

BEWERTUNG MESSE FREIZEIT NÜRNBERG 2026

Dauer:	Mittwoch, 04.03. – Sonntag, 08.03.2026
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr
ALPenjoy-Messestand:	ALPenjoy hatte auf der Freizeitmesse zwei Messestände „Urlaub in den Alpen“ (jeweils als Kopfstand mit 3 offenen Seiten, 12m x 3m) Halle 6, Stand B40 + B45
Standbetreuung:	Ingo Diesch, Gül, Laurina
Aussteller am ALPenjoy-Messestand:	<u>Exklusiver Prospekt-Counter:</u> • Tourismusverband Rauris (Salzburger Land) • Hotel Burgstall, Neustift im Stubaital (Tirol) • Hotel Alpina, Pettneu am Arlberg (Tirol) • Hotel Pettneuerhof, Pettneu am Arlberg (Tirol) • Boutiquehotel Pete, St. Anton am Arlberg (Tirol) <u>Prospektaufgaben:</u> • Alfaierhof & Bergheimat, Gschnitztal (Tirol) • Hotel Wirlerhof, Galtür (Tirol) • Huber Hotels, Paznaun und Landeck (Tirol) • Hotel Sunshine Superior, Kappl (Tirol) • Hotel Magdalena, Ried im Zillertal (Tirol) • Hotel Der Lärchenhof, Erpfendorf (Tirol) • Hotel Tyrol Söll am Wilden Kaiser (Tirol) • Tourismusverband Kufsteinerland (Tirol) • Tourismusverein Algund, Meraner Land (Südtirol) • Naturhotel Rainer, Ratschings (Südtirol) • Hotel Bei Martins, Vinschgau (Südtirol) • Hotel Pension Sonnenhof, Meransen (Südtirol) • Hotel Gschwangut, Lana (Meraner Land/ Südtirol) • Hotel & Residence Traubenheim, Nals (Meraner Land/ Südtirol) • Tourismusverband Rauris (Salzburger Land) • Tourismusverband Viehhofen (Salzburger Land) • Hotel Burgblick, Dorfgastein (Salzburger Land) • Hotel Kolmhof, Bad Kleinkirchheim (Kärnten) • Alpenpromotion – Alpen Motorrad Hotels • Alpenpromotion – Alpen Skiurlaub
Platzierungen der Messestände:	Innengang in der Halle 6 gegenüber Achensee und Almliesl
Erkennbarkeit des Messestandes durch die Besucher:	●●●●●●●●●●

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

Aufbaufreundlichkeit

Anfahrt:

●●●●●●●●●●

Abwicklung:

●●●●●●●●●●

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

Aufbaufreundlichkeit	Parkmöglichkeit direkt an der Messehalle:	●●●●●●●●●● (aber sehr teuer, 400 Euro pro Parkplatz!)
	Einfahrt in die Halle:	●●●●●●●●●●
Sicherheitspersonal	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz:	●●●●●●●●●●
Messehalle 6:	Multifunktionshalle/ Veranstaltungshalle	
	Alter:	ca. 40 Jahre
	Größe:	20.000 qm
	Technik:	●●●●●●●●●●
	Attraktivität:	●●●●●●●●●●
Messe	Tradition:	●●●●●●●●●●
	Attraktivität der Messe	insgesamt: ●●●●●●●●●●
	Attraktivität der Messestände	der deutschen Mitbewerber: ●●●●●●●●●●
	Besucheraufkommen:	●●●●●●●●●●
	Betreuung durch Messeleitung:	●●●●●●●●●●
	Ausstellerabend:	gibt es nicht
Hotels an der Messe	Verfügbarkeit	●●●●●●●●●●
	Unser Tipp:	arvena Messe Hotel
	Entfernung Messehotel - Messe	100m (gegenüber!)
	Entfernung Messehotel - City:	5 km
	Anbindung öffntl. Verkehrsmittel:	●●●●●●●●●●
	Preisniveau	Preis-/ Leistungsverhältnis: ●●●●●●●●●●
	In der City befindet sich allerdings eine Vielzahl guter und moderner Hotels, von denen die Messe super mit der U-Bahn erreicht wird. Hotelbuchung gerne über diesen Link vornehmen: hier klicken	
Attraktivität der Messestadt und Umgebung:	Kultur:	●●●●●●●●●●
	Nachtleben:	●●●●●●●●●●
	Restaurant-Tipp:	Sehr viele und gute Restaurants in der City

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

Standfläche:	●●●●●●●●●●
Gastro:	●●●●●●●●●●
W-LAN auf der Messe gegen Gebühr:	●●●●●●●●●●

Besucher: (0 voll mies – 10 perfekt)

Qualität der Besucher:	●●●●●●●●●●
Quantität der Besucher:	●●●●●●●●●●

Besucher: (0 voll mies – 10 perfekt)

Gesprächsbereitschaft der Besucher: ●●●●●●●●●●

Angebe von Kontaktdaten durch Besucher: ●●●●●●●●●●

Resonanz auf Prospekte: bei Prospektauflage ●●●●●●●●●●
bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren ●●●●●●●●●●

