

BEWERTUNG MESSE: CMT STUTTGART 2026

MESSESTAND „URLAUB IN DEN ALPEN“

Dauer:	Samstag, 17.01. – Sonntag, 25.01.2026
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr
Standbetreuung:	Barbara, Paula, Laurina, Ingo
Messestand „Urlaub in den Alpen“	Halle 4, Stand E50 Platzierung: mittig in der Halle direkt mit voller Breite an einem der Hauptgänge
Standgröße:	14m x 3m Kopfstand mit 3 offenen Seiten

Charakteristik Messestand: Ein Messestand absolut harmonisch abgestimmt und mit voller Strahlkraft dank LED-Technik. Die Unteraussteller sind hervorragend in den Messestand integriert worden. Auch der Bereich der Prospektauflagen wurde perfekt in Szene gesetzt. Das Zusammenspiel moderner Elemente mit der symbolträchtigen ALPenjoy-Almhütte ist perfekt gelungen! Der Messestand wirkte sehr harmonisch und aufgeräumt. Davon profitierten die Unteraussteller extrem und waren dafür sicherlich sehr dankbar. Am Messestand existiert für die Unteraussteller ein perfektes Kosten-Nutzen-Verhältnis mit wenig Aufwand für die Unteraussteller.

Erkennbarkeit durch die Besucher:



weil sich der Messestand direkt am Hauptgang befand.

Aussteller am Messestand:

Exklusive Prospekt-Counter:

- Pete Boutiquehotel, St. Anton am Arlberg (Tirol)
- Hotel Alpenhof, Filzmoos (Salzburger Land)
- Tourismusverband Maishofen (Salzburger Land)
- Tourismusverband Rauris (Salzburger Land)

Prospektauflagen:

- Hotel Der Lärchenhof, Erpfendorf (Tirol)
- Hotel Tyrol, Söll am Wilden Kaiser (Tirol)
- Tourismusverband Kufsteinerland (Tirol)
- Hotel Magdalena, Ried im Zillertal (Tirol)
- Alpenromantik Hotel Wirlerhof, Galtür (Tirol)
- Huber Hotels (Tirol)
- Hotel Gasthof Schwarzer Adler, Pettneu am Arlberg (Tirol)
- Hotel Sunshine Superior, Kappl (Tirol)
- Alfaierhof & Bergheimat, Gschnitztal (Tirol)
- Tourismusverband Viehhofen (Salzburger Land)
- Tourismusverband Rauris (Salzburger Land)
- Hotel Burgblick, Dorfgastein (Salzburger Land)
- Hotel Kolmhof, Bad Kleinkirchheim (Kärnten)
- Tourismusverein Ferienregion Südtirols Süden (Südtirol)
- Naturhotel Rainer, Jaufental (Südtirol)
- Naturhotel Lüsnerhof, Lusen (Südtirol)
- Hotel Gschwangut, Lana (Südtirol)
- Hotel Bei Martin's, Morter (Südtirol)
- Hotel Traubenheim, Nals (Südtirol)

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

Bemerkungen:

Stimmungsbarometer sehr positiv! So lautet mein Fazit zur CMT 2026. Es besuchten über 268.000 (+8.000 gegenüber dem Vorjahr!) glückliche Messegäste die weltweit größte Publikumsmesse für Tourismus und die anwesenden Aussteller berichteten von interessanten und erfolgsversprechenden Gesprächen sowie von Verkaufsabschlüssen und Buchungen. Das kann ich für mich und mein Team ebenfalls bestätigen. Die Buchungsanfragen noch während der Messe gingen über unser Portal alpenjoy.de ein!

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 bereits vergünstigte Online-Tickets. Die Social-Media Abteilung der CMT arbeitete wie immer auf Hochtouren, startete permanent Online-Kampagnen, postete ständig und kündigte die weltgrößte Urlaubsmesse dem breiten Publikum an. Auf der Hinfahrt nach Stuttgart hörte man im SWR auch ständig die Rundfunkwerbung für die CMT.

Auch wir von ALPenjoy haben im Vorfeld und während der Messe die uns zugesprochenen 100 Freitickets an potenzielle Besucher aus dem Großraum Stuttgart verschickt. Besucher aus allen Teilen Deutschlands zog es teilweise mehrere Tage in die schwäbische Metropole. Es sind die Camper und Caravaner, die teilweise 2 bis 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. Und das macht sich natürlich auch bei der Struktur der Besucher bemerkbar. So kann man tatsächlich auch feststellen, dass ca. 2/3 der Besucher Interesse am Camping haben. Bei knapp 270.000 Besuchern sind das ca. 180.000 Besucher. Auf der anderen Seite sagt das aber auch aus, dass sich rund 90.000 Besucher für den klassischen Bettentourismus interessieren. Nimmt man jetzt noch die „hybriden“ Reisenden hinzu, d.h. diejenigen, die sowohl als auch urlauben – also Campingurlaub machen und zusätzlich auch in klassischen Unterkünften buchen – dann kommt man locker auf knapp 100.000 Messebesucher, die dem Thema „klassischer Urlaub“ im Hotel, in der Ferienwohnung und im Bed & Breakfast zugeordnet werden können.

