

**BEWERTUNG MESSE
CMT STUTT GART
URLAUB IN DEN ALPEN**

Dauer:	Samstag, 14.01. – Sonntag, 22.01.2023
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr
Standbetreuung:	Leo Trüstedt, Ingo Diesch
Aussteller am Stand:	<p>Exklusiver Prospekt-Counter: Hotel Walchhofer's Alpenhof, Filzmoos (Salzburger Land) Hotel „DAS Hintersee“, Hintersee im Salzkammergut (Salzburger Land)</p> <p>Prospektaufgaben für folgende Partner: Naturhotel Lüsnerhof, Lüsen (Südtirol) Naturhotel Rainer, Ratschings (Südtirol) Hotel & Residence Traubenheim, Nals (Südtirol) Aparthotel Maso Corto, Schnalstal (Südtirol) Tourismusverein Dorf Tirol (Südtirol) Tourismusverband Oststeiermark (Steiermark) Alfaierhof & Bergheimat, Gschnitz (Tirol) Hotel Tyrol, Söll am Wilden Kaiser (Tirol) Hotel Ascona, Lago Maggiore (Tessin/ Schweiz)</p>
Stand / Platzierung:	Halle 4, Stand F50, Mittelgang Standgröße: 14m x 3m Eckstand
Erkennbarkeit durch die Besucher:	●●●●●●●●●●

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt:	●●●●●●●●●●
	Abwicklung:	●●●●●●●●●●
	Parkmöglichkeit:	●●●●●●●●●●
	Einfahrt in die Halle:	●●●●●●●●●●
Sicherheitspersonal	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz:	●●●●●●●●●●
Messehallen	Alter:	ca. 20 Jahre
	Größe:	80.000 qm
	Technik:	Gesamteindruck: ●●●●●●●●●●
	Attraktivität:	Gesamteindruck: ●●●●●●●●●●

BEWERTUNG MESSE
CMT STUTTGART
URLAUB IN DEN ALPEN

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

Messe	Tradition: ●●●●●●●●●● Attraktivität der Messe: insgesamt: ●●●●●●●●●● Attraktivität der Messestände der deutschen Mitbewerber: ●●●●●●●●●● Besucheraufkommen: ●●●●●●●●●● Betreuung durch Messeleitung: ●●●●●●●●●● Ausstellerabend: ●●●●●●●●●●
Hotels an der Messe	Verfügbarkeit: ●●●●●●●●●● Entfernung Hotel - Messe: ca. 100 m S-Bahnverbindung: ●●●●●●●●●● Preisniveau Hotels Preis-/ Leistungsverhältnis: ●●●●●●●●●●
Attraktivität der Messestadt und Umgebung:	Kultur: ●●●●●●●●●● Nachleben: ●●●●●●●●●● Restaurant-Tipp: -

Kosten / Nebenkosten der Messe: (0 voll mies – 10 perfekt)

Standfläche:	●●●●●●●●●●
Gastro auf der Messe:	●●●●●●●●●●

Besucher: (0 voll mies – 10 perfekt)

Quantität der Besucher:	●●●●●●●●●●
Qualität der Besucher:	●●●●●●●●●●
Gesprächsbereitschaft der Besucher:	●●●●●●●●●●
Angabe von Kontaktdaten:	●●●●●●●●●●
Angabe von Kontaktdaten durch Besucher:	●●●●●●●●●●
Resonanz auf Prospekte:	bei Prospektaufgabe ●●●●●●●●●● bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren: ●●●●●●●●●●

BEWERTUNG MESSE CMT STUTTGART URLAUB IN DEN ALPEN

Bemerkungen:

Was für ein Comeback! Die CMT 2023 hat alle Erwartungen übertroffen! Sie bricht alle Rekorde! 10 riesige Messehallen alle seit Monaten ausgebucht. Aussteller aus aller Welt – alle zufrieden! Seit Monaten bereits kündigte das Organisationsteam der Landesmesse Stuttgart diese Messe der Superlative dem breiten Publikum an und verkaufte in großem Stil bereits im Vorverkauf Online-Tickets. Die Social-Media Abteilung der CMT arbeitete auf Hochtouren Kampagnen aus und postete ständig und kündigte die weltgrößte Urlaubsmesse dem breiten Publikum an. Und auch im Bereich Print, Rundfunk und die gute klassische Werbung auf großen Tafeln und Schildern funktionierte prächtig. Unterstützend durch die vielen Aussteller, die wiederum ihre Kunden und Freunde informierten, funktionierte diese riesige Werbemaschinerie richtig gut und brachte diesen riesigen Erfolg. Besucher aus allen Teilen Deutschlands zog es teilweise mehrere Tage in die schwäbische Metropole. Die CMT hat es allen Messe-Kritikern gezeigt. Strahlende Gesichter bei allen Beteiligten! Sowohl verantwortliche Organisatoren als auch Aussteller strahlten übers ganze Gesicht. Doch nicht nur die, sondern auch die über 265.000 Besucher, die es an 9 Tagen in die Messehallen zog. Bei 17 Euro Eintritt konnten sie etwas erwarten und bekamen es auch erfüllt. Bereits um 9 Uhr standen morgens die ersten Besucher an den Kassen, obwohl erst um 10 Uhr die Einlassportale öffneten. Doch man will ja schließlich zu den ersten gehören, die morgens in die Hallen schreiten dürfen.

Bereits um kurz nach 10 Uhr trafen somit dann auch die ersten Besucher an den Messeständen von ALPenjoy Tourismusmarketing in der Halle 4 ein. Die Halle 4 ist die Messehalle mit dem buntesten Branchenmix, denn hier präsentieren sich sowohl internationale als auch nationale Regionen und Destinationen, während in der Halle 6 lediglich deutsche Urlaubsregionen anwesend waren. Hervorragend sichtbar im stark frequentierten Mittelgang platziert, schlenderten die Messebesucher zunächst an den Messeständen entlang, um dann zwei Stunden später vorbeizuschleichen, weil es zunehmend voller wurde.

Der Messestand für „Urlaub in den Alpen“ war nicht zu übersehen. Eine gemütliche Almhütte mittig aufgestellt war der Mittelpunkt des Standes. Und natürlich das Glücksrad, das genau davor stand und vom Kollegen Leo hervorragend angepriesen wurde, doch einmal zu drehen. Wer dreht, der gewinnt auch. Wertgutscheine von 50 Euro bis 120 Euro konnten „erdreht“ werden. Diese Gutscheine können im Nachgang der Messe bei ALPenjoy auf Anfrage in diversen Hotels eingelöst werden. Ebenfalls riesigen Anklang fand das große Alpen-Gewinnspiel, bei dem es 3 Fragen zu beantworten gab. Insgesamt hatten wir über 1000 ausgefüllte Gewinnspielscheine in der Box am Sonntagabend. Ein großartiger Erfolg. Sämtliche Teilnehmer bekommen von uns eine Dankeschön-Email mit einem Gewinn. Und zwar 2 Nächte im Alfairhof im wunderschönen Gschnitztal inkl. Frühstück. Welch eine große Geste unseres Partners Ferdinand Pranger. Dankeschön Ferdl.

Am ersten Messewochenende hatten wir an unserem ALPenjoy-Messestand Besuch aus Österreich. Es präsentierten sich jeweils an einem Messe-Counter das Hotel Walchhofer's Alpenhof in Filzmoos im Salzburger Land und das Hotel „DAS Hintersee“ im gleichnamigen Hintersee im Salzkammergut, ebenfalls im Salzburger Land. Beide Hotelpartner waren an den 3 Tagen, an denen sie anwesend waren, immer gut beschäftigt und hatten super zu tun, was mich natürlich ebenfalls sehr erfreut. Nach Absprache mit den Hotels durften diese ihre Prospekte für den restlichen Verlauf der Messe liegen lassen, so dass wir von ALPenjoy uns dann um den weiteren Ablauf kümmern konnten. Und dabei bleibt ganz klar festzustellen, dass die Prospekte vom Alpenhof der Familie Walchhofer um Längen besser weg gingen als die der Familie Ebner vom Hotel DAS Hintersee. Das hat nämlich einen ganz entscheidenden Grund: Die Alpenhof-Prospekte sind wesentlich plakativer als die Hauszeitungen vom Hintersee. Tipp für die Zukunft: Vielleicht denkt man im Hotel DAS Hintersee einmal darüber nach,

