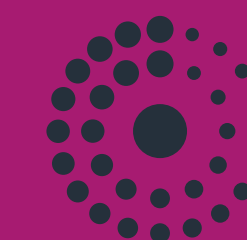


Good Life

13. — 15.11.2026
Bozen



FieraMesse
Bolzano Bozen

Die Messe für
für ein gutes
Leben Die M
Messe für ein
ein gutes Le
Leben Die M

**Wir freuen uns,
dir Good Life 2026
zu präsentieren**

Die neue Veranstaltung
der Messe Bozen,
die dem guten Leben
gewidmet ist.

Von 1948 bis heute



Geschichte

Die Messe Bozen wurde 1948 mit der historischen Mustermesse gegründet – später Herbstmesse – die über Jahrzehnte hinweg Gesellschaft und Wirtschaft der Region geprägt hat. Seit 2006 ergänzt Biolife das Portfolio, eine Veranstaltung rund um einen bewussten und nachhaltigen Lebensstil. Heute, 77 Jahre später, erleben wir erneut tiefgreifende Veränderungen – und Good Life entsteht, um auf diese Entwicklungen zeitgemäß zu reagieren.

**Wir präsentieren
dir Good Life 2026**

Good Life ist die Messe für alle, die gut leben möchten. Ein offener und inspirierender Ort, an dem innovative Produkte, neue Ideen und praktische Lösungen für ein gutes Leben entdeckt werden können. Ein Ort, an dem Wohlbefinden gemeinsam erlebt wird und wo schöne Momente mit den Liebsten geteilt werden.

Good Life ist eine einladende und zeitgemäße Messe, nah an den Menschen und aufmerksam gegenüber den Veränderungen unserer Zeit. Good Life ist die einzigartige Gelegenheit, deine Produkte und Dienstleistungen aufgeschlossenen Menschen zu präsentieren, welche das Beste für sich entdecken wollen.

Themen

- Bio-Lebensmittel
- Regionale und alternative Lebensmittel
- Gesundheit & Fitness
- Wohnen & Arbeiten
- Mobilität & Reisen
- Familie und Gemeinschaft
- Mode
- Kosmetik

Ein neues Verständnis von Wohlbefinden

Good Life wurde entwickelt, um ein neues, umfassendes und kluges Verständnis von Wohlbefinden zu vermitteln und sichtbar zu machen. Ein Treffpunkt für Unternehmen, Fachleute und Institutionen, die eine gemeinsame Vision teilen: eine gesündere, wertigere und stärker am Menschen orientierte Zukunft. Von Ernährung und Supplementierung

über Well-Aging und Beauty, vom körperlichen Wohlbefinden bis zur mentalen Gesundheit, von Mode, die sich gut anfühlt bis hin zu smarterer Mobilität und gesundheitsfördernden Wohnräumen: Good Life beleuchtet jede Dimension des modernen Lebens und fördert Kultur, Innovation und Zusammenarbeit.

Eine erlebnisorientierte Business-Plattform, auf der Wohlbefinden zu Wert, Beziehung und neuer unternehmerischer Chance wird.

Bio-Lebensmittel
Zertifizierte Bio-Produkte

Regionale und alternative Lebensmittel
Slow Food, Fairtrade, „Roter Hahn“, vegan, glutenfrei, laktosefrei, alkoholfrei

Gesundheit & Fitness
Prävention, Fitness, mentale und körperliche Gesundheit, Nahrungsergänzungsmittel, Heilkräuter

Wohnen & Arbeiten
Möbel, Einrichtung und Planung für gesunde Räume, ökologische Haushaltsprodukte, Energieeinsparung

Mobilität & Reisen
Öffentliche und geteilte Mobilität, Elektrofahrzeuge und verwandte Lösungen, verantwortungsbewusstes Reisen und Wohlfühlreisen

Familie und Gemeinschaft
Ehrenamt, Bildung, finanzielle Vorsorge, kulturelle, soziale und ökologische Vereine, Dienstleistungen für Bürger und Familien

Mode
Bio- und Naturfasern, recycelte und regenerierte Materialien, Second Hand

Kosmetik
Biologische und natürliche Pflege

Biolife bleibt der zentrale Identitätspfeiler von Good Life. Die strategische Neupositionierung schützt seinen historischen Wert und stärkt seine Wiedererkennbarkeit innerhalb der neuen Plattform.

