

Bewertung Messe: ABF Hannover 2026 MESSESTAND „URLAUB IN DEUTSCHLAND“

Dauer: Mittwoch, 11.02. – Sonntag, 15.02.2026

Öffnungszeiten: täglich 10 bis 18 Uhr

Standbetreuung: Ingo, Elana, Emma, Vincent

ALPenjoy-Messestand „Urlaub in Deutschland“

11 m x 3 m Kopfstand mit 3 offenen Seiten

Aussteller am Messestand:

Exklusiver Prospekt-Counter:

- Grünes Binnenland (Schleswig-Holstein)

Prospektpräsentationen bzw. -auflagen:

- HP-Touristik (Ferienhäuser und -wohnungen in ganz Deutschland)
- Verband Mecklenburgischer Ostseebäder (Ostsee, Mecklenburg-Vorpommern)
- Ostseebad Boltenhagen (Ostsee, Mecklenburg-Vorpommern)
- Kurzentrum Waren an der Müritz (Mecklenburger Seenplatte)
- Haveltourist (Mecklenburger Seenplatte und Ostseeinsel Fehmarn)
- Gemeinde Westoverledingen (Ostfriesland)
- Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel (Brandenburg)
- Tourismusverband Probstei, Kieler Bucht (Schleswig-Holstein)
- Touristikverband Landkreis Rotenburg/Wümme, Elbe-Weser-Region (Niedersachsen)
- relexa hotel Harz-Wald, Braunlage (Harz/ Niedersachsen)
- Hotel Villa Heine, Halberstadt (Harz/ Sachsen-Anhalt)
- Siebenquell GesundZeitResort, Weißenstadt (Fichtelgebirge/ Bayern)
- Wirtschafts- und Tourismus GmbH Möhnesee (Sauerland/ Nordrhein-Westfalen)
- Tourismusverband Lausitzer Seenland (Brandenburg/ Sachsen)
- Moselstern Hotels, Ferienland Cochem (Mosel/ Rheinland-Pfalz)

Bewertungen der einzelnen Bereiche:

(Bewertungsskala 0 = voll mies bis 10 = perfekt)

Erkennbarkeit des Messestandes für die Besucher: ●●●●●●●●●●

Infrastruktur:

Aufbaufreundlichkeit:

Anfahrt:

●●●●●●●●●●

Abwicklung:

●●●●●●●●●●

Parkmöglichkeit:

●●●●●●●●●●

Einfahrt in die Halle:

●●●●●●●●●●

Infrastruktur:

Sicherheitspersonal:	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz der Hallenmeister:	●●●●●●●●●●
	Technische Kommission/ technische Abnahme der Messestände:	●●●●●●●●●●
Messe	Attraktivität der Messe insgesamt:	●●●●●●●●●●
	Atmosphäre in den Messehallen:	●●●●●●●●●●
	Betreuung durch Messeleitung:	●●●●●●●●●●
	Ausstellerabend:	●●●●●●●●●●
W-LAN durch Messe:	kostenpflichtig	

Besucher: (0 = voll mies bis 10 = perfekt)

Quantität der Besucher:	●●●●●●●●●●
Besucheraufkommen gesamt:	83.000
Qualität der Besucher:	●●●●●●●●●●
Gesprächsbereitschaft der Besucher:	●●●●●●●●●●

Hotels in Hannover – typisch für eine Messestadt wie Hannover!

Verfügbarkeit Hotel direkt an der Messe:	●●●●●●●●●●
Verfügbarkeit Hotels in der Stadt:	●●●●●●●●●●
Entfernung Hotels in der Stadt zur Messe:	4 km
Anbindung öffentliche Verkehrsmittel:	●●●●●●●●●●
Preisniveau – Preis-/ Leistungsverhältnis:	●●●●●●●●●●
Hotel-Tipp:	MEDIAN HOTEL (400 m von der Messehalle)

Attraktivität der Messestadt und Umgebung:

Kultur:	●●●●●●●●●●
Nachtleben:	●●●●●●●●●●
Restaurant-Tipp:	Kale Restaurant (mediterrane Küche)

Zusammenfassung:

Die ABF ist mit der parallel stattfindenden Bau- und Gartenmesse B.I.G. Norddeutschlands größte Freizeitmesse. Mit insgesamt 83.000 Besuchern ist sie mit ihren Parallelmessen sogar noch größer als die Freizeitmesse in Hamburg eine Woche zuvor. Während die Hamburger mittlerweile auf 4 Tage zurückgegangen sind, halten die Kollegen in Hannover nach wie vor an 5 Messetagen fest, was sicherlich am enormen Aufbauaufwand im Bereich der Bau- und Gartenmesse liegt. Rund 550 Aussteller präsentierten fünf Tage lang in acht Hallen die aktuellen Trends aus den Bereichen Reisen, Caravaning, Outdoor, Mobilität sowie Garten, Immobilien und Einrichten. Der Messebereich des weltweiten Reisens lag wie immer gemeinsam mit der „Kulinarischen Reise“ in den beiden Hallen 19 und 20, die eine Doppelhalle ergeben. [Siehe Plan Hallenübersicht.](#)

Diese Doppelhalle war für viele Messebesucher quasi der Mittelpunkt der Messe. Zumal ja irgendwann jeder einmal essen muss oder möchte, so führte für fast jeden Messebesucher der Weg automatisch in die Halle 19 in den Bereich der Kulinarischen Reise. Hier wurde gekocht, gebraten, gedünstet und gezapft. Dementsprechend duftete es auch den ganzen Tag. Und es wurde am späten Vormittag ab 11 Uhr richtig voll. Genau das galt auch für den Deutschland-Messestand von ALPenjoy Tourismusmarketing im Außengang der 20, und zwar ganz genau im Übergangsbereich zur Halle 19 mit der Kulinarischen Reise. Beste Platzierung voll im Lauf, im direkten Zulauf der Messebesucher und genau im Übergang zu dem Bereich, in den viel wollen! Was will man mehr? Beste Platzierung und dazu auch noch eine super Auffälligkeit durch die LED-Leuchtwände mit der bombastischen Deutschland-Karte als Mittelpunkt. Das fiel bereits von weitem aus allen Richtungen auf.

