

BEWERTUNG MESSE „INFA“ HANNOVER 2025 MESSESTAND „URLAUB IN DEN ALPEN“ UND „URLAUB IN DEUTSCHLAND“

Dauer	11.10. – 19.10.2025
Öffnungszeiten	täglich 10 bis 18 Uhr
Standbetreuung	Ingo, Elana, Jarno
ALPenjoy-Messestand	„URLAUB IN DEN ALPEN + URLAUB IN DEUTSCHLAND“ 10 m x 5 m als L-Stand mit 2 offenen Seiten
Aussteller am Messestand:	mit Prospektpräsentationen und Prospektauflagen: <u>Bereich „Urlaub in Deutschland“</u> • Ostseefjord Schlei (Schleswig-Holstein) • Ostseebad Boltenhagen (Mecklenburg-Vorpommern) • Kurzentrum Waren an der Müritz (Mecklenburg-Vorpommern) • Touristikverband Landkreis Rotenburg/Wümme (Niedersachsen) • relexa hotel Harz-Wald, Braunlage im Harz (Niedersachsen) • Hotel Villa Heine, Halberstadt (Sachsen-Anhalt) • Moselstern Hotels (Rheinland-Pfalz) • Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ (Franken, Bayern) <u>Bereich „Urlaub in den Alpen“</u> • Alpen-Motorradhotels • Alpen-Ski • Hotel Bei Martin, Morter bei Latsch (Südtirol) • Naturhotel Rainer, Ratschings (Südtirol) • Hotel Magdalena, Zillertal (Tirol) • Alfaierhof & Bergheimat, Gschnitztal (Tirol) • Hotel Kolmhof, Bad Kleinkirchheim (Kärnten) • Hotel Burgblick, Gasteinertal (Salzburger Land)

Bewertung (0 voll mies – 10 perfekt)

Erkennbarkeit des Messestandes durch die Besucher:	●●●●●●●●
--	----------

Infrastruktur

Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt: ●●●●●●●● Abwicklung: ●●●●●●●● Parkmöglichkeit: ●●●●●●●● Einfahrt in die Halle: ●●●●●●●●
----------------------	--

Sicherheitspersonal	Freundlichkeit: ●●●●●●●●●● Kompetenz der Hallenmeister: ●●●●●●●●●● Technische Kommission/ technische Abnahme der Messestände: ●●●●●●●●●●
Messe	Attraktivität der Messe insgesamt: ●●●●●●●●●● Atmosphäre in den Messehallen: ●●●●●●●●●● Betreuung durch Messeleitung: ●●●●●●●●●● Ausstellerabend: es gibt keinen Ausstellerabend
Besucher	Quantität der Besucher: ●●●●●●●●●● Besucheraufkommen: 102.000 Besucheraufkommen: gesamt: ●●●●●●●●●● 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: ●●●●●●●●●● Entf. Hotel in der Stadt - Messe: 4 km Anbindung öffrtl. 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)
W-LAN durch Messe:	kostenpflichtig

Zusammenfassung:

Die Infa Hannover ist nach 1 Jahr nach ihrem 70-jährigen Jubiläum wieder in die Riege der „normalen“ Messen aufgenommen worden. Was einst als „Hausfrauenmesse“ gegründet wurde und jahrelang als solche auch bekannt und von manchen auch verschmäht wurde, entwickelte sich im Laufe der Jahre zu einer der am „bestlaufendsten“ Mehrbranchenmesse Deutschlands, wenn nicht sogar zur besten Verbrauchermesse Deutschlands. Im Radio auf NDR Niedersachsen sprachen die Moderatoren von der „größten Verbrauchermesse Deutschlands“! Tatsächlich kommen an den 9 Messetagen immer noch mehr als 100.000 Besucher. Doch was im Vorjahr „super“ besucht war, muss nicht ein Jahr später wieder super besucht sein. So erging es nämlich der Infa in diesem Jahr. Ich persönlich hatte mir mehr Besucher versprochen! Es waren statt 114.000 vom Vorjahr in diesem Jahr nämlich nur 102.000 Besucher. Ein Rückgang, der vor allem an den Tagen Dienstag, Mittwoch und Donnerstag spürbar war.

In den 6 Messehallen zu den Themen (Markthalle, Wohnen, Lebensart, Bauen, Beauty & Wellness, Bauen, Basar der Nationen, Christmas, Kreativ, Kinder und Essen & Trinken wird normalerweise gekauft, was das Zeug hält. Kaum ein Gast geht hier normalerweise ohne volle Taschen wieder raus!

