

CMT 2025 sorgt für mitreißende Urlaubsstimmung

26.01.2025

Zufriedene Ausstellerinnen und Aussteller sowie 260.000 glückliche Messegäste auf weltweit größter Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit

Die CMT 2025 ist mit großem Erfolg zu Ende gegangen. Neun Tage lang drehte sich auf dem Stuttgarter Messegelände alles um Reisen und Urlaub, wobei die 1.570 Ausstellerinnen und Aussteller einen entscheidenden Anteil zum Gelingen der Messe beigetragen haben. „Die Stuttgarter Urlaubsmesse ist ihrem Ruf als weltweitgrößte Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit gerecht geworden“, sagte Roland Bleinroth, Geschäftsführer der Messe Stuttgart. „Wir konnten 260.000 Besucherinnen und Besucher auf unserem Gelände begrüßen, die mit den Angeboten im Tourismus- wie auch im Caravaning-Bereich sehr glücklich waren. Auch unsere Ausstellerinnen und Aussteller waren hochzufrieden: Es wurde nicht nur geschaut und verglichen, sondern auch gebucht, gekauft und bestellt.“ Die neuen Themen wie die jüngste CMT-Tochter, die Selbstausbau, oder die Premiere für den Future Tourism Congress zum Schwerpunkt Nachhaltigkeit im fachlichen Angebot hätten auf Anhieb funktioniert.

CMT-Partnerland und Kulturpartnerin mit viel Lob

Beim Partnerland Indien sei man hochzufrieden mit dem Messeauftritt, sagte Bleinroth: „Der Stand wurde regelrecht belagert, die Resonanz war sehr groß.“ Bimal Agarwala, Geschäftsführer des Reisebüros Ahret in Stuttgart, freute sich über das starke Interesse an Reisen nach Kerala, Rajasthan oder Ladakh, und war mit dem Messeverlauf sehr zufrieden. Eine ähnlich positive Bilanz zogen die Kulturpartnerinnen der diesjährigen CMT: „Wir erlebten eine tolle Besucherresonanz; das Interesse an unserer Region war deutlich höher als in den Vorjahren“, berichtete Marika Fischer, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Chemnitz Zwickau Region. „Die Leute waren gut informiert und kamen mit konkreten Fragen. Viele wollten buchen oder haben schon gebucht.“ Dem konnte Frizzi Seltmann, Marketing & Kommunikation, Kulturhauptstadt Europas Chemnitz 2025 gGmbH, nur beipflichten: „Die CMT verlief äußerst positiv. Der Zulauf war fantastisch, auch unter der Woche. Getreu unserem Motto ‚C the Unseen‘ – das Ungesehene sehen – ergriffen die Menschen die Chance, in Deutschland etwas Neues zu entdecken. Wir konnten uns hervorragend präsentieren und den Besucherinnen und Besuchern zeigen, dass es in Chemnitz und der Region eine Menge zu entdecken gibt.“

Überregionales Interesse auf hohem Niveau

Die Messegäste honorierten das umfangreiche Rahmenprogramm mit Urlaubskino und Bühnenshows sowie das vielfältige Angebot auf dem ausgebuchten Gelände. Sie gaben der CMT die Gesamtnote 1,9. Kein Wunder, dass 96 Prozent der befragten Besucherinnen und Besuchern sagten, die Messe ihren Freunden und Verwandten weiter zu empfehlen. Im Schnitt blieben die Besucherinnen und Besucher mehr als fünf Stunden auf der Messe, um sich bei den ausstellenden Unternehmen zu informieren und die 1.200 ausgestellten Fahrzeuge in Augenschein zu nehmen. Knapp ein Drittel der Messegäste nahm eine Anreise von über 100 Kilometern nach Stuttgart auf sich. Und 11 Prozent reisten allein aus Bayern an, um sich in den Caravaning-Hallen über die aktuellen Modelle und Trends sowie Reiseangebote zu informieren.

