

BEWERTUNG MESSE FREIZEIT NÜRNBERG 2025

| | |
|---------------------------------------|---|
| Dauer: | Mittwoch, 12.03. – Sonntag, 16.03.2025 |
| Öffnungszeiten: | täglich 10 bis 18 Uhr |
| ALPenjoy-Messestand | „Urlaub in Deutschland“ (Eckstand mit 2 offenen Seiten, 8m x 3m) Halle 6, Stand A48 |
| Standbetreuung: | Ingo Diesch, Melanie Mühlmeister |
| Aussteller am ALPenjoy-Messestand: | <u>Exklusiver Bereich:</u> <ul style="list-style-type: none"> • 1. Bier und Wohlfühlhotel Gut Riedelsbach (Bayerischer Wald) <u>Prospektaufgabe:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinde Westoverledingen, Ostfriesland (Niedersachsen) • Nordseeheilbad Cuxhaven (Niedersachsen) • Touristikverband Rotenburg/ Wümme (Niedersachsen) • Touristik-Service-Kühlungsborn, Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern) • Ostseebad Boltenhagen, Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern) • Haveltourist, Mecklenburger Seenplatte (Mecklenburg-Vorpommern) • Moselstern Hotels (Rheinland-Pfalz) • Weiss & Nesch, Busradreisen |
| Platzierung des Messestandes: | Außengang der Halle 6 gegenüber Ostsee-Appartements Heike Wongel GmbH und Hotel Aqua Marin (Kühlungsborn) |
| 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: | ●●●●●●●●●● |
| Messehalle 6: | | Multifunktionshalle/ Veranstaltungshalle |
| | Alter: | ca. 40 Jahre |
| | Größe: | 20.000 qm |
| | Technik: | ●●●●●●●●●● |
| | Attraktivität: | ●●●●●●●●●● |

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

| | | |
|---|---|---|
| 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: ●●●●●●●●●● | |
| <p>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</p> | | |
| 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: | ●●●●●●●●●● |

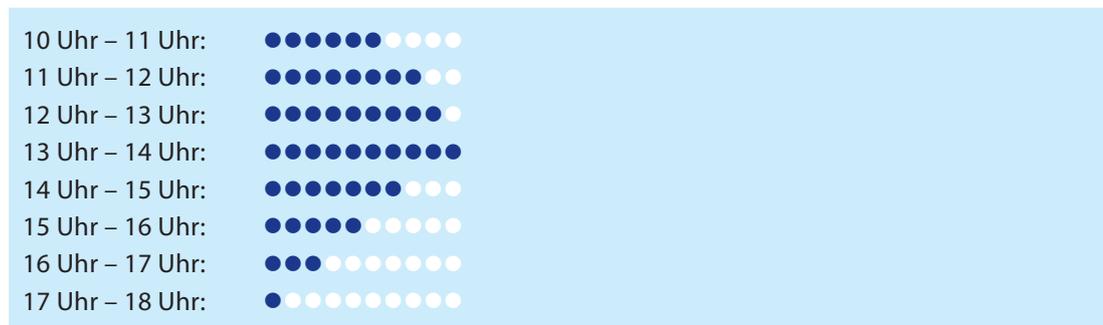
| | | |
|-------------------------|---|---|
| Resonanz auf Prospekte: | bei Prospektaufgabe | ●●●●●●●●●● |
| | bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren | ●●●●●●●●●● (weil sehr speziell – Bierhotel!) |

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 2025“ konnte sich, was das Besucherinteresse betrifft, gegenüber dem Vorjahr wieder verbessern. Hier die Verteilung der Besucher auf den Tag nach Uhrzeiten:



An den Wochentagen Mittwoch bis Freitag war das Interesse besser als von mir erwartet. Auch die Besucherfrequenz war für mich positiv. Die Besucher im Alter 50+ beherrschten natürlich das Bild, was jedoch den Kundengesprächen nützlich war, brachten diese Besucher viel Zeit für einen Plausch mit. Alle 3 Wochentage waren meiner Meinung nach mehr als zufriedenstellend. Das Interesse war überaus positiv zu bewerten. Und nicht nur oberflächliche, sondern wirkliche zielführende Beratungsgespräche über Unterkünfte in den Zielgebieten bei uns am Messestand kamen zustande. Aus diesen Gesprächen entwickeln sich Buchungsanfragen oder haben sich vielleicht auch schon Buchungen ergeben. Die überwiegend norddeutschen Regionen kommen in Nürnberg traditionell ja schon seit Jahren sehr gut an. Auch die Nachbarn von der Ostsee gegenüber an den Messeständen konnten das bestätigen. 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, sodass sich schnell nach Messebeginn regelmäßig Menschen vor die Karte begaben, um sich zu informieren, wo was liegt. Natürlich kamen rasch gute Gespräche zustande und die Prospekte gingen gleich von Beginn an hervorragend weg. Früher sagte man, von Mittwoch bis Freitag kommen nur ältere Leute auf die Messe. Das hat sich mittlerweile sehr geändert, denn die Kenner holen sich ihre Eintrittstickets für Mittwoch oder Donnerstag, nämlich dann, wenn es nicht ganz so voll ist. Das ist aber nur eine Vermutung aus früherer Zeit. Mittlerweile ist die Besucherschaft nicht mehr nur im Rentenalter, sondern es sind auch viele Berufstätige dabei. Familien mit Kindern sieht man Mittwoch bis Freitag so gut wie gar nicht. 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!

In der Woche „Klasse statt Masse“, am Wochenende „Klasse und Masse“! 😊

Die Besucher an den Wochenenden waren nicht mehr nur „Schaulustige“, sondern 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. Durch das Vorpacken bestimmter Magazine und Gastgeberverzeichnisse in

Tragetaschen konnten insgesamt alle Prospekte verteilt werden. Hintergrund des Vorpackens ist, dass somit auch Reiseziele ihren Weg in die Stuben der Messebesucher finden, die nicht unbedingt ganz oben in der Prioritätenliste stehen, durchaus aber eine super Alternative sein können. Unter dem Amazon-Motto „Wer sich für x interessiert, hat auch Interesse an y oder z“ ist jeder verteilte Prospekt besser als ein nach der Messe weggeschmissener Prospekt. Und weil das Urlaubsverhalten vieler Messebesucher sehr von Spontantität geprägt ist, kann jeder verteilte Prospekt ein Volltreffer werden. Außerdem verreisen viele Menschen ja auch 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. Passend dazu auch noch das Hinterland des Landkreises Rotenburg/Wümme – und die Tasche ist perfekt. Das Gleiche gilt für die Ostseebäder Boltenhagen und Kühlungsborn. Die Prospekte von der Haveltourist haben wir nicht in die Taschen gelegt, weil diese ganz allein mitgenommen werden. Es handelt sich dabei um Spezialisten für Camping!

Die Freizeitmesse 2025 gefiel mir wieder sehr gut und eine Beteiligung im kommenden Jahr ist wieder geplant.

Gesamturteil:



Im kommenden Jahr wieder dabei? Ja.