

BEWERTUNG MESSE FREIZEIT NÜRNBERG 2026

Dauer:	Mittwoch, 04.03. – Sonntag, 08.03.2026
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr
ALPenjoy-Messestand	„Urlaub in Deutschland“ (Eckstand mit 2 offenen Seiten, 9m x 3m) Halle 6, Stand A46
Standbetreuung:	Ingo Diesch, Mehmet Birgin
Aussteller am ALPenjoy-Messestand:	<u>Exklusiver Bereich:</u> 1. Bier und Wohlfühlhotel Gut Riedelsbach (Bayerischer Wald) <u>Prospektauflage:</u> - Gemeinde Westoverledingen, Ostfriesland (Niedersachsen) - Nordseeheilbad Cuxhaven (Nordsee, Niedersachsen) - Ostseebad Boltenhagen, Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern) - Tourismus und Kur GmbH Graal-Müritz, Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern) - Kurverwaltung Ostseebad Göhren, Rügen, Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern) - Haveltourist, Mecklenburger Seenplatte (Mecklenburg-Vorpommern) - Kurzentrum Waren an der Müritz, Mecklenburger Seenplatte (Mecklenburg-Vorpommern) - Moselstern Hotels (Rheinland-Pfalz), Ferienland Cochem an der Mosel (Rheinland-Pfalz) - Urlaub auf dem Bauernhof in der Region Chiemsee-Wendelstein, Oberbayern (Bayern) - HP Touristik – Ferienwohnungen in ganz Deutschland
Platzierung des Messestandes:	Außengang der Halle 6 gegenüber Ostsee-Appartements Heike Wongel GmbH und Nordsee-Jever Pilsener Stand (gute Stimmung!)
Erkennbarkeit durch die Besucher:	●●●●●●●●●●

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt:	●●●●●●●●●●
	Abwicklung:	●●●●●●●●●●
	Parkmöglichkeit:	●●●●●●●●●● (aber sehr teuer, 400 Euro pro Parkplatz!)
	Einfahrt in die Halle:	●●●●●●●●●●
Sicherheitspersonal	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz:	●●●●●●●●●●

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

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 öfftl. 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: ●●●●●●●●●●

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

Angabe von Kontaktdaten durch Besucher: ●●●●●●●●●●

Resonanz auf Prospekte:

bei Prospektauflage

bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren

●●●●●●●●●●

●●●●●●●●●●

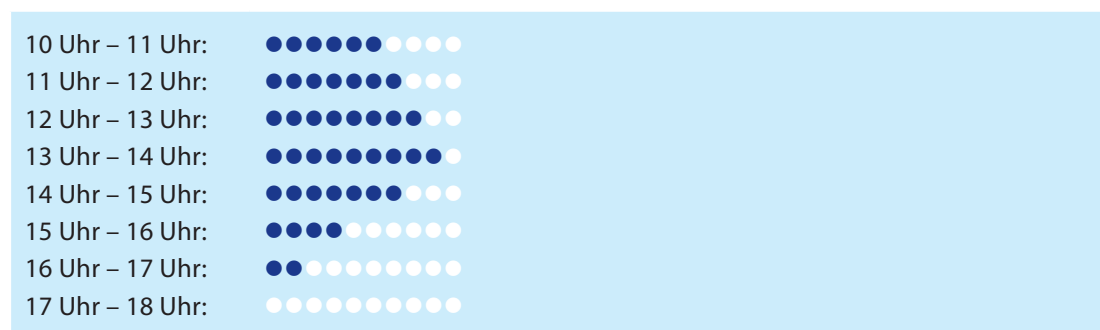
(weil sehr speziell – Bierhotel!)

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:



An den Wochentagen Mittwoch bis Freitag war das Interesse zwar nicht ganz 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 am Messestand kamen zustande. Aus diesen Gesprächen entwickeln sich oder haben sich vielleicht auch schon Buchungen ergeben. Die überwiegend norddeutschen Regionen kommen in Nürnberg traditionell ja schon seit Jahren immer sehr gut an. Der Messestand „Urlaub in Deutschland“ von ALPenjoy Tourismusmarketing war an allen Tagen sehr gut besucht. Am Außengang der Touristikhalle 6 positioniert, stach der Messestand mit seiner großen und hell beleuchteten Deutschland-Karte 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. Gefragt wurden Hotels und Regionen zum Radfahren. Unsere ausgestellten Regionen konnten das Gott sei Dank alles gut erfüllen. Dass das Thema Camping nach wie vor eine dominierende Rolle spielt, muss hier nicht weiter ausgeführt werden. Wir haben uns entsprechend vorbereitet und auf jeden Aufsteller den Vermerk „Auch Camping“ mit draufgeschrieben!

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

Die Besucher am Wochenende zeigten ebenfalls ein großes Buchungsinteresse mit konkretem Reiseziel. Da aber an den Wochenenden die Familien dominierten, veränderte sich dahingehend auch das Interesse in Richtung Ferienwohnungen und Ferienhäusern. Die Campingnachfrage war gleichbleibend hoch zu den Wochentagen. Erwähnenswert ist, dass bei Hundehaltern alles dem Hund untergeordnet ist. Es wird gefragt, wo man mit Hund hinfahren kann. Dabei spielt das Zielgebiet oftmals gar keine Rolle. 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. Dass die Prospekte von Westoverledingen (Ostfriesland) gut zum Nordseeheilbad Cuxhaven passen, weil beide von der Nordsee geprägt sind, versteht sich von selbst. Oder Interessierte, die nach Mecklenburg-Vorpommern an die Ostsee fahren möchten, nehmen natürlich die Prospekte von Göhren auf Rügen, von Graal-Müritz und auch von Boltenhagen mit. Camper freuten sich über die Prospekte der Haveltourist GmbH. Und dass es ein Gesundheitshotel aus Waren an der Müritz

in Nürnberg nicht unbedingt leicht haben wird, weil das Produkt ja auch nicht unbedingt die breite Masse anspricht, das wussten wir vorher! Und was wir auch wussten: Dass die Prospekte von den Moselstern Hotels und vom Urlaub auf dem Bauernhof in der Region Chiemsee-Wendelstein in Oberbayern der Renner werden würden. Bis auf wenige Reste haben wir alle Prospekte in Nürnberg 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.