Der dafür vorgesehene Ausstellungsbereich erhält ein eigenständiges, klar erkennbares Design – mit eigener Farbwelt, natürlichen Materialien und spezifischer

Besucherführung – um eine visuelle Kontinuität und ein sofort wiedererkennbares Erlebnis zu gewährleisten.

Auch in der Kommunikation wird Biolife als einer der inhaltlichen Schwerpunkte von Good Life positioniert – durch gezielte PR-Maßnahmen, redaktionelle Beiträge zum Bio-Segment und ein kuratiertes Programm mit Fachvorträgen.

Die digitale Kampagne setzt zudem auf zielgruppenspezifische Schwerpunkte rund um das Thema Bio, mit eigenen Kreativmitteln und Segmentierungen, um die relevantesten Communities optimal zu erreichen.

Fünf gute Gründe,

an Good Life teilzunehmen

Es gibt viele Gründe, an der ersten Ausgabe von **Good Life** teilzunehmen – der neuen Messe, die das Konzept des Wohlbefindens als wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklungstreiber neu interpretiert.

Ein Event, das darauf ausgerichtet ist, **Mehrwert zu schaffen**, unterschiedliche Welten zu verbinden und neue Businesschancen in einem sich rasant entwickelnden Markt zu generieren.

Von hoher Sichtbarkeit bis zu qualifiziertem Networking, von der Stärke des Konzepts bis zum Wachstumspotenzial: **Good Life** ist weit mehr als eine Messe – es ist eine Plattform, die Marken, Institutionen und Fachleute zusammenbringt, die gemeinsam das gute Leben in all seinen Facetten zelebrieren.

Entdecke die **5 guten Gründe**, Teil dieses Projekts zu werden.

Ein innovatives Format

Good Life ist nicht nur eine Messe, sondern ein Erlebnis, das Ausstellung, Inhalte und Begegnungen miteinander verbindet. Ein Ort, an dem Business auf die Kultur des guten Lebens in all seinen Dimensionen trifft – in einem dynamischen, inspirierenden und zeitgemäßen Format der neuen Generation.

Eine strategische Positionierung

Good Life entsteht in einer Region, die als Brücke zwischen Italien und dem deutschsprachigen Raum fungiert – ein natürlicher Knotenpunkt für Kulturen, Märkte und neue Chancen. Ein ideales Umfeld für Unternehmen, die ihren Wirkungsradius erweitern und mit einem internationalen Publikum in Dialog treten möchten.

Eine strukturierte und wirkungsvolle Kommunikation

Die neue Messe wird von einem integrierten Kommunikationsplan begleitet, unterstützt durch gezielte Investitionen und eine umfassende Multichannel-Strategie. Ziel ist es, Sichtbarkeit und Wiedererkennbarkeit für alle Akteure des Projekts sicherzustellen.

Ein wachsendes und hoch engagiertes Publikum

Wir erwarten eine zunehmend größere und aktivere Community aus Menschen und Fachleuten, die sich weiterentwickeln wollen. Ein motiviertes Publikum, offen für Dialog – geprägt von hoher Kaufkraft und solider Konsumfähigkeit, was die Besucher besonders empfänglich für qualitativ hochwertige Produkte und Lösungen macht.

Eine Vision für die Zukunft

An Good Life teilzunehmen bedeutet, eine gemeinsame Mission zu verfolgen: Good Life ist die Messe für alle, die gut leben wollen. Ein Ort voller Ideen, Produkte und Erlebnisse - für ein Leben, das sich richtig gut anfühlt.



77

Erfolgreiche Jahre Geschichte

33.000

Stammbesucher der Herbstmesse und Biolife

Ein treues Publikum, das sich für Wohlbefinden, nachhaltiges Wohnen und Lebensqualität interessiert.

200.000

Potenzielle Besucher

Ein wachsendes Einzugsgebiet, angezogen von einem zeitgemäßen Format und einem vielseitigen Angebot, das Business, Kultur und Lifestyle verbindet.