Strahlende Gesichter im Camping- und Caravaning-Bereich

Nach wie vor im Trend liegt der Urlaub mit dem Reisemobil oder Wohnwagen: „Mit einer riesigen Fahrzeugauswahl, vielen Innovationen und Neuheiten sowie zahlreichen attraktiven Messerabatten“ lasse die CMT die Käuferherzen höher schlagen, sagte Alexander Ege, Direktor für die Stuttgarter Urlaubsmessen. Matthias Euch, stellvertretender Vorsitzender des Deutschen Caravaning Handelsverbandes, bestätigte dies gern: „Die Abschlüsse sind stabil und liegen leicht über Vorjahresniveau. Damit ist die CMT 2025 für uns ein guter Start ins Jahr. Dank der wirklich schönen Messeangebote haben die Besucherinnen und Besucher hier Gelegenheit, ein echtes Schnäppchen zu machen.“ Lieferprobleme wie in den Covid-Jahren gehörten endgültig der Vergangenheit an. Besonders nachgefragt würden Reisemobile, aber auch Kastenwagen „liegen auf hohem Niveau“. Kein Widerspruch von Jochen Regenbogen, Vertriebsleiter Deutschland-Österreich-Schweiz, Dethleffs GmbH & Co. KG: „Das Interesse war riesig, die Frequenz super, der Verkauf lag auf Vorjahresniveau. Es kamen viele Neukunden an den Stand, die wir hier auf der CMT umfassend beraten konnten. Wir haben viel in den Stand investiert, um unserer Kundschaft weitgehend alles zeigen zu können. Das hat sich bewährt. Wir sind absolut zufrieden.“ Auch bei Manuel Sauter, Regionalvertriebsleiter, Pössl Freizeit und Sport GmbH kam keine Langeweile auf: „Wir stießen auf hohe Nachfrage und reges Interesse. Am Stand war immer viel los, ganz gleich ob Wochenende oder Wochentag. Wir konnten intensiv beraten und sind mit dem Verkauf sehr zufrieden. Positiv ist auch, dass immer mehr Händler die CMT als B2B-Plattform nutzen. Unser Auftritt hat sich definitiv gelohnt.“

Töchtermessen der CMT stark nachgefragt

Ausgesprochen zufrieden mit dem Messeverlauf zeigten sich die Ausstellerinnen und Aussteller der Tochtermessen Golf- und Wellnessreisen sowie Kreuzfahrt- und Schiffsreisen, die am zweiten Wochenende von Donnerstag bis Sonntag ihre Pforten geöffnet hatten. Ihr einhelliges Urteil: Nicht nur die Zahl der Besucherinnen und Besucher sei erfreulich hoch, sondern auch deren „Qualität“, also das konkrete Interesse und die Buchungsbereitschaft. Beide Messen zogen an den vier CMT-Tagen viele interessierte und gut vorinformierte Gäste an, wie auch Michael Marbler, Präsident des Baden-Württembergischen Golfverbands, positiv vermerkte. „Die Messe ließ die Golfer-Herzen höher schlagen, die Stände für Retail und Verkauf waren gut dargestellt, unsere Mitglieder-Clubs freuten sich über eine starke Nachfrage und auch die Themen, die wir zusammen mit dem Deutschen Golf Verband präsentierten, stießen auf großes Interesse und waren eines unserer Highlights.“ Manfred Furtner, Präsident Golf in Austria: „Wir sind seit 30 Jahren dabei, und wir sind insgesamt zufrieden: Die Golf- und Wellnessreisen zog viele Firmen an, die eine große, gute Produktauswahl präsentierten, dadurch wird diese Messe attraktiv. Neben vielen Bestandskunden und Gästen begrüßten wir zahlreiche neue Interessenten. Das Publikumsinteresse war groß, es gab Buchungen vor Ort, daneben nutzen wir die Messe zum Netzwerken.“ Carsten Fricke, Geschäftsführer eFoil Adventure, brachte ein Stück Wassersport nach Stuttgart: „Von der Nachfrage bin ich positiv überrascht: Wir konnten mehr als üppig Flyer verteilen und führten viele gute Gespräche. Ich glaube, dass wir etwas Neues zeigen konnten, das die Menschen begeisterte. Unser Stand war ein Hingucker, viele hielten an und informierten sich. Wir konnten umfassend beraten und für unsere Sportart werben – und sind zufrieden mit dem Auftritt in Stuttgart.“

Erfolgreiche Erstveranstaltung für die Selbstausbau

Auch die Premiere für die Selbstausbau war ein Erfolg. 40 Prozent der Besucherinnen und Besucher reiste aus einer Entfernung von mehr als 100 Kilometer an, was das überregionale Interesse kennzeichnete. Die Stände der mehr als 40 ausstellenden Firmen waren dicht umlagert. Zur Freude von Sven Mammach, Mit-Geschäftsführer, Busbastler Academy: „Unser Auftritt wurde sehr gut angenommen. Sowohl durch unseren Standplatz am Halleneingang als auch durch unser Angebot waren wir die erste Anlaufstelle. Die eine Hälfte der Kundschaft besitzt bereits ein Reisemobil und will komplett umbauen, die anderen waren Neulinge. Neben Fragen zu Elektrik, Wasserversorgung oder Batterie ging es oft um Raumkonzepte für Menschen mit Einschränkungen. Wir konnten gut beraten und Interessenten gezielt an entsprechende andere Aussteller weiterleiten. Auch unsere Workshops wurden gut nachgefragt und gebucht. Alle freuten sich, dass das Thema Selbstausbau endlich einmal umfassend beleuchtet wird. Hier sehe ich großes

