



Bad Waldseer Aussteller sind mit der Resonanz auf der CMT zufrieden

Am Sonntag ist die Reisesmesse Caravan, Motor, Touristik (CMT) in Stuttgart mit einem Besucherplus von 15 Prozent zu Ende gegangen. Gut 241 000 Menschen nutzten die neun Messetage, um sich zu informieren – lediglich 18 Prozent der Gäste legten mehr als 100 Kilometer zurück. Ein gutes Umfeld für die Standbetreiber aus Waldsee also, die sich auf dieser 47. CMT präsentiert haben.

Bereits nach den ersten Messetagen zog Patricia Opel ein positives Zwischenfazit. Die Marketingleiterin der städtischen Reha-Kliniken, die am 150 Quadratmeter großen

Stand des Baden-Württembergischen Heilbäderverbands präsent war (Bild links), sagt: „Das Interesse ist groß. Bereits an den ersten drei Tagen konnte ein Besucherplus von über zehn Prozent verzeichnet werden.“ Auch Alexander Bonde (Grüne), Minister für den Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, habe dem Stand einen Besuch abgestattet. Besonders gefragt gewesen seien Wochenendangebote wie die neue Pauschale „kleine Auszeit“ mit zwei Übernachtungen, vitalem Frühstücksbuffet und Medical Wellness, so Opel.

Auch Kurgeschäftsführer Walter Gschwind, der mit der Kurverwaltung am Stand der Oberschwaben Tourismus GmbH vertreten war, sagt: „Die CMT ist ein Platz, wo wir Oberschwaben präsent sein müssen.“ So durfte jeder Mitarbeiter der Kurverwaltung mal ran – darunter auch Verena Schmid (Bild rechts). Zwischen 10.30 und 15 Uhr sei klassisch viel los. „Richtig intensive Gespräche hatten wir etwa 30 pro Tag“, sagt Gschwind und merkt an: „Ein intensiver Kontakt ist mir wichtiger als viele oberflächliche.“ Der Kunde von heute sammle nicht

mehr kiloweise Broschüren, sondern gezielt Interessantes – die restlichen Infos suche er bequem im Internet. Auffällig viele Gruppenplaner seien am Stand gewesen, die für den Vereinsausflug oder den Trip mit Freunden den passenden Ort suchten. Die Erfahrungen des Standauftritts werden nun im Nachgang im OTG-Verband besprochen, so Gschwind. Dabei werde etwa auch thematisiert, was es zu verändern gebe – etwa bessere Lichtquellen am Stand, und als „Dauerthema“, wie offensiv die Berater auf die Besucher zugehen sollen.

KAB/DPA/FOTOS: PRIVAT