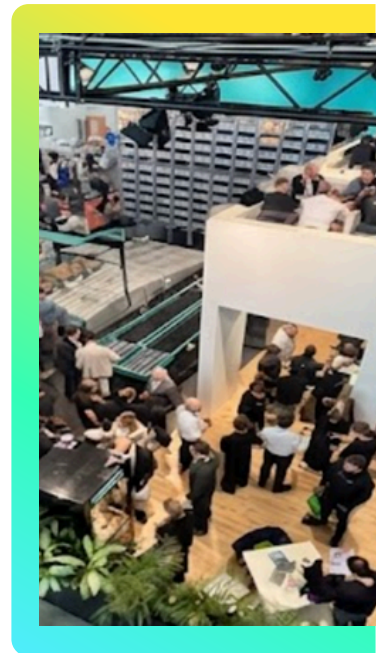
Mit b.sure wurden Besucherströme, Verweildauer und Zonennutzung über alle drei Messetage analysiert – anonymisiert und DSGVO-konform. WiFi-Sensoren erfassten per Triangulation die Aufenthaltsmuster in fünf Teilbereichen.

- **Welche Zonen werden wann und wie intensiv genutzt?**
- **Wie lange halten sich Besucher:innen in welchen Bereichen auf?**
- **Welche eigenen Events treiben Besucherströme – und welche externen ziehen sie ab?**

Datenstark belegt.



- 1. Demo & Sales als Herzstück:** Der Demo- & Salesbereich war die meistfrequentierte Zone. Die mittlere Verweildauer von ~8 Minuten zeigt: Wer den Bereich betritt, bleibt und interagiert.
- 2. Eigene Events als Traffic-Treiber:** Experience Tours und AI & Robotics Talks sorgten am zweiten Messetag für einen Besuchsanstieg von 35 % in Demo & Sales. Ein Get-together-Event trieb zusätzlichen Spätmittagstraffic in nachgelagerte Bereiche – ein klarer Beleg für die Wirksamkeit eigener Programmpunkte.
- 3. Hohe Conversion:** Engaged zu Sales: Die beiden Sektionen lagen nahezu gleichauf – ein starker Indikator dafür, dass Besucher, die sich mit dem Stand auseinandersetzten, auch den Weg in den Verkaufsbereich fanden.
- 4. Verbesserungspotenzial:** Ein interaktiver Bereich, der “Immersive Room”, erzielte trotz eines reichhaltigen Erlebnisformats am wenigsten Besuche – mit kurzer Aufenthaltsdauer. Hier liegt Potenzial, um Inhalt und Besucherführung für den nächsten Messeauftritt gezielt weiterzuentwickeln.



b.sure lieferte uns neue Erkenntnisse, wie Besucher unseren Stand erleben – nicht nur gefühlt, sondern in Zahlen. Wir sehen jetzt genau, welche Bereiche wirken, wann der Stand am stärksten frequentiert ist und wo wir noch Potenzial haben. Das gibt uns eine perfekte Grundlage, um unsere Messeauftritte weiter zu optimieren.



Event Manager
Event Manager, Technologieunternehmen



Impact & Ausblick

Mit den erhobenen Daten kann der Kunde die Wirksamkeit des LogiMAT-Auftritts klar belegen. Die Ergebnisse liefern eine datenbasierte Grundlage, um kommende Messeauftritte noch präziser zu planen: von der Zonengestaltung über die Programmstruktur bis hin zur Steuerung von Besucherströmen durch gezielte Schaffung von Erlebnissen.

- Optimierung der Standarchitektur auf Basis von Besuchsdaten: Eingang, Fluss, Zonengewichtung
- Gezielter Einsatz eigener Events zur Lenkung von Traffic in schwächere Bereiche
- Integration externer Programmpunkte in die Standplanung zur Vermeidung von Frequenzeinbrüchen
- Nutzung der Daten als Reportingbasis gegenüber internen Stakeholdern und für die Budgetplanung

LEARNINGS

Fazit

Kein Bauchgefühl. Kein Hokusfokus. Mit datenbasierter Klarheit tragen wir zu erfolgreichen Festivalponsorings bei.

KONTAKT

Interesse geweckt?

Sprich uns gerne an:



Frieder Damm
[LinkedIn](#)

MAIL
frieder.damm@bsure-analytics.de

MEETING
[Jetzt Meeting im Kalender vereinbaren!](#)



Finn Jensen
[LinkedIn](#)

MAIL
finn.jensen@bsure-analytics.de

MEETING
[Jetzt Meeting im Kalender vereinbaren!](#)