Bemerkungen – meine Meinung zur Messe:

Die Reise- und Freizeitmesse ist in folgende Themenbereiche aufgeteilt:

- Halle 6 - Touristik
- Halle 7 + 7a - Caravaning
- Halle 7 - Aktiv & Outdoor + Allride (alles ums Radfahren)
- Halle 8 - Kulinarium
- Messe-Park – Foodtruck Park
- Halle 9 - Inviva – was das Leben bewegt
- Halle 9 - Haus & Garten
- Halle 10 - Sport

Die Messe „Freizeit Touristik & Garten 2026“ konnte das Besucherinteresse des Vorjahres nicht mehr erreichen. Aufgrund des in der Woche in Nürnberg herrschenden guten Frühlingswetters mit Temperaturen von 15-20 Grad, kamen viel weniger Besucher auf die Messe als im Vorjahr. Hier die Verteilung der Besucher auf den Tag nach Uhrzeiten:

10 Uhr – 11 Uhr:	●●●●●●●●●●
11 Uhr – 12 Uhr:	●●●●●●●●●●
12 Uhr – 13 Uhr:	●●●●●●●●●●
13 Uhr – 14 Uhr:	●●●●●●●●●●
14 Uhr – 15 Uhr:	●●●●●●●●●●
15 Uhr – 16 Uhr:	●●●●●●●●●●
16 Uhr – 17 Uhr:	●●●●●●●●●●
17 Uhr – 18 Uhr:	●●●●●●●●●●

An den Wochentagen Mittwoch bis Freitag war das Interesse zwar nicht schlecht, aber trotzdem nicht so wie erhofft. Die Besucher im Alter 50+ beherrschten natürlich das Bild, was den Kundengesprächen sehr nützlich war. Alle 3 Wochentage waren jedoch noch zufriedenstellend, weil das Interesse der Besucher gut war. Es war zwar nicht die Menge, jedoch die gute Qualität an Gesprächen, die in diesem Jahr vorherrschte. Und zwar nicht nur oberflächliche, sondern wirkliche zielführende Beratungsgespräche über Unterkünfte in den Zielgebieten bei uns an den beiden Messeständen kamen zustande. Aus diesen Gesprächen entwickeln sich oder haben sich vielleicht auch schon Buchungen ergeben. Die beiden, sich gegenüberliegenden Messestände „Urlaub in den Alpen“ von ALPenjoy Tourismusmarketing waren an allen Tagen gut bis sehr gut besucht. Am starken Innengang der Touristikhalle 6 positioniert, stachen die beiden Messestände mit großen und hell beleuchteten Pilxip-Messewänden, einer großen Alpen-Karte und einer Almhütte hervor, so dass sich schnell nach Messebeginn regelmäßig Menschen vor die Karte begaben, um sich zu informieren. Natürlich kamen rasch gute Gespräche zustande und die Prospekte gingen gleich von Beginn an hervorragend weg. Frequenzbringer und Magnet war auch wie immer das Glücksrad an einem der beiden Stände, an dem es Wertgutscheine zu gewinnen gab.

Mittwoch bis Freitag „Klasse statt Masse“, Samstag und Sonntag beides! 😊

Die Besucher am Wochenende zeigten ebenfalls ein großes Buchungsinteresse mit teilweise sehr konkretem Reiseziel. Da aber an den Wochenenden die Familien dominierten, veränderte sich dahingehend auch das Interesse in Richtung Ferienwohnungen und Ferienhäusern. Die Campingnachfrage hielt sich relativ in Grenzen, was uns mit dem überwiegenden Hotelangebot sehr gelegen war. Erwähnenswert ist, dass bei Hundehaltern alles dem Hund untergeordnet ist. Es wird gefragt,

wo man mit Hund hinfahren kann. Dabei spielt das Zielgebiet oftmals keine Rolle. Aufgefallen ist mir, dass irgendwie jeder Urlaub einem Thema zugeordnet wird. Wellness, Wandern, Rad, Hund, Familie. Und die Regionen und Hotels sind dabei austauschbar. Und weil das Urlaubsverhalten vieler Messebesucher auch oft sehr von Spontanität geprägt ist, kann im Prinzip jeder verteilte Prospekt ein Volltreffer werden. Außerdem verreisen viele Menschen mehrmals im Jahr. Bis auf wenige Reste haben wir alle Prospekte, die wir uns vornahmen, in Nürnberg zu verteilen, auch tatsächlich verteilt. Die übrig gebliebenen Prospekte gehen direkt nach Friedrichshafen auf die IBO (Internationale Bodensee Messe), die am 18. März beginnt.

Die Freizeitmesse 2026 gefiel mir trotz des Besucherrückgangs, der ja mit dem guten Wetter zu tun hatte, sehr gut und eine Beteiligung im kommenden Jahr ist wieder geplant.

Gesamturteil:



Im kommenden Jahr wieder dabei? Ja.