das Team
Agentur für Marketing GmbH

Messekontakt festhalten

Praxiswissen für Weinbetriebe

Überarbeitete Version · 11. November 2026

Gesprächsbogen für Publikumsmessen und Fachmessen

Halten Sie Bedarf und konkrete Zusagen fest. Erfassen Sie nur die dafür benötigten Kontaktdaten.

Veranstaltung Datum und notiert von

_____

Name und gegebenenfalls Betrieb

_____

Kontaktart ☐ Erstkontakt ☐ bestehender Kontakt ☐ Kunde

Interesse ☐ Privatkauf ☐ Fachhandel ☐ Gastronomie ☐ Sonstiges

Gewünschter Kontaktweg und Kontaktdaten

_____

Interesse und Vereinbarung

Weine Anlass Mengen oder konkreter Bedarf

_____

Fragen und wichtige Rückmeldungen

_____

Gewünscht ☐ Angebot ☐ Informationen ☐ Muster ☐ Termin ☐ Bestellung

Konkrete Zusage und Termin

_____

Verantwortliche Person

_____

Verwendung der Kontaktdaten

Ein angefragtes Angebot und ein Newsletter sind unterschiedliche Zwecke. Nutzen Sie für Newsletter eine gesonderte, passende Anmeldung. Eine Visitenkarte allein ist keine pauschale Werbeeinwilligung.

Angefragte Rückmeldung und Nachweis einer gesonderten Anmeldung falls vorhanden

_____

Datenschutzhinweise am Erhebungsort zugänglich machen. Für Werbung per E-Mail ist grundsätzlich eine vorherige ausdrückliche Einwilligung nötig. Die gesetzliche Bestandskundenausnahme gilt nur bei vollständiger Erfüllung ihrer Voraussetzungen. Quelle § 7 UWG.

Vertiefung am Praxisbeispiel

Praxisfall: Ein Gespräch mit einem Gastronomiebetrieb

Eine Restaurantinhaberin sucht einen offenen Weißwein für ihre saisonale Karte. Die Notiz sollte den Bedarf festhalten: gewünschter Stil, ungefährer Einsatz, Liefergebiet und vereinbarter nächster Schritt. Die Aussage ‚interessiert sich für Riesling' reicht nicht aus, um nach der Messe ein passendes Angebot zu erstellen. Das Standteam fragt deshalb: ‚Welche Information benötigen Sie für Ihre Entscheidung, und bis wann dürfen wir Ihnen diese schicken?' [Q005, Q025]

So sieht eine brauchbare Notiz aus

Fiktives Beispiel: Restaurant Beispielhof, Ansprechpartnerin Frau Beispiel, trockener Weißwein für offenen Ausschank, Test mit sechs Flaschen gewünscht. Vereinbart: Sortimentsvorschlag mit Nettopreisen und Lieferbedingungen bis Donnerstag per E-Mail. Zuständig: Vertrieb. Wiedervorlage: nach dem vereinbarten Probiertermin. Für die konkrete Anfrage werden nur die notwendigen Kontaktdaten erfasst. Private Vermutungen, Gesundheitsdaten und wertende Personenbeschreibungen gehören nicht in die Notiz. [Q014]

Anfrage und Werbung auseinanderhalten

Ein angefordertes Angebot beantwortet einen konkreten Wunsch. Es erlaubt nicht automatisch die Aufnahme in einen dauerhaften Werbeverteiler. Eine Visitenkarte oder eine frühere Bestellung schafft ebenfalls keine pauschale Erlaubnis. Für Newsletter ist eine gesonderte Anmeldung sinnvoll, deren Umfang und Nachweis geklärt sind. Die Ausnahme für Bestandskunden nach § 7 Absatz 3 UWG setzt mehrere Bedingungen gleichzeitig voraus. Prüfen Sie diese, bevor Sie einen Verteiler nutzen. [Q015, Q034, Q072]