Obwohl der Bereich des klassischen Tourismus seit Jahren in Stuttgart auf der CMT stagniert, so ist es den Veranstaltern jedoch wieder gelungen, die Hallen 4, 6 und 9 mit Ausstellern aus diesem Bereich zu belegen. In Halle 4 ist mit wenigen Ausnahmen der Internationale Tourismus mit den Fernreisezielen, aber auch ein paar deutschen Ausstellern zu finden. In Halle 6 tummeln sich fast alle nationalen Aussteller. 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. Der Messestand von ALPenjoy Tourismusmarketing zum Thema „Urlaub in den Alpen“ war in der Halle 4 aufgebaut. Hierzu muss erwähnt werden, dass die Aufplanung der Halle 4 halbwegs einem Schachbrettmuster ähnelt, weil natürlich viele Aussteller einen Kopf- oder Blockstand gebucht haben und sich somit ein solches Schachbrettmuster ganz automatisch ergibt. Geht man jetzt davon aus, dass die Messeleitung in den Hallen immer ein paar Hauptgänge einbaut, an denen man sich als Besucher orientieren kann, ergeben sich dadurch natürlich auch immer entsprechende Nebengänge/Zwischengänge.

Der ALPenjoy Messestand befand sich glücklicherweise direkt in voller Breite an einem dieser Hauptgänge. Siehe Hallenplan. Somit ergab sich von Messebeginn an bis zum Messeende täglich von morgens bis abends eine sehr starke Frequentierung. Es gab niemals Stillstand oder schwächere Zeiten. Den ganzen Tag über war es hier brechend voll. Und das 9 Tage lang! Der Messestand „Urlaub in den Alpen“ war wie erwartet ein starker Anlaufpunkt in der Messehalle 4. Mit seiner Spezialitätenecke (Käse, Speck, Kaminwurzeln, Vinschgauer), dem attraktiven Urlaubsgewinnrad und seinen charmanten Damen, die das Gewinnspiel begleiteten, sowie den Partnerbetrieben aus Österreich war der Stand ein absolutes Zugpferd. Im Mittelpunkt dazu stand als Symbol die ALPenjoy-Almhütte – seit Jahren bekanntes Markenzeichen der Marke alpenjoy.de! Die Hütte ist auch immer ein aussagekräftiges Statement und überzeugendes Signal für die Messebesucher, dass es an diesem Stand etwas Besonderes gab. Und das waren die Spezialitäten und die Hotelinformationen nebst ihren Angeboten!

Bereits schon vor 10 Uhr trafen die ersten Besucher am Messestand in der Halle 4 ein. Viele Messebesucher kauften Käse und die anderen Spezialitäten und drehten am Gewinnrad. An diesem Rad entstanden schnell sogar Warteschlangen, weil sich viele Alpen-Interessierte diesen wertvollen, bis zu 120 Euro Wertgutscheine sichern wollten. Durch das Überreichen der Gutscheine kamen jeweils hervorragende Gespräche mit den interessierten Messebesuchern zustande. Sofort fielen dann Begriffe von

Regionen und Hotels bzw. es wurde durch uns auf die passenden Hotels aufmerksam gemacht. Es wurden stets richtig gute Unterhaltungen draus.

Das touristische Angebot auf unseren Prospekt-Countern umfasste folgende Partner:

- Hotel Der Lärchenhof, Erpfendorf (Tirol)
- Hotel Tyrol, Söll am Wilden Kaiser (Tirol)
- Tourismusverband Kufsteinerland (Tirol)
- Hotel Magdalena, Ried im Zillertal (Tirol)
- Alpenromantik Hotel Wirlerhof, Galtür (Tirol)
- Huber Hotels (Tirol)
- Hotel Gasthof Schwarzer Adler, Pettneu am Arlberg (Tirol)
- Hotel Sunshine Superior, Kappl (Tirol)
- Alfaierhof & Bergheimat, Gschnitztal (Tirol)
- Tourismusverband Viehhofen (Salzburger Land)
- Tourismusverband Rauris (Salzburger Land)
- Hotel Burgblick, Dorfgastein (Salzburger Land)
- Hotel Kolmhof, Bad Kleinkirchheim (Kärnten)
- Tourismusverein Ferienregion Südtirols Süden (Südtirol)
- Naturhotel Rainer, Jaufental (Südtirol)
- Naturhotel Lüsnerhof, Lüssen (Südtirol)
- Hotel Gschwangut, Lana (Südtirol)
- Hotel Bei Martin's, Morter (Südtirol)
- Hotel Traubenheim, Nals (Südtirol)

Groß war das Interesse an allen Prospekten! Unsere Partner, die persönlich jeweils an einem exklusiven Prospekt-Counter inklusive LED-Wand anwesend waren – das waren das Hotel Alpenhof aus Filzmoos (Salzburger Land), das Pete Boutiquehotel aus St. Anton am Arlberg sowie die beiden Tourismusverbände Maishofen und Raurisertal aus dem Salzburger Land - erfreuten sich den ganzen Tag an sehr vielen Kundengesprächen einschließlich Buchungen. Auch der Kollege von den Huber Hotels aus Tirol, der sich mit wenig Platz zufriedengab, führte den ganzen Tag zielführende Gespräche. Alle weiteren Partner wurden durch uns bestens vertreten. Die von uns produzierten A4 Aufsteller mit buchungsfördernden Angeboten führten zu den erhofften Buchungen! Für einige Betriebe hatten wir gezielte Winterangebote platziert, die Mitte Januar naturgemäß noch auf Interesse stoßen. Ich bin überzeugt, die Messe hat den Betrieben neue Gäste beschert. Auch die Partner der Tourismusverbände und -vereine profitierten ebenso vom extrem hohen Zulauf. Die Lage und die Attraktivität des ALPenjoy-Messestandes auf der CMT sprechen für sich! So kann es gerne in den nächsten Jahren weitergehen!

Gesamturteil der Messe:



Wieder dabei sein im kommenden Jahr?

Auf jeden Fall ja!