BEWERTUNG MESSE CMT STUTTGART URLAUB IN DEN ALPEN

speziell einen Werbeprospekt zu erstellen, der auf Messen und sonstigen Veranstaltungen einfach attraktiver überkommt als eine Hauszeitung, die sicherlich gut dafür geeignet ist, an Hausgäste zu verschicken, um diese über die Neuigkeiten im Hotel zu informieren. Aber für einen Einsatz auf Messen ist solch eine Hauszeitung in meinen Augen völlig ungeeignet. Das möchte ich an dieser Stelle einmal unterstreichen. Wir haben zwar die „Hintersee-Hauspost“ zunächst auch noch mit in die vorgepackten Prospekt-Taschen gegeben, doch haben wir das nach 3 Tagen dann nicht mehr gemacht, weil wir keine Taschen mehr gepackt haben. Kurzum: Die Alpenhof-Prospekte sind am Sonntagmittag alle restlos vergriffen gewesen und von den Hauszeitungen vom Hotel DAS Hintersee waren noch ca. 50 oder 60 Stück übrig. Diese sind dann von uns beim Abbau fachgerecht entsorgt worden in unserer teuer bezahlten Papiertonne. Kleiner Tipp an das Hotel DAS Hintersee. Wir produzieren Euch gerne einmal einen schönen und attraktiven Messeflyer. Das Angebot dazu erstelle ich gerne! 😊

Die Prospekte unserer Partner liefen hingegen hervorragend. Ob wie gesagt das Hotel Walchhofer's Alpenhof oder auch die Prospekte, die bereits von Beginn an unter unseren Fittichen waren, und zwar:

- Naturhotel Lüsnerhof, Lüsen (Südtirol)
- Naturhotel Rainer, Ratschings (Südtirol)
- Hotel & Residence Traubenheim, Nals (Südtirol)
- Aparthotel Maso Corto, Schnalstal (Südtirol)
- Tourismusverein Dorf Tirol (Südtirol)
- Tourismusverband Oststeiermark (Steiermark)
- Alfaierhof & Bergheimat, Gschnitz (Tirol)
- Hotel Tyrol, Söll am Wilden Kaiser (Tirol)
- Hotel Ascona, Lago Maggiore (Tessin/ Schweiz)

Letzteres ging nicht ganz so sensationell gut wie die anderen. Das liegt aber daran, dass dieses Hotel in der Schweiz liegt. Und zwar nicht nur in der Schweiz, sondern auch noch in einem der absolut teuersten Gegenden in der Schweiz – dem Tessin. Und dann auch noch in Ascona! Somit ging dieser Prospekt nur ganz gezielt an Tessin-Interessierte. Und auch hier muss man erwähnen, dass der Prospekt von außen zwar ganz edel aussieht, jedoch aber nicht nur wegen seiner Größe (A5 quer) nicht unbedingt ins Auge sticht. Auch den Machern im Hotel Ascona empfehle ich einen speziellen Messeprospekt.

Wie das mit den Messeprospekten geht, zeigen wir immer wieder gerne an den Paradebeispielen Naturhotel Rainer, Aparthotel Maso Corto und Alfaierhof. Allesamt vertrauen dem Prospekt, den wir für diese Partner entworfen, erstellt und gedruckt haben. Und all diese Prospekte gehen weit besser weg als alle anderen zusammen! In Zahlen ausgedrückt: Pro Partner sind ca. 1000 Stück verteilt worden. Und es wird für diese Partner sicherlich viele Buchungen geben!

Die Prospekte vom Hotel Tyrol, vom Hotel Traubenheim und vom Tourismusverein Dorf Tirol sind aufgrund ihrer Aufmachung auch hervorragend weggegangen. Es konnte alle problemlos direkt am Prospekt-Counter verteilt werden bzw. die Messebesucher nahmen die Prospekte von ganz allein. Bei den Häuserkatalogen des Tourismusvereins Dorf Tirol war es sogar sensationell, bedenkt man, dass der Prospekt ja auch noch groß und schwer ist. Ständig mussten wir an den verschiedenen Stellen nachlegen. Zur Info: Die Prospekte unserer Partner werden von uns stets an verschiedenen Positionen am Stand aufgelegt. Und auch die Prospekte des Tourismusverbandes Oststeiermark fanden viele Abnehmer. Vor allem Wanderfreunde griffen zum Wanderprospekt des Verbandes in der Größe DIN lang, klein & kompakt und doch sehr informativ zum Inspirieren.

**BEWERTUNG MESSE
CMT STUTT GART
URLAUB IN DEN ALPEN**

Alle Prospekte wurden an den ersten 6 Messetagen auch immer noch in vorgepackten Prospekttaschen verteilt, die den ca. 150 täglichen Glücksrad-Gutscheingewinnern zur Inspiration mitgegeben wurden. Wir haben alle gesteckten Ziele erreicht und alle Prospekte sind verteilt worden.

Gesamturteil der Messe:



Wieder dabei sein im kommenden Jahr?

Auf jeden Fall