

CMT erweist sich erneut als „Stimmungsaufheller“

21.01.2024

Über 234.000 Menschen besuchten die Urlaubsmesse / Ausstellende berichten von interessanten Gesprächen sowie von Verkäufen und Buchungen

CMTbusiness mit rund 40 Veranstaltungen

Nichts geht über den direkten Kontakt, den persönlichen Austausch und das Vergleichen vor Ort: Das wurde auf der CMT, der weltweit größten Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit, deutlich. „Wir blicken auf eine erfolgreiche Urlaubsmesse zurück“, sagt Roland Bleinroth, Geschäftsführer der Messe Stuttgart. „Wir konnten über 234.000 Besucherinnen und Besucher auf dem Gelände begrüßen. Die Ausstellenden sind glücklich: Sie berichten von qualitativ hochwertigen Gesprächen und konnten Reisen und Fahrzeuge verkaufen.“

Die CMT ist laut Bleinroth ein wahrer Stimmungsaufheller in der Winterzeit. Einziger Wermutstropfen: „Die Wetterverhältnisse und die Bahnstreckensperrung haben uns nicht in die Karten gespielt. Das hat der super Stimmung in den Hallen aber keinen Abbruch getan“, so der Geschäftsführer der Messe Stuttgart. Genau das beweisen auch die Zahlen einer Befragung im Rahmen der CMT. Die Urlaubsmesse erhielt hierbei die Schulnote 1,9. 96 Prozent der befragten Besucherinnen und Besucher gaben an, die Messe auch Freundinnen und Freunden sowie der Familie weiterzuempfehlen. Kein Wunder, bei einer solchen Urlaubsvielfalt mit 1.600 Ausstellenden und 1.300 Fahrzeugen. Auch das Rahmenprogramm mit Urlaubskino, Show-Einlagen und Gottesdienst ließ keine Wünsche übrig.

Erfolg für das Partnerland Philippinen und die Genusspartnerin Schwäbische Alb

Positiv blickt Daks Gonzales, Direktor Zentraleuropa des philippinischen Fremdenverkehrsamtes in Frankfurt, auf den Auftritt des Partnerlandes Philippinen zurück. „Die zahlreichen Präsentationsflächen haben es uns ermöglicht, unser Motto ‚Love the culture, love the nature, love the adventure‘ erlebbar zu machen“, sagt er. Gonzales ist sich sicher, dass nach dem erfolgreichen Auftritt auf der CMT der Inselstaat in Zukunft mehr deutsche Gäste begrüßen darf. Auch die Messeteilnahme der Genusspartnerin Schwäbische Alb war ein voller Erfolg. Laut Mike Münzing, Geschäftsführer des Schwäbischen Alb Tourismusverbandes, erfuhr die Region während der Messe eine noch nie dagewesene Resonanz und Wahrnehmung.

Lust, mit dem Freizeitfahrzeug loszuziehen, ist ungebrochen

Deutlich wurde in den Hallen auch, wie hoch das Interesse am Caravaning ist. Es wurden Fahrzeugneuheiten vorgestellt, Zubehör angeboten und die neuste Technik in der Branche präsentiert. Neu war unter anderem ein Bereich, der sich explizit dem Thema New Work widmete und Fahrzeuge präsentierte. Die Ausstellerinnen und Aussteller aus der Caravaning-Branche blicken auf interessante Gespräche zurück. „Insgesamt können wir resümieren, dass nicht nur die Quantität, sondern erfreulicherweise auch die Qualität der Gespräche zugenommen hat“, so Bernd Wuschack, Geschäftsführer Vertrieb, Marketing und Kundendienst, bei Carthago. Ähnlich positiv äußerte sich Wolfgang Speck, Vorstandsvorsitzender bei Knaus Tabbert: „Das große Interesse an unseren Freizeitfahrzeugen übertraf unsere Erwartungen. Die CMT ist ein wichtiger Indikator für uns zu Jahresbeginn.“ „Der Zuspruch an unserem Stand war sehr positiv. Wir wurden von vielen Kundinnen und Kunden angesprochen, die mit Hund verreisen“, erzählt Janina Jörissen, Standleiterin bei Dünencamping Amrum. Genau diesem Interessensgebiet widmete sich der Thementag Reisen mit Hund am 17. Januar. An verschiedenen Ständen und in Vorträgen konnten sich Frauchen und Herrchen Tipps und Tricks zum Reisen mit dem Vierbeiner holen.