25.000

Quadratmeter Ausstellungsfläche

Ein Layout, das darauf ausgelegt ist, Marken optimal zu präsentieren, Begegnungen zu fördern und ein immersives Erlebnis zu schaffen – im Einklang mit den Werten von Good Life.

Die Zahlen von Good Life

Good Life ist die **natürliche Weiterentwicklung** der Herbstmesse und Biolife: Ein Projekt, das auf der Erfahrung zweier traditionsreicher Veranstaltungen aufbaut und deren Werte in eine **modernere, internationalere und stärker erlebnisorientierte Dimension** überführt.

Keine Zäsur, sondern eine Evolution. Good Life übernimmt einen **konsolidierten Besucher- und**

Ausstellerstamm sowie eine starke Markenbekanntheit, erweitert diese jedoch um neue Inhalte, neue Zielgruppen und einen breiten, vernetzten Ansatz rund um das Thema des guten Lebens.

Ein neuer Raum, der **Stabilität und Innovation vereint**, entwickelt, um Marken mehr Wert, mehr Dialogmöglichkeiten und höhere Sichtbarkeit in einem stark wachsenden Markt zu bieten.

Hinter dieser Transformation stehen Zahlen, die eine **Entwicklungsgeschichte erzählen** – und das konkrete Potenzial einer Messe zeigen, die zu einem wichtigen Referenzpunkt für das gute Leben werden will.

1

Neues Co-Creation-Format

Ein Messemodell, das Aussteller und Besucher aktiv in die Entwicklung von Inhalten und Erlebnissen einbindet.

2

Megatrends der Zukunft: Wohlbefinden und Gesundheit

Die beiden Leitachsen einer Messe, die neue Konsumverhalten interpretiert und in marktrelevante Chancen übersetzt.

300

Aktive Aussteller

In den Bereichen Bio, Wohnen, Elektromobilität, Sharing Economy und Gesundheit. Ein bereits etabliertes Netzwerk, das die Grundlage für die Weiterentwicklung des neuen Projekts Good Life bildet.

Format

Inhalte der Messe

Good Life ist mehr als eine Messe:
ein erlebnisorientiertes Format, das
Ausstellung, Weiterbildung, Unterhaltung
und Networking miteinander verbindet.
Ein Treffpunkt, an dem Unternehmen,
Fachleute und Besucher Wohlbefinden
in all seinen Dimensionen erleben –
körperlich, mental, sozial und ökologisch.

Die Veranstaltung gliedert sich
in **miteinander verbundene
Themenbereiche**, die die wichtigsten
Bereiche des guten Lebens abdecken:
Bio-Lebensmittel, regionale und
alternative Lebensmittel, Mode,
Kosmetik, Wohnen & Arbeiten,
Gesundheit & Fitness, Mobilität &
Reisen, Familie und Gemeinschaft.

Neben den Ausstellungsflächen
bietet Good Life ein umfangreiches
Programm aus **Talks, Workshops,
Demonstrationen und
Dialogformaten**, entwickelt in
Zusammenarbeit mit Experten, Medien
und institutionellen Partnern. Jeder
Bereich wird zu einem **offenen Labor**,
in dem Ideen, nachhaltige Praktiken
und innovative Lösungen für die
Zukunft des Wohlbefindens geteilt
werden.

Ein Format, das darauf ausgerichtet ist,
**Erlebniswert und neue Beziehungen
zu schaffen** – in einem Umfeld,
das Entdeckung, Austausch und
gemeinsames Wachstum fördert.

Chancen für Partner und Sponsoren

Partner oder Sponsor von Good Life zu werden bedeutet, Teil einer **Kommunikations- und Beziehungsplattform** zu sein, die Marken authentisch und zeitgemäß stärkt. Die Messe bietet einen einladenden Rahmen, in dem institutionelle Sichtbarkeit mit **erlebnisorientierten Storytelling** verschmilzt, das das Publikum einbindet und echtes Engagement schafft.

