

BEWERTUNG MESSE: URLAUBSMEILE AUF DER „SAIL“ BREMERHAVEN 2025 MESSESTAND „URLAUB IN DEN ALPEN + URLAUB IN DEUTSCHLAND“

Dauer:	13.08. – 17.08.2025
Öffnungszeiten:	täglich 11 bis 22 Uhr (Samstag bis 23 Uhr!)
Standbetreuung:	Ingo Diesch, Junis Appel, Luca Pyda, Michael Voss, Maximilian Reinsch
ALPenjoy-Messestand	„URLAUB IN DEN ALPEN“ + URLAUB IN DEUTSCHLAND“ 3 Pagodenzelte von jeweils 5m x 5m miteinander gekoppelt. Gesamtfläche 15m x 5m = 75 qm

Aussteller mit Prospektpräsentationen und Prospektaufgaben:

Bereich „Urlaub in Deutschland“

- Moselstern Hotels GmbH
- Tourismusverband Romantisches Franken
- Stadt Karlstadt - Stabsstelle Tourismus
- Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ e.V.
- Touristikverband LK Rotenburg/ Wümme
- Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH
- Stadt Jever Tourist-Info
- Touristinfo Westoverledingen
- Kurzentrum Waren an der Müritz
- Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
- Ostseebad Boltenhagen
- Ostsee-Appartements Heike Wongel GmbH
- Wakenitz-Schiffahrt Quandt OHG
- Tourismusverband Probstei e. V.
- Gebietsgemeinschaft Grünes Binnenland

Bereich „Urlaub in den Alpen“

- Privatvermieter Verband Salzburg
- Hotel Alpenhof, Filzmoos
- Tourismusverband Oststeiermark
- Hotel Der Lärchenhof, Erpfendorf
- Tourismusverband Viehhofen
- Tourismusverband Forstau
- Tourismusverein Algund
- Alpenmotorrad Hotels
- AlpenSkiHotels

Bewertung (0 = voll mies – 10 = perfekt)

Erkennbarkeit des Messestandes durch die Besucher:	●●●●●●●●
Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt: ●●●●●●●●
	Abwicklung: ●●●●●●●●
	Parkmöglichkeit: ●●●●●●●●
	Einfahrt auf das Veranstaltungsgelände: ●●●●●●●●

Infrastruktur: (0 voll mies – 10 perfekt)

Sicherheitspersonal:	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz der Platzmeister:	●●●●●●●●●●
	Technische Kommission/ technische Abnahme der Messestände:	●●●●●●●●●●
Veranstaltung:	Attraktivität der Veranstaltung insgesamt:	●●●●●●●●●●
	Atmosphäre auf dem Veranstaltungsgelände:	●●●●●●●●●●
	Betreuung durch Projektleitung:	●●●●●●●●●●

Besucher: (0 voll mies – 10 perfekt)

Quantität der Besucher:	●●●●●●●●●●	
Besucheraufkommen:	1,4 Mio.	
Besucheraufkommen gesamt:	●●●●●●●●●●	
Besucheraufkommen zu folgenden Öffnungszeiten:	11 Uhr – 12 Uhr:	●●●●●●●●●●
	12 Uhr – 14 Uhr:	●●●●●●●●●●
	14 Uhr – 22 Uhr:	●●●●●●●●●●
	23 Uhr – 02 Uhr:	●●●●●●●●●●
Qualität der Besucher auf unseren Stand bezogen:	●●●●●●●●●●	
Gesprächsbereitschaft der Besucher:	●●●●●●●●●●	

Hotels in Bremerhaven: (0 voll mies – 10 perfekt)

Verfügbarkeit Hotel direkt an der Veranstaltung:	●●●●●●●●●● (aber sehr teuer!)
Verfügbarkeit Hotels in der Stadt:	●●●●●●●●●●
Entfernung Hotels in der Stadt zur Veranstaltung:	<1 km
Anbindung öffentliche Verkehrsmittel:	●●●●●●●●●●
Preisniveau – Preis-/ Leistungsverhältnis:	●●●●●●●●●●

Attraktivität der Stadt und Umgebung zur SAiL: (0 voll mies – 10 perfekt)

Kultur:	●●●●●●●●●●
Nachtleben:	●●●●●●●●●●
Restaurant-Tipp:	Lokale im Schaufenster Fischereihafen

Zusammenfassung:

Das erwartete Event der Superlative war die SAiL 2025 in Bremerhaven! Nicht gerade in der Traumstadt vieler Deutscher, wohl aber in den sogenannten Havenwelten von Bremerhaven. Und diese Havenwelten haben es in sich! Als ich vor 25 Jahren mit ALPenjoy Tourismusmarketing begonnen habe, war die SAiL 2000 nach der Kieler Woche 2000 meine zweite Werbeaktion, die ich organisiert und durchgeführt habe. Das ist in Erinnerung geblieben. Der Platz am Neuen Hafen, an dem wir damals gestanden haben, ist natürlich mittlerweile komplett mit modernen Häusern zugebaut worden, so wie die

gesamte Zone am Neuen Hafen. Entstanden sind in der Zwischenzeit die Havenwelten mit dem Klimahaus als absolutes Zugpferd. Aber auch das Atlantic Hotel Sail City, das Deutsche Auswandererhaus oder auch der Zoo am Meer und auch die Shopping-Mall neben dem Klimahaus sind Touristen-Magneten. Nachts schaut das Ensemble der Gebäude schon gewaltig aus, wenn es blau beleuchtet ist.