Ein einfacher Ablauf für kleine Teams

Eine Person übernimmt täglich die Notizen und prüft, ob Zusagen vollständig sind. Fehlende Angaben werden intern geklärt. Anschließend erhalten die zuständigen Mitarbeitenden ihre Aufgaben mit Termin. Nach Erledigung wird der tatsächliche Status eingetragen: Angebot versandt, Probe geliefert, Bestellung eingegangen oder kein weiterer Kontakt gewünscht. Ein Tabellenblatt kann zunächst genügen, wenn Zugriff, Sicherung und Zuständigkeit geregelt sind. [Q003, Q005]

Woran Sie die Qualität erkennen

Werten Sie nicht allein die Zahl erfasster Kontakte aus. Vergleichen Sie, wie viele konkrete Anfragen vollständig beantwortet wurden und wie viele zu einer nachvollziehbaren Bestellung führten. Prüfen Sie daneben, ob Nachfragen am Stand wiederholt unbeantwortet blieben. Das kann auf fehlende Preislisten, unklare Zuständigkeiten oder eine ungeeignete Probenauswahl hinweisen. [Q004]

Wenn Sie Unterstützung wünschen

Wir helfen Ihnen, einen verständlichen Gesprächsbogen und einen verlässlichen Ablauf für die Nachbereitung einzurichten. Für umfangreiche Kontaktbestände unterstützen wir auch bei Auswahl und Einrichtung einer passenden Kundenverwaltung.

Kontakt: info@dasteam.de

Quellen und Vertiefung

Redaktionell geprüft am 11. November 2026. Die Beispiele und Rechenfälle sind eigene, fiktive Übertragungen auf den Betriebsalltag. Quellen belegen Grundlagen und Einordnung. Sie sind keine Nachweise für die Ergebnisse der fiktiven Betriebe.

Q005 Sichern Sie durch Leadmanagement Ihren Messeerfolg | AUMA
https://www.auma.de/ausstellen/tipps-zur-messeteilnahme/3-messe-leadmanagement/

Q002 Stellen Sie ein engagiertes und professionelles Stand-Team auf und sichern Ihren Messeerfolg | AUMA
https://www.auma.de/ausstellen/tipps-zur-messeteilnahme/7-das-stand-team-der-erfolgsfaktor/

Q003 Denken Sie Ihre Messebeteiligung als Projekt und werden Sie maximal erfolgreich | AUMA
https://www.auma.de/ausstellen/tipps-zur-messeteilnahme/2-messe-projektmanagement/

Q025 Erstellen Sie klare Briefings und sichern den Erfolg Ihrer Messebeteiligung | AUMA
https://www.auma.de/ausstellen/tipps-zur-messeteilnahme/4-messe-briefings/

Q004 Bilanzieren Sie mit messbaren Ergebnissen den Wert Ihrer Messebeteiligung | AUMA
https://www.auma.de/ausstellen/tipps-zur-messeteilnahme/9-erfolgskontrolle-messen-messbar-machen/

Q014 Orientierungshilfe Direktwerbung
https://www.bfdi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/DSK/Orientierungshilfen/DSK_20181107_Orientierungshilfe_Direktwerbung.pdf?__blob=publicationFile&v=6

Q015 Direktwerbung und Newsletter | datenschutz.rlp.de
https://www.datenschutz.rlp.de/themen/direktwerbung-und-newsletter

Q034 Marketing per E-Mail (Newsletter), Telefon, Brief | IHK München
https://www.ihk-muenchen.de/ratgeber/recht/werbung-fairer-wettbewerb/marketing-per-email-telefon-brief-etc/

Q072 § 7 UWG - Einzelnorm
https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/__7.html

Q038 DWI: Sonderbericht zur Direktvermarktung, Daten 2019–2024
https://www.deutscheweine.de/news-medien/meldungen/meldung/1359/dwi-sonderbericht-zur-direktvermarktung