Die Kooperationsmöglichkeiten reichen von **Co-Branding** über die Präsenz in Themenbereichen und redaktionellen Formaten bis hin zu maßgeschneiderten Projekten für Unternehmen und Institutionen, die sich als treibende Kräfte des guten Lebens positionieren möchten.

Partner von Good Life zu sein bedeutet, eine gemeinsame Vision zu teilen und aktiv daran mitzuwirken, eine **neue Sprache** zu gestalten.

Media Partner

Eine redaktionelle und strategische Zusammenarbeit, die **Sichtbarkeit und Storytelling** miteinander verbindet. Der Media Partner unterstützt Good Life in der Kommunikation **vor, während und nach der Messe** – durch integrierte Maßnahmen in Print, Web, Radio, TV und Social Media, mit Co-Branding-Inhalten und gezielten Cross-Promotion-Aktivitäten. Ziel ist es, die gemeinsamen Werte zu verstärken und die Botschaft von Good Life in **hochaffine Zielgruppen** zu tragen.

Event Partner

Gedacht für Unternehmen und Institutionen, die **inhaltlich im Mittelpunkt** der Messe stehen möchten. Diese Partnerschaft bietet die Möglichkeit, aktiv an Talks, Workshops und Wissensformaten mitzuwirken – durch Beiträge, Erfahrungsberichte oder Demonstrationen, die das kulturelle Programm bereichern. Ein wirkungsvoller Weg, **Glaubwürdigkeit, qualifiziertes Networking und Brand Engagement** aufzubauen – getragen vom direkten Austausch mit Besuchern und Fachpublikum.

Tailor-Made Projects

Eine vollständig **maßgeschneiderte Lösung**, basierend auf spezifischen Branding- und Reputationszielen. Von der Gestaltung eines exklusiven Themenbereichs bis zur Umsetzung von Sonderprojekten, Installationen, digitalen Formaten oder individuellen Kommunikationskonzepten – jede Initiative entsteht in enger Zusammenarbeit mit dem Good-Life-Team. Eine ideale Gelegenheit für Marken, die sich mit einem **einzigartigen, wertorientierten Projekt** differenzieren möchten – kreativ, inhaltlich stark und wirkungsvoll.

Mehr Sichtbarkeit

Eine integrierte Kampagne, die deiner Präsenz Kraft verleiht

Die erste Ausgabe von Good Life wird von einer **multimedialen Kommunikationskampagne** begleitet, die darauf ausgelegt ist, das Projekt zu stärken und die Sichtbarkeit von Ausstellern, Partnern und Sponsoren zu maximieren. Eine koordinierte Strategie, die **Online- und Offline-**

Kanäle vereint und Kreativität, Daten und Storytelling kombiniert, um unterschiedliche, aber komplementäre Zielgruppen zu erreichen: Fachpublikum, anspruchsvolle Konsumenten und institutionelle Stakeholder.



Die Kommunikation von Good Life spricht eine **zeitgemäße und positive Sprache**, die Awareness, Traffic und Engagement erzeugt und ein klares, wiedererkennbares Markenbild vermittelt. Jede Präsenz auf der Messe wird Teil dieser Erzählung: eingebettet in eine **gemeinsame Kampagne**, die Inhalte, Marken und gemeinsame Erlebnisse sichtbar macht und aufwertet.



FieraMesse
Bolzano Bozen

Good Life

La Fiera per vivere bene
Die Messe für ein gutes Leben
13. — 15.11.2026
Bolzano Bozen

FieraMesse
Bolzano Bozen

Good Life

Next Opening 2026
Stay tuned!

FieraMesse
Bolzano Bozen

Die Messe für ein gutes Leben

La Fiera per vivere bene
Die Messe für ein gutes Leben

FieraMesse
Bolzano Bozen

Good Life

per vivere bene
Gutes Leben
a Good life

La Fiera per vivere bene

La Fiera per vivere bene
Die Messe für ein gutes Leben

FieraMesse
Bolzano Bozen

Ausstellungsprojekt

Das neue Ausstellungslayout wurde in Zusammenarbeit mit einem Architekturbüro vollständig überarbeitet, um das Erlebnis für Aussteller und Besucher zu verbessern. Eine flüssigere, einladendere und intuitivere Anordnung optimiert die Besucherströme in allen Hallen und wertet jeden Bereich auf.

