ALPENJOY Tourismusmarketing

BEWERTUNG MESSE
CMT STUTTGART
URLAUB IN DEUTSCHLAND

Dauer:	Samstag, 13.01. – Sonntag, 21.01.2024
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr
Standbetreuung:	Kai Trüstedt, Ingo Diesch
Aussteller an den Messeständen A10 und A22:	**Exklusiver Messestand A22:** • Natur & Sport Hotel Zuflucht (Schwarzwald) **Exklusiver Prospekt-Counter am Messestand A10:** • Moselstern Hotels (Ferienland Cochem an der Mosel) **Prospektauflagen am Messestand A10:** • 1. Bier und Wohlfühlhotel Gut Riedelsbach als Partner des Bierstandes • Allgäuer Seenland (Allgäu, Bayern) • Haveltourist (Mecklenburger Seenplatte) • Kurverwaltung Ostseebad Boltenhagen (Mecklenburg-Vorpommern) • Tourismusgesellschaft Stadt Brandenburg a.d. Havel (Brandenburg) • Hotel ElbBlick (Jork im Alten Land)
Stand / Platzierung:	Halle 6, beide jeweils am Außengang Standgrößen: A22: 4m x 4m Eckstand A10: 11m 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: ●●●●●●●●●●

ALPENJOY Tourismusmarketing

BEWERTUNG MESSE
CMT STUTTGART
URLAUB IN DEUTSCHLAND

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 - 500m
	S-Bahnverbindung:	●●●●●●●●●●
	Preisniveau Hotels	**Preis-/ Leistungsverhältnis:** ●●●●●●○○○○
Attraktivität der Messestadt und Umgebung:	**Kultur:**	●●●●●●●●●●
	Nachtleben:	●●●●●●●●○○
	Restaurant-Tipp:	-

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

Standfläche:	●●●●○○○○○○	(teuerste Messe in Deutschland)
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 Prospektauflage	●●●●●●●●●●
	bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren:	●●●●●●●●●●

BEWERTUNG MESSE
CMT STUTTGART
URLAUB IN DEUTSCHLAND

Bemerkungen:

Kein Besucherrekord, trotzdem Stimmungsaufheller! So lautet mein Fazit zur CMT 2024. Es besuchten zwar über 234.000 Menschen die Urlaubsmesse und Aussteller berichten von interessanten Gesprächen sowie von Verkaufsabschlüssen und Buchungen, trotzdem hat die diesjährige CMT ihren Peak verpasst. Es lag wahrscheinlich an den widrigen Wetterbedingungen, die am Donnerstag und Freitag den Verkehr lahmlegten und die Anreise auf die Messe für Stunden erschwerten. Es war nämlich am Donnerstag und Freitag spürbar ruhiger als in den früheren Jahren. Diese beiden Tage versauten offenbar das Gesamtergebnis.

Auch in diesem Jahr waren wieder alle 10 riesigen Messehallen mit Ausstellern aus aller Welt ausgebucht. Und bereits seit Monaten kündigten die Messeveranstalter – die Landesmesse Stuttgart – die Messe dem breiten Publikum an und verkauften im Vorverkauf Online-Tickets für 15 Euro pro Person. 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 auch in diesem Jahr diese riesige Werbemaschinerie richtig gut und brachte den erneuten Erfolg. Allein wir von ALPenjoy haben im Vorfeld der Messe 200 Freitickets an potenzielle Besucher aus dem Großraum Stuttgart online verschickt. Zur großen Freude dieser Beschenkten, deren Mailadressen wir aus den Vorjahren im Bestand haben, wurden diese vorher von uns per Newsletter angeschrieben und befragt, ob sie zur CMT möchten. Wer mit „ja“ geantwortet hat, bekam zwei Tickets. Nur solange der Vorrat reicht! Und dieser Vorrat war relativ schnell erreicht. Wir machten uns sogar die Mühe und verschickten nicht nur den Code zum Einlösen, sondern wir verschickten die richtigen Tickets, so dass sich kein Eingeladener noch extra registrieren musste, sondern gleich mit dem fertigen Ticket durch die Besucherschranke gehen konnte. So viel Mühe hat sich mit Sicherheit kein anderer Aussteller gemacht, 200 Tickets händisch zu registrieren. Besucher aus allen Teilen Deutschlands zog es teilweise mehrere Tage in die schwäbische Metropole. Es sind die Camper und Caravaner, die teilweise sogar 2 oder 3 Tage bleiben. Immerhin sind von 10 Messehallen 7 Hallen zum Thema Camping & Caravan inklusive Zubehör. Das macht die CMT zur Camping- und Caravan-Messe Nr.1 in Deutschland.

