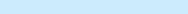


# **BEWERTUNG MESSE: CMT STUTTGART 2026 MESSESTAND „URLAUB IN DEUTSCHLAND“**

Dauer:	Samstag, 17.01. – Sonntag, 25.01.2026
Öffnungszeiten:	täglich 10 bis 18 Uhr
Standbetreuung:	Benjamin, Ingo
Messestand „Urlaub in Deutschland“	Halle 6, Stand D01 Platzierung: mittig in der Halle, mit der Seite an einem der Hauptgänge
Standgröße:	10m x 3m Eckstand mit 2 offenen Seiten
<b>Charakteristik Messestand:</b>	Durch das Coffee-Bike auf der linken Seite, dem Eis-Stand auf der rechten Seite und der 4m langen Prospekt-Theke inklusive Beratungspersonal, wirkte der gesamte Stand einladen, vielseitig und trotz der beiden Verkaufsstände links und rechts harmonisch und in sich stimmig. Der Bereich der Prospektauflagen – und das ist wichtig – wirkte sehr aufgeräumt und übersichtlich dargestellt.
Erkennbarkeit durch die Besucher:	●●●●●●●●●●
Aussteller am Messestand:	<p><b>Prospektauflagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ostseebad Boltenhagen (Ostsee/ Mecklenburg-Vorpommern)</li> <li>• Haveltourist (Mecklenburger Seenplatte)</li> <li>• Kurzentrum Waren an der Müritz (Mecklenburger Seenplatte)</li> <li>• Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel (Brandenburg)</li> <li>• Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. (Brandenburg/ Sachsen)</li> <li>• Westoverledingen (Ostfriesland)</li> <li>• Touristikverband Landkreis Rotenburg/ Wümme (Elbe-Weser-Nordsee-Heide)</li> <li>• relexa hotel Harz-Wald, Braunlage im Harz (Niedersachsen)</li> <li>• Hotel Villa Heine, Halberstadt (Sachsen-Anhalt)</li> <li>• Moselstern Hotels (Ferienland Cochem an der Mosel)</li> <li>• Allgäuer Seenland Tourismus (Allgäu)</li> <li>• HP-Touristik (Ferienwohnungen in ganz Deutschland)</li> </ul>

### **Infrastruktur:** (0 voll mies – 10 perfekt)

Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt: Abwicklung: Parkmöglichkeit: Einfahrt in die Halle:	
Sicherheitspersonal	Freundlichkeit: Kompetenz:	
Messehallen	Alter: Größe: Technik: Attraktivität:	ca. 20 Jahre 80.000 qm Gesamteindruck:  Gesamteindruck: 

## **Infrastruktur:** (0 voll mies – 10 perfekt)

Messe	<b>Tradition:</b> <b>Attraktivität der Messe:</b> <b>Attraktivität der Messestände:</b> <b>Besucheraufkommen:</b> <b>Betreuung durch Messeleitung:</b> <b>Ausstellerabend:</b>	<b>insgesamt:</b> <b>der deutschen Mitbewerber:</b>
Hotels an der Messe	<b>Verfügbarkeit:</b> <b>Entfernung Hotel - Messe:</b> ca. 100 - 500m <b>S-Bahnverbindung:</b> <b>Preisniveau Hotels:</b>	<b>Preis-/ Leistungsverhältnis:</b>
Attraktivität der Messestadt und Umgebung:	<b>Kultur:</b> <b>Nachtleben:</b> <b>Restaurant-Tipp:</b> -	

## **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 auch für unseren Messestand „Urlaub in Deutschland“ bestätigen.

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 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 „Urlaub in Deutschland“ befand sich in absoluter Toplage am Hauptgang der Halle 6, direkt am Kopf der Messehalle. Siehe Hallenplan. Im Vorjahr noch mitten in der Halle zwischen den riesigen Messeständen gestanden, befand sich der Messestand in diesem Jahr in Premiumlage – unübersehbar! Davon profitierten auch die beiden Kollegen vom Coffee-Bike und vom Eis. Die beleuchtete 3m hohe Deutschland-Karte in der Mitte als aussagekräftiges Statement für den Messestand diente und überzeugte als Signal für die Messebesucher, dass es an diesem Stand etwas Besonderes gab. Und das war nicht nur der beste Kaffee der Messe und leckeres Eis, sondern auch Tourismusinformationen vom hohen Norden (Ostsee und Nordsee) bis in den tiefen Süden (Allgäu).

