

Messebesuche – wir treffen die Branche

In unsere Arbeit legen wir erhebliches Engagement für den Dialog mit der Branche und Reisenden rein. Daher besuchen wir regelmässig Messen und Workshops. Dort sammeln wir Eindrücke und verfolgen die Entwicklung. Meist glaubt man, es passierte immer wieder dasselbe, doch es gibt durchaus erkennbare Trends.

Wir besuchen folgende Anlässe, wenn es uns die Zeit erlaubt, und wir an keinen anderen Veranstaltungen teilnehmen:

Einblick für Fachbesucher in die Welt Arabiens. Die Besucher sollten in Gruppen jeden Stand besuchen und erhalten ausführliche Infos. Mittlerweile ist die Veranstaltung im „Educational Day“ integriert.

[Arabian Souk – Arabien in Zürich](#)

Hierher kommen zig Veranstalter aus Asien, zum Teil auch aus den Zielländern. Es wird immer ein Quiz mit schwierigen Fragen, aber auch sehr schönen Preisen veranstaltet;

[Asia Workshop – für Asienspezialisten aus der schweizerischen Reisebranche](#)

Die Messe in Stuttgart hat sich zur grössten Publikumsmesse gemausert. Für zahllose Aussteller gestaltet sich die Messe anstrengend, neun Tage sind immerhin eine lange Zeit.

[CMT Stuttgart](#)

Die führende Reisemesse für Österreich findet in Wien nach der ITB. Auf der Ferien Messe überlegen sich viele Österreicher, wohin die nächste Reise geht

[Ferien Messe Wien](#)

In der Schweiz bietet sie sich als die grösste Ferienmesse an und wird von einer Vielzahl von Anbietern aus dem Ausland

betreut. Wir haben der FESPO einen eigenen Auftritt gewidmet.

[FESPO Zürich](#)

Die Messeleitung der Olma Messen arbeitet mit neuen Konzepten, um die Messe attraktiv zu gestalten. Das Publikum ist dort eher kaufbereit als an anderen Orten. Hier sind Informationen zu dieser Messe mit Namen „Grenzenlos“;

[Grenzenlos St. Gallen](#)

Ein Speeddating am Vortag zur ITB, an dem die Wege für die Medienvertreter kurz sind. Alle Anbieter sind in einen Raum, für Gespräche werden 15 Minuten anberaumt

[IMM Berlin](#)

Zur ITB-Berlin reist die ganze Welt an. Uns bietet die Messe eine Möglichkeit scharenweise Reisespezialisten von überallher zu treffen. Warum die Messe für uns entscheidend ist, erklären wir hier;

[ITB-Berlin](#)

Die „Reiselust“ in Bremen besuchten wir einmal. 2018 wurde uns jedoch die Akkreditierung abgelehnt. Es gibt ja noch andere Messen, die Lust auf einen Besuch dorthin ist verfliegen.

[Reiselust – zu Besuch in Bremen](#)

Wir sammelten tolle Gespräche und viele Eindrücke von der Reisesmesse in Thüringen. Besonders interessant für Caravan-Freunde, die rasch die Modelle für das nächste Jahr sehen möchten.

www.reisen-caravan.de

An der Marketingmesse sind jede Menge Hotels vertreten, die sich als Tagungsstätten präsentieren. Auch der Einblick in die Marketingwelt löst stets positive Spannung aus. Mittlerweile wurde das Format jedoch aufgegeben. Aber Gehaltvolles dazu lässt sich bestimmt aus einer früheren Zeit via folgendem Link entnehmen;

[Suisse EMEX- die Schweizer Marketingmesse](#)

Lange hat die Schweizer Fachmesse für Tourismus in Montreux stattgefunden. Sie verkörpert für uns immerzu eine familiäre Messe mit genehmen Gesprächen und Anregungen.

[TTW – die Fachmesse für die Schweizer Tourismusbranche](#)

Einmal jährlich in Köln und anderen Orten veranstaltet der „RDA“ eine Fachmesse, die vor allem Busunternehmer ansprechen möchte. Toll für Fachgespräche;

[RDA Expo – Fachmesse für Gruppenreisen](#)

Neben einem Workshop veranstaltet das „VUSA“-Komitee auch eine Roadshow. Wir gehen gerne sowohl an den Workshop nach Regensdorf mit Quiz als auch an die Roadshow nach St. Gallen mit wechselnden Rundtischen.

[USA Workshop – für Amerika Spezialisten](#)

Zudem besuchen wir jedes Land das World Economic Forum in Davos. Einige Länder mit touristischem Potential unterhalten dort Länder-Pavillons. Unserer Meinung nach eine Geldverschwendung, und lanciert wegen lediglich ein paar scheinbar Mächtigen lanciert.

[World Economic Forum](#)

Besten Dank an die Verantwortlichen der Messen, die uns als Pressevertretung den jeweiligen Zugang erlauben. Aufgrund der Messebesuche entstehen viele Beiträge. Das intensive Erleben und die vielen Gespräche, welche wir führen, animieren, die eigene Arbeit zu reflektieren und zu verbessern.

Die Aussteller auf einer Messe interessieren sich häufig nur für Buchungen. Wir adressieren hingegen Wünsche zu Pressereisen oder Fragen nach tiefgehenden Informationen zu Themen; geben unsere Visitenkarte ab, manchmal mit einem kleinen Geschenk. Antworten erhalten wir hier extrem selten.

Wir müssten dann nochmals selbst Initiative ergreifen, per E-Mails nachfassen; obwohl wir bereits all diese Anliegen in Gesprächen auf den Tisch gelegt und Notizen hinterlassen hatten. Ferner sind selten Entscheider für Pressearbeit an

Ständen vertreten, was – wären solche anwesend – eine Gesprächsüberlieferung und den Kommunikationsfluss bestimmt erleichtern würde. Zur ITB 2023 haben wir folgende Infoblätter verfasst:

[ITB PressereisenHerunterladen](#)

[ITB FriedenHerunterladen](#)

[ITB USAHerunterladen](#)

Andererseits, statt zu jammern, sollte ich mich auf meine Stärken beziehen. Ich habe Zeit, bin unabhängig, habe lange Erfahrung in der Reisebranche und bin engagiert, mit einem Feuerwerk an Ideen zur Vermarktung [Reisemarken](#).

Zudem beschreibe ich die Reisebranche unter [Reisehaus](#). Dort ist gut dokumentiert, was ich für den Tourismus leiste. Gerne noch der Hinweis auf die [Tourismusberatung](#), [Fairtrade](#) und [Bewertung](#).