Das Konzept umfasst zwei Veranstaltungsbühnen, großzügige Ruhebereiche, ein klares und innovatives Orientierungssystem sowie ein einheitliches Gestaltungskonzept, das für visuelle Kohärenz und Kontinuität während des gesamten Besuchs sorgt.

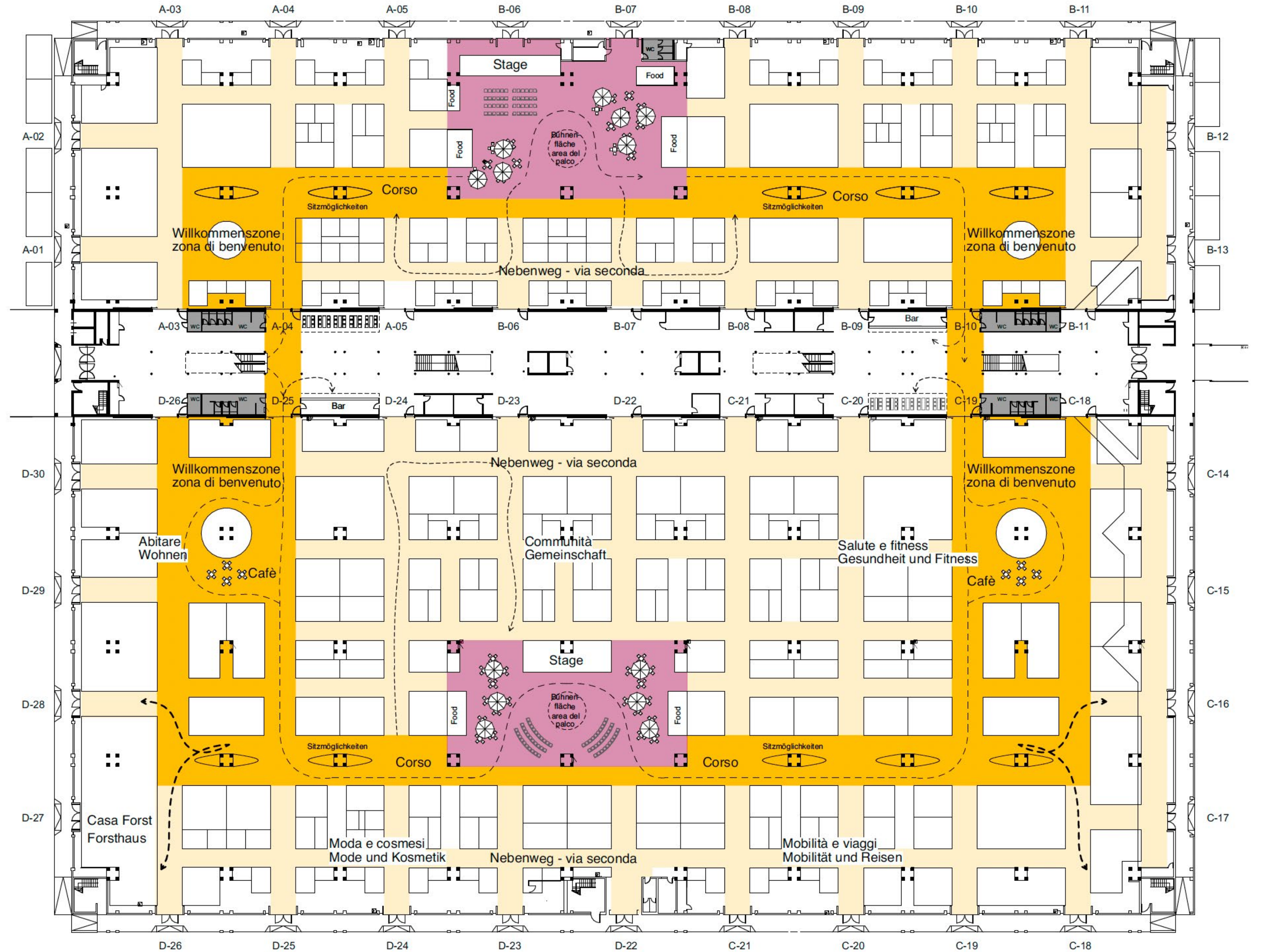


Ausstellungsfläche

Grundriss Halle A-B, B-C

Legende

- Aussteller