Übrigens: Wer die Deutschland-Karte noch nicht kennt, [kann hier klicken und sich die Karte anschauen!](#)

Wie auch schon eine Woche zuvor in Hamburg kauften sich viele Messebesucher ein gedrucktes Exemplar dieser Karte zum Messespezialpreis! Die Karten gibt es in A0 und in A1. Die Deutschland-Karte gehört in jedes Büro. Durch das Anschauen der Karte kamen natürlich auch in Hannover automatisch hervorragende Gespräche mit den deutschland-interessierten Messebesuchern zustande. Vor der Karte standen immer ganz viele Leute, die von dieser einmaligen Karte fasziniert waren und diese bewunderten. Die große Deutschland-Karte liefert ja aber auch sehr viel wertvollen Inhalt und Inspiration, zu verreisen. Und es steckt sehr viel Liebe zum Detail in ihr. Davon profitierten auch die deutschen Partner am Messestand mit ihrem touristischen Angebot, die da waren:

Grünes Binnenland (Schleswig-Holstein) sogar mit einem exklusiven Prospekt-Counter!

Mit Prospektpräsentationen bzw. -auflagen waren folgende Partner dabei:

HP-Touristik

Verband Mecklenburgischer Ostseebäder (Ostsee, Mecklenburg-Vorpommern)

Ostseebad Boltenhagen (Ostsee, Mecklenburg-Vorpommern)

Kurzentrum Waren an der Müritz (Mecklenburger Seenplatte)

Haveltourist (Mecklenburger Seenplatte und Ostseeinsel Fehmarn)

Gemeinde Westoverledingen (Ostfriesland)

Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel (Brandenburg)

Tourismusverband Probstei, Kieler Bucht (Schleswig-Holstein)

Touristikverband Landkreis Rotenburg/Wümme, Elbe-Weser-Region (Niedersachsen)

relexa hotel Harz-Wald, Braunlage (Harz/ Niedersachsen)

Hotel Villa Heine, Halberstadt (Harz/ Sachsen-Anhalt)

Siebenquell GesundZeitResort, Weißenstadt (Fichtelgebirge/ Bayern)

Wirtschafts- und Tourismus GmbH Möhnesee (Sauerland/ Nordrhein-Westfalen)

Tourismusverband Lausitzer Seenland (Brandenburg/ Sachsen)

Moselstern Hotels, Ferienland Cochem (Mosel/ Rheinland-Pfalz)

Fast ein Heimspiel hatte in Hannover der Landkreis Rotenburg/ Wümme mit seinem Magazin „nordwärts“ und seinen Radprospekten sowie dem Prospekt zu den Nordpfaden, die sich in Hannover äußerst großer Beliebtheit erfreuten. Auch das Radangebot mit den Radkarten „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“, „Wümme Radweg“, „Mönchsweg“, „Von Hamburg nach Bremen“ und „Rennradtouren“ gingen super weg. Auch die Prospekte der Nordpfade gingen sehr gut weg.

Die Kollegin vom Grünen Binnenland in Schleswig-Holstein war nach den 5 Messetagen ebenfalls zufrieden. Ihre Prospekte gingen ihrer Meinung sehr gut weg und es kamen gute Gespräche zustande.

Die Prospekte aller Partner konnten bis auf wenige Restbestände verteilt werden.

Was mir aber an den Messen immer wieder auffällt und was für mich in meiner Denkweise auch immer wichtiger wird: Eine Messe kann und darf nicht an den Zahlen verteilter Prospekte gemessen werden, sondern muss daran gemessen werden, wieviel ernsthafte und interessante Gespräche mit Messebesuchern geführt werden. Denn mir ist immer häufiger aufgefallen, dass sich Messebesucher einfach Fotos von Internetadressen machen oder QR-Codes öffnen und die dazugehörigen Seiten als Favorit speichern. So ist es dann oft, dass sich jemand brennend für eine Region oder einen Ort interessiert und trotzdem keinen Prospekt mitnimmt.

Viele intensive Gespräche und ein riesiges Buchungsinteresse bleiben mir auch in diesem Jahr aus Hannover noch lange im Gedächtnis. Das Coffee-Bike an der Ecke unseres Messestandes erwies sich übrigens als zusätzlicher Frequenzbringer. Und die Box des Deutschland-Quiz war am Sonntagabend ebenfalls voll. Die 3 Fragen über Deutschland waren nicht einfach, konnten aber mit Hilfe der großen Deutschland-Karte gelöst werden. Alles in allem eine gute Messe.

Gesamturteil der Messe in Hannover: ●●●●●●●●●●

Im nächsten Jahr wieder dabei?

Wir werden eine Lösung finden, dass wir in 2027 ebenfalls die ABF besuchen werden, obwohl die ABF zeitgleich mit der f.re.e. in München stattfindet, nämlich vom 10.02. – 14.02.2027.