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

- Ostseebad Boltenhagen (Ostsee/ Mecklenburg-Vorpommern)
- Haveltourist (Mecklenburger Seenplatte)
- Kurzentrum Waren an der Müritz (Mecklenburger Seenplatte)
- Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel (Brandenburg)
- Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. (Brandenburg/ Sachsen)
- Westoverledingen (Ostfriesland)
- Touristikverband Landkreis Rotenburg/ Wümme (Elbe-Weser-Nordsee-Heide)
- relexa hotel Harz-Wald, Braunlage im Harz (Niedersachsen)
- Hotel Villa Heine, Halberstadt (Sachsen-Anhalt)
- Moselstern Hotels (Ferienland Cochem an der Mosel)
- Allgäuer Seenland Tourismus (Allgäu)
- HP-Touristik (Ferienwohnungen in ganz Deutschland)

Immer erst gegen 10:30 Uhr trafen die Besucher am Messestand in der Halle 6 ein, was an der Position der Messehalle 6 innerhalb des Messegeländes lag. Das ist aber seit Jahren schon so, denn sowohl vom Eingang Ost als auch vom Eingang West dauert es immer ein wenig, bis man sich zur Halle 6 vorgekämpft hat. Es ist anzunehmen, dass die Messebesucher, die bereits um 10:30 Uhr in der Halle sind, genau wegen der Halle 6 so früh in der Halle sind. Die große Deutschland-Karte mittig platziert war wie erwartet der Mittelpunkt des Standes. Von weitem bereits gut erkennbar näherten sich ständig viele Besucher und verfolgten den Inhalt der Deutschland-Karte.

## **Übrigens: Wer die große Deutschland-Karte noch nicht kennt, [bitte hier klicken und schauen!](#)**

Viele Messebesucher kauften sich sogar auch ein gedrucktes Exemplar zum MesseSpezialpreis! Durch das Anschauen der Karte kamen dann hervorragende Gespräche mit den deutschland-interessierten Messebesuchern zustande. Sofort fielen dann Begriffe von Regionen und es wurden stets richtige gute Unterhaltungen draus.

Groß war das Interesse wieder an den Prospekten unserer norddeutschen Partner. Diese Prospekte gingen komplett weg. Allein von Boltenhagen gingen dieses Jahr 500 Gastgeberverzeichnisse an den 9 Messestagen weg. Als Orientierungshilfe für die Messebesucher erstellten wir im Vorlauf der Messe attraktive A4 Aufsteller, die hinter den Prospekten platziert wurden. Und weil wir uns ja stets vor jeder Messe Gedanken hinsichtlich der Besucherstruktur machen, haben wir diese A4 Aufsteller mit einem wichtigen Hinweis versehen: „**Auch Camping!**“ Das zog natürlich die Blicke der Camper auf sich, die sich natürlich ebenso zuhause in den Touristikhallen aufhielten! Das Konzept ging voll auf und die Kataloge wurden sowohl von klassischen Urlaubern als auch von Campern mitgenommen und es gab auch keine Fragen mehr „Haben Sie was für Camping?“.