Aber in diesem Jahr, so habe ich subjektiv festgestellt, war nicht nur der Besucheransturm so hoch wie im Vorjahr, sondern

auch das Konsumverhalten. Das ging deutlich zurück. Das war deutlich zu sehen an den umliegenden Messeständen. Aber im Großen und Ganzen sind die Händler trotzdem alle zufrieden. Aber wie zufrieden, das wird man dann im kommenden Jahr sehen, ob sie als Aussteller wiederkommen! Es ist aber trotzdem der Wahnsinn, was diese Infa Messe die Massen in Hannover bewegt. Die Infa hat einen echten Stellenwert in Hannover!

Trotz aller Konsumzurückhaltung hatten wir von ALPenjoy Tourismusmarketing unseren Urlaubs-Messestand mitten im Geschehen! Und der Messestand fand wie immer guten Anklang. Es sind zwar auch viele Menschen vorbei gegangen und schenken dem Messestand keine Beachtung, doch das ist auf einer Verbrauchermesse durchaus normal. Es hat ja schließlich auch nicht jeder Messebesucher auf einer Verbrauchermesse Lust, Zeit und Geld auf oder für Urlaub. Hierbei muss betont werden: Die Infa ist keine Reisemesse! Die Reisemesse in Hannover findet erst im Februar statt. Dort sind wir übrigens auch mit unserem Messestand.

Trotz dieser Exotik unseres Messestandes auf der Infa hatten wir mit den Interessierten gute Gespräche. Und das ist genau das, was wir erreichen wollten. Wir müssen nicht 10.000 Flyer oder Prospekte verteilen, sondern wir wünschen uns gute, zielführende Gespräche, die im Nachgang Buchungsabschlüsse bringen. Und das haben wir erreicht. Zumindest habe ich an den Tagen, an denen ich vor Ort war, intensive Gespräche geführt, die sicherlich zu Buchungen führen.

Vor Ort im Deutschland-Bereich war an 4 von 9 Tagen (jeweils Samstag + Sonntag) eine Mitarbeiterin des Hotel Villa Heine in Halberstadt, die mit dem Verlauf zufrieden ist. Gekonnt und geschickt mit attraktiven Messeangeboten konnten hier mit Sicherheit Buchungen akquiriert werden. Auch der Messe-Flyer des relexa hotels Harz-Wald in Braunlage im Harz fand bei den Urlaubsinteressierten einen guten Anklang und Absatz. Wir sind gespannt auf das Ergebnis, wie viele Interessierte auf den QR-Code geklickt haben. Aber auch die Prospekte der anderen Partner des Deutschland-Bereichs, nämlich Ostseefjord Schlei (Schleswig-Holstein), Ostseebad Boltenhagen (Mecklenburg-Vorpommern), Kurzentrum Waren an der Müritz (Mecklenburg-Vorpommern), Touristikverband Landkreis Rotenburg/Wümme (Niedersachsen), Moselstern Hotels (Rheinland-Pfalz) und Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ (Franken, Bayern) waren sehr gefragt und wurden mitgenommen. Die Moselstern Prospekte mit ihren Arrangements fanden einen guten Anklang mit dem Winterwellness-Programm.

Hingucker Renner am Deutschland-Stand war auch wieder die große Deutschland-Karte im Hintergrund, die auch als Poster verkauft wurde. Das Deutschland-Quiz hingegen stand mehr im Hintergrund.

Und es drehte sich unentwegt das Glücksrad. Dort konnten wertvolle Wertgutscheine „erdreht“ werden, die später bei einer Buchung in den Hotels auf alpenjoy.de auf Anfrage eingelöst werden könnten.

Um die Ecke befand sich der Bereich „Urlaub in den Alpen“. Hier präsentierten wir Hotels aus Österreich und Südtirol. Hier befand sich auch der Verkauf von Alpen-Spezialitäten, was gut zusammenpasste. Hier bedienten sich die Alpen-Interessierten gezielt. Von jedem unserer Hotelpartner konnten wir an den 9 Tagen mit unseren Glücksrad-Gutscheinen ca. 1.000 Messe-Flyer verteilen.

Gesamturteil:



Im nächsten Jahr wieder dabei?

Noch nicht sicher. Das wird von der Platzierung abhängig gemacht.