Potenzial, da ist noch viel Luft nach oben.“ Stefan Weiland, Geschäftsführender Inhaber Vans und Wasser, sah dies ähnlich: „Die Messe ist eine gute Idee, denn die Selbstausbauer wollen ihr eigenes Ding machen. Gerade das Thema Wasser beschäftigt viele Kunden. Ich habe selbst viel ausprobiert, bis ich schließlich mein Hobby zum Beruf gemacht habe. Das Publikum war gemischt, von Upgrade-Kunden bis hin zu digitalen Nomaden, die richtig viel Geld in ihre Fahrzeuge investieren. Der Zuspruch war gut, mein Angebot wurde geschätzt, meine Produkte gekauft. Ich denke, nächstes Mal komme ich wieder.“ Lorenz Schult, Service und Technik, Arwinger GmbH & Co. KG, bezeichnete seinen Auftritt als ein Erfolg: „Auf der Selbstausbau herrschte eine hohe Nachfrage und ein gleichermaßen hoher Beratungsbedarf. Es war sehr viel los – man hatte kaum Zeit, zwischendurch einmal eine Kleinigkeit zu essen. Wir stießen auf großes Interesse an unseren Produkten und konnten viele Fragen nach Umbaumöglichkeiten beantworten. Wir hatten alle Hände voll zu tun, und es hat viel Spaß gemacht.“

Treffpunkt für das Fachpublikum

Die CMT hat erneut bewiesen, dass sie mehr als eine Publikumsmesse ist. Sie bildet längst eine Plattform für Fachbesucherinnen und -besucher. Mit einem umfassenden Programm für diese Klientel hat die Stuttgarter Urlaubsmesse um die Gunst von Reiseprofis geworben. Unter anderem ging es um Digitalisierung, Karriere im Tourismus und Tourismuspolitik. Insgesamt interessierten sich rund 34.000 Fachbesucherinnen und -besucher für die Angebote auf der CMT. Ein Drittel davon kam aus einer Entfernung von mehr als 100 Kilometer nach Stuttgart und allein 12 Prozent reisten aus Bayern an. 34 Prozent der befragten Fachbesucherinnen und -besucher sind in einer Führungsposition tätig.

Gelungene Premiere für Future Tourism Congress

Den fachlichen Auftakt bildete die ADFC-Radtourismus-Tagung „RadRunde“. Neben dem Tourismustag Baden-Württemberg des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus beleuchteten die IHK Nordschwarzwald und die Tourismus Akademie Baden-Württemberg als „Pflichtveranstaltung für alle Nachwuchskräfte“ das Thema Karriere im Tourismus. Am selben Tag fand ein Talk des Bundesverbands Tourismuswirtschaft (BTW) zur Tourismuspolitik zwischen Bund und Land statt. „Was brauchen mittelständische Unternehmen von der Politik?“ fragte der Dachverband. Die Premiere des „Future Tourism Congress“ entpuppte sich als voller Erfolg. Das Event, organisiert vom Nachhaltigkeitszertifizierer TourCert und der CMT, bot Einblicke in die neuesten Entwicklungen und Innovationen der Tourismusbranche und die Seminare, Diskussionsrunden und Vorträge waren durchgängig bis auf den letzten Platz ausgebucht. „Ein Auftakt nach Maß“, freute sich Guido von Vacano, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart, „unsere Vision war, eine Plattform zu schaffen, die die globalen Akteure der Tourismusbranche vereint, um nachhaltige, innovative und technologiegetriebene Lösungen für die Herausforderungen von morgen zu entwickeln. Und das ist uns mit dem Team um Marco Giraldo, dem Managing Partner von TourCert, hervorragend gelungen.“

Parallel fand der Tag des Bustourismus der Gütegemeinschaft Buskomfort (GBK) statt. Mit Reiserechtsthemen im In- und Ausland beschäftigen sich Foren der Rechtsanwaltskanzlei Noll Hütten Dukic und dann standen unter anderem die Themen Kulturtourismus, Golf, Camping und Kreuzfahrten auf dem Plan. „Wie nutze ich den anhaltenden Trend des Campingtourismus für meine Region?“ fragte der „Tourists & Campers“-Netzwerk Gipfel.

Fahrradreisen und Wandern weiter stark nachgefragt

Am ersten CMT-Wochenende war die Outdoor-Messe Fahrrad- und WanderReisen im Fokus des Interesses gestanden. Der Fahrrad- und Wandertourismus ist auf Erfolgskurs und erfreut sich wachsender Beliebtheit. Davon konnten sich die Ausstellerinnen und Aussteller erneut überzeugen. Sie lobten ein fachkundiges, interessiertes Publikum, das gezielt nach aktuellen Trends, unentdeckten Reiseregionen für Wander- und Fahrradreisen fragte oder sich nach dem richtigen Zubehör und passender Bekleidung erkundigte.

Die CMT 2026 findet vom 17. bis 25. Januar in Stuttgart statt.

Quelle: www.messe-stuttgart.de