Konkrete Buchungsanfragen direkt nach dem Beratungsgespräch

Dass die Reiselust der Deutschen ungebrochen ist, bestätigte die Reiseanalyse der FUR. Auch die Ausstellerinnen und Aussteller aus den Tourismushallen zeigen sich zufrieden. „Im Verlauf der CMT gingen in unserem Büro zahlreiche konkrete Buchungsanfragen ein. „Wir sind sehr zufrieden mit unserem Messeauftritt“, erzählt Inga Dockendorf. Laut der Geschäftsführerin von Island Erlebnisreisen boomt Island als Reiseziel, das Interesse auf der CMT war hoch. Auch am Stand des Europa-Parks herrschte durchweg gute Stimmung. „Wir sind hochzufrieden mit der CMT, die für uns auch 2024 eine der wichtigsten Messen bei der Endkundenansprache war“, sagt Maximilian Zwick, Marketingverantwortlicher beim Europa-Park.

Action, Golf und Erholung: Die Tochtermessen wieder ein Erfolg

Traditionell wurde die CMT wieder von ihren Tochtermessen, der Fahrrad- & WanderReisen, der Golf- & WellnessReisen sowie der Kreuzfahrt- & SchiffsReisen, begleitet. Von 13. bis 15. Januar drehte es sich in Halle 9 um Outdoor-Erlebnisse. Am Stand von Husqvarna E-Bicycles konnten sich Interessierte verschiedene E-Bikes anschauen. Andreas Rabe, Sales Representative im Unternehmen, zieht Bilanz: „Wir sind selbst zum ersten Mal auf der CMT. Die Stimmung ist sehr gut, die Besucherinnen und Besucher sind bestens informiert und fragen auch sehr speziell gewisse Themen ab.“ Die passenden Destinationen haben sich ebenfalls auf der Fahrrad- & WanderReisen präsentiert – wie zum Beispiel der Schwarzwald. „Dieses Jahr gibt es eine starke Nachfrage zu Fernwanderwegen – also wirklich mehrtägige Etappen, um auch intensiv in die Region eintauchen zu können“, erzählt Sascha Hotz, Leiter des Themenmanagements bei der Schwarzwald Tourismus GmbH. Das Schöne an der CMT sei, dass viele Besucherinnen und Besucher am Stand bekannte Gesichter sind.

Von 18. bis 21. Januar widmete sich die Halle 9 den Themen Kreuzfahrt, Golf und Wellness. Besonders der Golfbereich war dank dem Golfausstatter All4Golf, einer Driving Range und Golfreisenanbieterinnen und -anbietern wie Golf in Austria besonders gut ausgestattet. Otto Leibfritz, Präsident des Baden-Württembergischen Golfverbandes, zieht Bilanz: „Wir erlebten hier einen großartigen Relaunch dieser Golfmesse – mit Besucherströmen, wie es sie bisher nicht gab.“ Auch das Interesse am Kreuzfahrtbereich war groß. Reinhard Tanner ist Geschäftsführer bei Polaris Tours und spezialisiert auf Expeditionskreuzfahrten. „Das Publikum bestand aus Menschen, die nicht nur Kataloge einsammelten, sondern sich konkret für unsere Reisen interessierten“, berichtet er.

CMT: Treffpunkt für das Fachpublikum

Die CMT beweist auch dieses Jahr wieder, dass sie mehr ist als eine Publikumsmesse. Sie ist auch eine Plattform für Fachbesucherinnen und -besucher. Ob RadRunde, Tourismustag Baden-Württemberg oder Dolde Medien European Innovation Award: Das Fachpublikum kam dank einem erweiterten Fachbesucherprogramm auf seine Kosten. Neu in diesem Jahr war auch das CMT Business Ticket mit Zugang zur Business Lounge, einem Arbeitsplatz und weiteren Benefits. Es wurde sehr gut angenommen.

Bei all den Urlaubsinspirationen rückten zwei Themen nicht in den Hintergrund: Völkerverständigung und Nachhaltigkeit. So fand zum Beispiel ein Impulsvortrag zu nachhaltigem Wintertourismus statt, es wurde der CT-Award an Projekte verliehen, die völkerverbindend agieren, und ein Infostand fokussierte sich auf umweltfreundlichen Caravaning-Urlaub.

Die CMT 2025 findet vom 18. bis 26. Januar 2025 in Stuttgart statt.

Quelle: www.messe-stuttgart.de