- Zentrale Fläche
- Hauptweg
- Nebenweg



Ausstellungsbereich

Grundriss Halle A-B, B-C

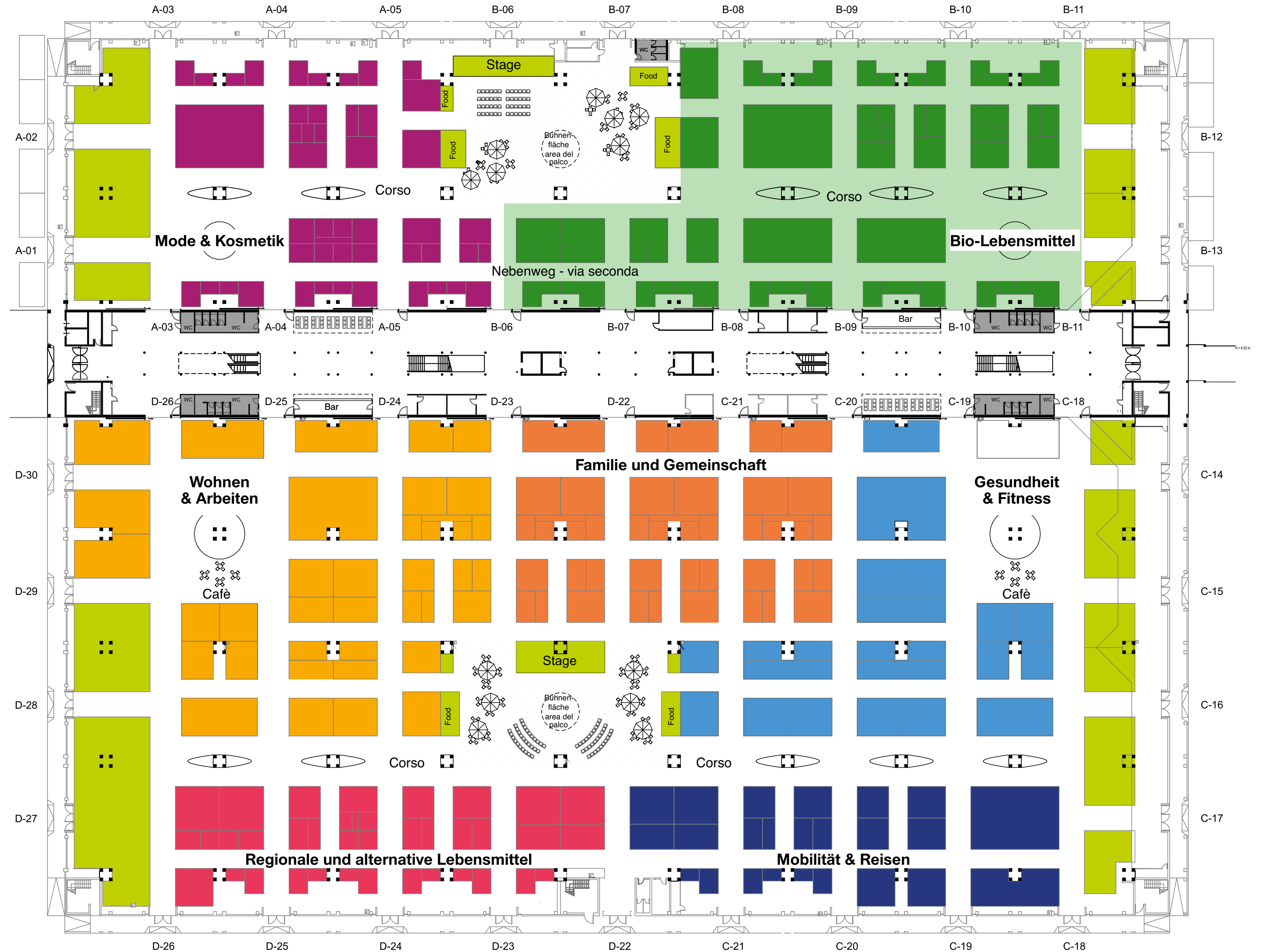
Legende

Halle A-B

- Bio-Lebensmittel
- Mode & Kosmetik
- Rahmenprogramm

Halle C-D

- Regionale und alternative Lebensmittel
- Wohnen & Arbeiten
- Familie und Gemeinschaft
- Mobilität & Reisen
- Gesundheit & Fitness
- Rahmenprogramm