Der Tourismusbereich stagniert seit Jahren. In Halle 4 ist mit wenigen Ausnahmen der Internationale Tourismus mit den Fernreisezielen, aber auch ein paar deutsche Aussteller sind dort zu finden. Halle 6 beherbergt den nationalen Tourismus. Aber auch hier sind Ausnahmen zu finden, so auch die Messestände von ALPenjoy Tourismusmarketing. Doch dazu später mehr. In der Halle 9 finden bereits seit Jahren die sogenannten Messe-Specials statt. Am ersten Wochenende die Wander- und Mountainbikemesse und am zweiten Wochenende die Golf-, Wellness- und Kreuzfahrtmesse. Diese beiden Messe-Specials ziehen allein schon einen Großteil der Besucher an.
Bereits um kurz nach 10 Uhr trafen die ersten Besucher an den Messeständen von ALPenjoy Tourismusmarketing in der Halle 6 ein. Hervorragend sichtbar im Außengang der Halle platziert, schlenderten die Messebesucher zunächst an den Messeständen entlang, um dann zwei Stunden später dicht gedrängt vorbeizuschieben. So begann das erste Messewochenende! Auch der Montag und Dienstag waren brechend voll. Dann ab Mittwoch wurde es ein wenig ruhiger, ohne dass man dabei aber von ruhig sprechen kann. Das belegen die Abgriffszahlen der Prospekte.

Der Messestand für „Urlaub in Deutschland – von der See bis in die Berge“ in der Halle 6 war nicht zu übersehen. Die große Deutschland-Karte mittig aufgehängt war der große Mittelpunkt des Standes, an dem wir in diesem Jahr aber auch noch einen Bierstand platzierten. Und genau das Konzept ging voll auf. Von weitem schon gut erkennbar näherten sich ständig

BEWERTUNG MESSE
CMT STUTTGART
URLAUB IN DEUTSCHLAND

viele Besucher und verfolgten den Inhalt der Deutschland-Karte. Wer die Karte noch nicht kennt, kann hier klicken und sich die Karte anschauen! Viele Messebesucher kauften sich sogar auch ein gedrucktes Exemplar zum Messespezialpreis! Durch das Anschauen der Karte kamen dann hervorragende Gespräche mit den deutschland-interessierten Messebesuchern zustande. Sofort fielen dann Begriffe von Regionen und es wurden stets richtige gute Unterhaltungen draus. Das touristische Angebot auf unseren Prospekt-Countern umfasste folgende Partner:
1. Bier und Wohlfühlhotel Gut Riedelsbach als Partner des Bierstandes
Moselstern Hotels (Ferienland Cochem an der Mosel)
Allgäuer Seenland (Allgäu, Bayern)
Haveltourist (Mecklenburger Seenplatte)
Kurverwaltung Ostseebad Boltenhagen (Mecklenburg-Vorpommern)
Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft der Stadt Brandenburg an der Havel (Brandenburg)
Hotel ElbBlick (Jork im Alten Land)

An einem weiteren Messestand, unweit des großen Deutschland-Standes präsentierten wir mit dem Natur & Sport Hotel Zuflucht aus Freudenstadt auch noch ein Hotel aus dem Schwarzwald. Ebenfalls an diesem Stand befand sich auch ein Coffee-Bike. Beides ergänzte sich hervorragend, denn zum Kaffee boten die Schwarzwald-Mädels auch noch selbstgemachten Kuchen an!

Riesengroß war das Interesse wieder an den Prospekten unserer Partner, die die Prospektauflage gebucht haben. Allen voran die Prospekte vom Bierhotel Gut Riedelsbach, das ja auch Partner des Bierstandes war. Hier war das Interesse gewaltig, was aber auch kein Wunder war, denn im Hintergrund des Tresenbereichs hingen riesige Transparente vom Bierhotel. Hier haben wir bereits nach 2 Tagen noch einmal die gleiche Menge an Prospekten nachgeordert. Auch die Prospekte von Haveltourist, deren Prospekte genau auf Camper abzielen, stießen wieder auf riesiges Interesse! 800 Prospekte von Haveltourist, die wir mitgenommen haben, waren bereits am Donnerstag restlos vergriffen. Es hätte sich aber zeitlich nicht mehr rentiert, wenn wir am Donnerstag noch nachgeordert hätten. Die Prospekte wären dann sicherlich zu spät angekommen. So beließen wir es bei den 800 verteilten Haveltourist-Prospekten. Die 700 Prospekte vom Allgäuer Seenland, von der Kurverwaltung Boltenhagen und vom Stadtmarketing Brandenburg an der Havel waren am Samstagnachmittag (Allgäu) bzw. Sonntagnachmittag (Boltenhagen und Brandenburg) auch alle verteilt. Übrig geblieben sind lediglich Prospekte vom Hotel ElbBlick im Alten Land und von den Moselstern Hotels. Von denen hatten wir allerdings mehr als 1000 Prospekte dabei. Ein Kollege von der Mosel war an den ersten beiden Tagen persönlich am Stand und berat die vielen Interessierten. Im Laufe der Woche gingen von der Mosel so viele Prospekte wie noch nie weg. Unser ALPenjoy-Mitarbeiter Kai tütete die Moselstern-Prospekte ein, legte vorn in der Tasche einen 25% Rabatt-Gutschein (gültig bis Ende März) hinein und hängte die Taschen mitnahmebereit auf. Das zog gewaltig! Man muss aber auch dazu sagen, dass der Moselstern-Prospekt-Counter an der Ecke des Deutschland-Standes perfekt positioniert war, denn genau an der Stelle kamen die tausenden Messebesucher vom Eingang Ost in die Halle 6 hinein! Der Deutschland-Stand war optimal gelegen. Besser geht's nicht!

Gesamturteil der Messe: ●●●●●●●●●○

Wieder dabei sein im kommenden Jahr?
Auf jeden Fall ja