Dementsprechend stießen auch die Prospekte der Haveltourist GmbH & Co. KG auf riesiges Interesse. Die 800 Prospekte von Haveltourist, die wir mitgenommen haben, waren am Sonntagabend alle vergriffen. Auch die kleinen Camping Prospekte vom ostfriesischen Comfort-Camping in Westoverledingen gingen ebenfalls sehr gut weg, obwohl sie mit DIN lang recht unauffällig zwischen den großen Prospekten lagen. Erst einmal ins Gespräch gekommen mit den Urlaubern, gibt man dann selbstverständlich dann auch gleich den A4 Prospekt von Westoverledingen im Südlichen Ostfriesland mit. Interesse durch den von uns erstellten A4 Aufsteller erzeugten ebenfalls die Prospekte vom Tourismusverband Lausitzer Seenland und von Brandenburg an der Havel. Und mit den Radprospekten der beiden vorgenannten Regionen trafen wir eh den Nagel voll auf den Kopf. Ebenfalls Neugierde weckten die norddeutschen Radprospekte „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“, „Wümme Radweg“, „Mönchsweg“, „Von Hamburg nach Bremen“ sowie die Rennradtouren durch den Landkreis Rotenburg/Wümme. Wobei man aber sagen muss, dass die Region des Touristikverbands Landkreis Rotenburg/Wümme im Elbe-Weser Dreieck und in der Nähe der Nordsee und der Lüneburger Heide den meisten Messebesuchern eher noch unbekannt ist. Aber das ändert sich langsam, denn bereits in den Vorjahren hatten wir die Prospekte dabei und einige Messebesucher kannten dann auch schon den Landkreis ROW. Das dicke und hochwertig erscheinende Magazin „nordwärts“ ist an den 9 Messestagen tatsächlich 300x mitgenommen worden. Wobei sich aber über die Region Rotenburg/Wümme die interessantesten Gespräche entwickelten, denn mit den Nordpfaden kann die Destination mittlerweile eine Vielzahl an interessanten Wanderrundtouren vorweisen, die es in dieser Qualität und Fülle in Norddeutschland wohl nur noch im Harz gibt. Und weil die Nordpfade im Kreis Rotenburg/Wümme Bestandteil des Deutschland-Quiz Fragebogens sind, kamen automatisch sowieso immer wieder Gespräche zustande. Hier muss man ganz klar sagen: Diejenigen, die sich ein Magazin und Kartenmaterial mitgenommen haben, sind sicherlich sehr interessiert gewesen. Apropos Harz.... Mit dem „Tor zum Harz“ - das Städtchen Halberstadt und seine Hotel Villa Heine - hatten wir ein ausgezeichnetes Hotel mit im Programm auf der CMT. Ebenso wie das relexa hotel Harz-Wald in Braunlage im Oberharz. Auch dieses Hotel präsentierten wir in Stuttgart. Die Resonanz war eher mittelprächtig, denn der Harz gehört aufgrund seiner Entfernung zu Stuttgart nicht unbedingt zu den bevorzugtesten Mittelgebirgen der Schwaben. Da sind dann eher der Schwarzwald und der Bayerische Wald gefragt. Die Präsentation dieser beiden Hotels diente eher als Feldversuch. Um den Bekanntheitsgrad in Stuttgart brauchten sich die Allgäuer Partner vom „Allgäuer Seenland“ keine Sorge machen. Die Prospekte gingen automatisch weg. Und auch die Kollegen von den Moselstern Hotels sind mittlerweile in Stuttgart sehr bekannt und die Prospekte sind ein Selbstläufer. Der einzige Prospekt, der nicht so richtig gut lief, war der kleine Prospekt von HP Touristik. Der Anbieter von Ferienhäusern und -wohnungen in ganz Deutschland fiel nicht so richtig auf – und das obwohl wir einen richtig guten Aufsteller erstellt haben. Aber das ist den Verantwortlichen bereits mitgeteilt worden. Alles in allem ist das Abschneiden auf der CMT mit sehr gut zu bewerten. Die CMT ist und bleibt in ihrer Bedeutung und in ihrem Besucherzuspruch die beste Reisemesse Deutschlands. Und da sind 9 Tage Länge durchaus angebracht, denn von Tag 1 bis Tag 9 jeden Tag durchgehend massig Besucher in die 10 Messehallen zu bewegen – das ist schon ein Statement, was den Stuttgarter niemand nachmacht.

**Gesamturteil der Messe:**



**Wieder dabei sein im kommenden Jahr?** Auf jeden Fall ja!