Ausstellerpakete

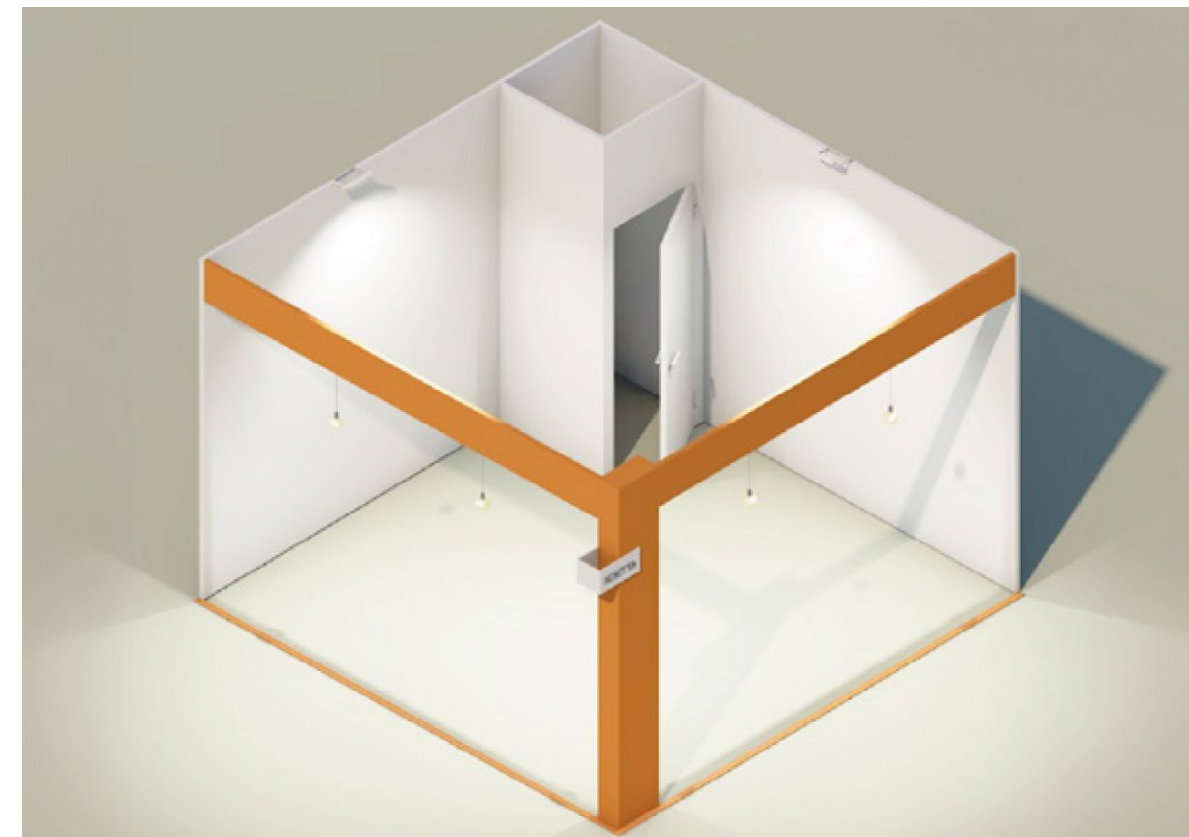
Für deine Teilnahme an **Good Life** kannst du das Paket wählen, das am besten zu deinen Zielen und deiner Kommunikationsstrategie passt. Wir haben **flexible und modulare Lösungen** entwickelt, die physische Präsenz, digitale Sichtbarkeit und Networking-Möglichkeiten kombinieren – und dabei jede Marke optimal unterstützen, von langjährigen Ausstellern bis zu innovativen Newcomern.



