

BEWERTUNG MESSE DRESDNER REISEMARKT 2011

Dauer	Freitag, 28.1. – Sonntag, 30.1. 2011
Öffnungszeiten	täglich 10 bis 18 Uhr
Standbetreuung	Ingo Diesch, Marc und Ricarda
Aussteller	<p>Exklusiver Messestand und Partnerregion der Messe: Tourismusverband Pillerseetal/ Tirol</p> <p>Exklusiver Bereich am ALPenjoy-Messestand: Tourismusverein Latsch/ Südtirol</p> <p>Exklusive Prospekt-Counter: Hotel St. Georg, Aschau im Zillertal/ Tirol Familienhotel Aschauerhof, Aschau im Zillertal/ Tirol Hotel Gasthof Bären, Lechtal/ Tirol Hotel Pettneuerhof, Ferienregion St. Anton/ Tirol Appartements Fohlenhof, Laas/ Südtirol</p> <p>Prospektaufgabe: Ruhpolding Tourismus/ Oberbayern Hotel Tyrol, Söll/ Tirol Hotel Christophorus, Kappl/ Tirol Hotel Andergassen, Kaltern/ Südtirol Hotel Mondschein, Eggen/ Südtirol Hotel Hauserbauer, Dorfgastein/ SalzburgerLand Vermieterkooperation Dorfgastein/ SalzburgerLand Hotel Untermüllnergut, Dorfgastein/ SalzburgerLand</p>
Platzierungen der Messestände	<p>Stand 1 (Pillerseetal Messestand): mittig in Halle 1, an einer Kreuzung, gegenüber der Stiegl-Alm.</p> <p>Stand 2: Halle 1, Außengang an einer Ecke.</p> <p>Stand 3: mittig in Halle 1, an einer Kreuzung, schräg gegenüber vom Pillerseetal Messestand.</p>
Standgrößen	<p>Stand 1 (Pillerseetal Messestand): 14m x 3m als Kopfstand mit 3 offenen Seiten</p> <p>Stand 2: 5m x 2m als Eckstand mit 2 offenen Seiten</p> <p>Stand 3: 12m x 4m als Kopfstand mit 3 offenen Seiten</p>
Erkennbarkeit durch die Besucher	alle perfekt – nicht zu übersehen



BEWERTUNG MESSE DRESDNER REISEMARKT 2011

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)






Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt:	●●●●●●●●●●
	Abwicklung:	●●●●●●●●●●
	Parkmöglichkeit:	●●●●●●●●●●
	Einfahrt in die Halle:	●●●●●●●●●●
Sicherheitspersonal	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz:	●●●●●●●●●●
Messehallen	Alter:	ca. 40 J – zur Multifunktionshalle umfunktioniert
	Größe:	4.000 qm
	Technik:	Gesamteindruck: mittel
	Attraktivität:	Gesamteindruck: mittel
Messe	Tradition:	ja
	Attraktivität der Messe:	Gesamteindruck: gut
	Messestände der alpinen Mitbewerber:	schlecht
	Messestände der nichtalpinen Mitbewerber:	mittel
	Besucheraufkommen:	sehr gut
	Betreuung durch Messeleitung:	sehr gut
	Ausstellerabend:	Ja, aber nur mittelmäßig.
Hotels an der Messe	Verfügbarkeit:	Hotels nur in der Innenstadt, an der Messe gibt es keine Hotels
	Entfernung Hotel - Messe:	5 km
	Entfernung Hotel - Innenstadt:	ca. 15 km
	Anbindung öffentliche Verkehrsmittel:	ja, aber nur mit Bussen. Verbindung und Zeiten sind sehr gut geregelt.
	Preisniveau: Anmerkung:	Preis-/ Leistungsverhältnis: sehr gut Die Hotellerie in Dresden ist sehr gut – und vor allem nicht teuer. Unser Tipp: Hotel Altstadtperle. Ein günstiges Hotel, nicht weit von der Innenstadt entfernt und gut in Preis-Leistung.
Attraktivität der Messestadt und Umgebung:	Kultur:	●●●●●●●●●●
	Nachtleben:	●●●●●●●●●●
	Restaurants:	●●●●●●●●●●
	Bars:	●●●●●●●●●●



BEWERTUNG MESSE DRESDNER REISEMARKT 2011

Kosten / Nebenkosten der Messe: (0 voll mies – 10 perfekt)

Standfläche:	
Messegastronomie:	
W-LAN durch Messe:	Anmerkung: ALPenjoy hat auf deutschen Messen einen eigenen W-LAN Router am Messestand. Jeder Aussteller kann sich dort einloggen – gratis für ALPenjoy-Aussteller.

Besucher: (0 voll mies – 10 perfekt)

Qualität der Besucher:	
Besucheraufkommen	über 30.000 Besucher
Quantität der Besucher:	
Gesprächsbereitschaft der Besucher:	
Angabe von Kontaktdaten durch Besucher:	
Resonanz auf ALPenjoy Katalog:	

Resonanz auf Prospekte:	bei Prospektaufgabe	
	bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren	

Bemerkungen:

Der Dresdner Reisemarkt hat auch in diesem Jahr wieder seine Position als zweistärkste Messe in den Neuen Bundesländern untermauert. Für mich ist der Dresdner Reisemarkt jedoch die beste und stärkste Messe in den Neuen Ländern. Die Messe ist kleiner als die Leipziger Messe, dauert nur 3 Tage statt 5 Tage und hat immer um die 30.000 Besucher. Aufgrund der Übersichtlichkeit gehen oftmals Besucher auch öfter am Messestand vorbei und haben somit viel mehr Zeit, sich mit den Angeboten zu beschäftigen. In Dresden verteilen wir an 3 Messetagen 800 ALPenjoy Kataloge! Das ist ein deutliches Zeichen, wie gefragt die Alpen sind! Auch Direktbuchungen wurden in diesem Jahr wieder vorgenommen!

Ein bisschen enttäuscht bin ich lediglich, wie schwach die Beteiligung Aktion „Mit Wander- oder Skioutfit auf die Messe kommen und jodeln!“ verlaufen ist. Trotz 20 Radiospots bei Radio Dresden, Live-Radio-Interview und Meldungen in der Presse sowie Hinweise auf www.alpenjoy.de ist die Beteiligung eher dürrig gewesen. Liegt es an der zu schwachen Bewerbung der Aktion oder am mangelnden Mut der Sachsen? Dieser Umstand trübt ein wenig das Gesamtergebnis der Messe.

BEWERTUNG MESSE DRESDNER REISEMARKT 2011

Bemerkungen:

Das Pillerseetal als Partnerregion der Messe ist beim Publikum hingegen hervorragend angenommen worden. Stets ein voller Messestand und Direktbuchungen sind ein Beleg dafür, dass die Entscheidung, sich als Partnerregion zu präsentieren, genau richtig war. Die Präsentation des TVB Pillerseetal mit den dazugehörigen Partnerbetrieben stach aus vielen Messeständen hervor. Die Beteiligung am Bühnenprogramm war ok, zwar nicht überragend, aber passend. Musik, Tombola usw. Alles in allem ein unter dem Strich hervorragendes Ergebnis. Mit relativ wenig Mitteln hat das Pillerseetal in Dresden einen hervorragenden Eindruck hinterlassen und ein top Ergebnis erzielt. Buchungen!

Gesamturteil:

„Dresdner Reisemarkt“:



Urteil für Anmeldung im kommenden Jahr:

Wieder dabei sein? Auf jeden Fall!