Stand S

Mit Rückwänden, rückseitiger Beleuchtung und Stromanschluss (3 kW).

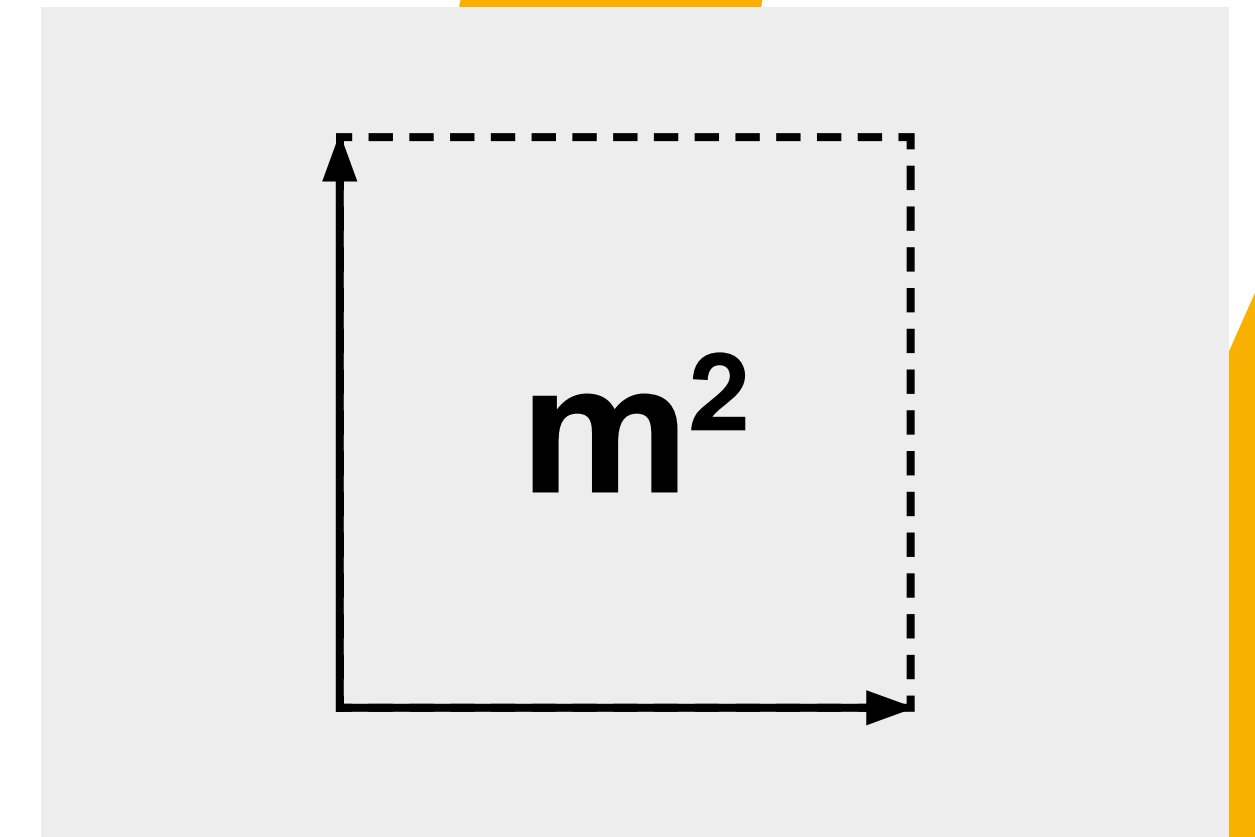
bis 15 m²



Stand M

Mit Rückwänden, Frontbeleuchtung, Stromanschluss (3 kW), Abstellraum mit Papierkorb und Kleiderhaken

20 m² bis 49 m²



Freifläche L / XL

Beinhaltet ausschließlich die Flächenmiete. Es besteht Pflicht zur Installation von festen Wänden und Beleuchtung.

L – 50 m² bis 200 m²

XL – über 200 m²

13. — 15.11.2026
Bozen



FieraMesse
BolzanoBozen