Und eben im Schatten (Dieser Schatten war in diesem Jahr aufgrund der 5 Tage pure Sonne so wichtig wie noch nie!) dieses Klimahauses hatten wir von ALPenjoy unseren diesjährigen Promotionstand. Zur Veranstaltung muss man nicht viel sagen, man konnte es bundesweit über die klassischen Nachrichten im Radio und TV aber auch über die vielen Nachrichtenportale mitverfolgen. Die SAiL 2025 war ein Renner mit unzähligen Höhepunkten, Musik-Acts, Shows und vor allem auch den über 250 Segelschiffen aus aller Welt. Sogar mehrere Kreuzfahrtschiffe kamen extra nach Bremerhaven und machten am Kai fest.

Der Stand von ALPenjoy befand sich in einer Reihe von Pagodenzelten zwischen dem Klimahaus und dem Alten Hafen. Unsere Nachbarn waren u.a. die Cuxhavener Reederei Cassen-Eils mit ihrer Helgoland-Linie und auch die Touristikgemeinschaft Wesermarsch. Der Stand von ALPenjoy hatte einen Namen: Urlaubsmeile. Auf diese Urlaubsmeile wurde mit einem großen Banner mit der gleichen Aufschrift hingewiesen. 3 Pagodenzelte à 5m x 5m aneinandergereiht und miteinander verbunden, bedeuteten eine imposante und vor Wind geschützte Präsentationsfläche. Den Schutz vor der brennenden Sonne spendete der Schatten des Klimahauses. Die Pagodenzelte waren nicht nur groß, sondern sie hatten einen hellen Holzboden und waren mit LED-Strahlern von oben beleuchtet. Somit waren die Arbeitsbedingungen optimal und bildeten auch gleichzeitig die besten Arbeitsvoraussetzungen. Ausgestattet wurden die Pagodenzelte der Urlaubsmeile von ALPenjoy mit LED beleuchteten Messewänden, Tischen + Bänken, Hockern, Stehtischen und Prospekt-Countern.

Die Urlaubsmeile unterteilte sich in drei Bereiche:

- Urlaub in Deutschland
- Urlaub in den Alpen
- Gastro

Die Gastro bildeten unsere Partner von Coffee-Bike, die täglich von 11 bis 23 Uhr geöffnet hatten. Am Freitag und Samstag sogar bis 24 Uhr. Die Öffnungszeiten der SAiL waren eh brutal hart.

- Mittwoch + Donnerstag: 11 Uhr - 24 Uhr
- Freitag: 11 Uhr - 1 Uhr nachts
- Samstag: 11 - 2 Uhr nachts
- Sonntag: 11 - 21 Uhr, im Anschluss Abbau

Die Resonanz war wie von mir erwartet. Es dauerte am Mittwochvormittag nicht lang, bis die ersten Gäste am Stand eintrafen. Natürlich Bremerhaven-Touristen. Sowieso waren auf der SAiL von den 1,4 Mio. Besuchern ca. 90 Prozent Nicht-Bremerhavener! Das machte für mich die SAiL ja auch so interessant, dort als Aussteller für Urlaubsziele zu stehen. Ich wusste, dass es so ist und ich wusste, dass das Interesse der dortigen Urlauber gewaltig sein wird. Wo sonst als im Urlaub hat man so viel Zeit über den nächsten Urlaub nachzudenken wie im Urlaub? 😊

Alle Ziele – ob Mosel, Franken, norddeutsches Binnenland, Nordsee- oder Ostseeküste – haben eingeschlagen! Den von uns bereitgestellten Taschen sei Dank konnten wir sogar die Urlaubsmagazine in den Größen A4 mitgeben. Im Vorfeld hatte ich mir noch Gedanken gemacht, ob die Besucher der SAiL wohl größere Prospekte auch mitnehmen würden. Die Antwort ließ nicht allzu lang auf sich warten. Ja, die Besucher nahmen Prospekte mit. Und nicht nur die kleinen Rad- und Wanderkarten, sondern auch größere und schwerere Prospekte! Weil die Besucher nämlich auch mit Taschen und Rucksäcken ausgestattet waren, wo auch immer noch ein Magazin Platz hatte.

Was mir aber aufgefallen ist: Die Besucher griffen gezielt nach Magazinen und Rad- und Wanderkarten. Die meisten nahmen jetzt nicht 5 oder 6 Prospekte auf einen Schlag mit, sondern sie wählten gezielt aus. Wer keinen Rucksack hatte,

bediente sich vom Angebot, eine unserer Taschen zu nehmen. Die Kollegin vom Touristikverband Rotenburg/ Wümme wusste das und brachte schöne trendige Stofftaschen mit.

Durch die ständige Anwesenheit von immer mindestens 5 Personen an unserem Stand, war die Urlaubsmeile personell immer sehr gut besetzt, was die Folge hatte, dass immer jemand da war, der gezielt mit Fragen gelöchert werden konnte. „Haben Sie dies, haben Sie das?“ Und damit wir nicht immer alle Fragen beantworten mussten, hieß die Antwort: „Was wir hier alles in der Urlaubsmeile vertreten haben, können Sie an den einzelnen A4 Aufstellern hinter den Prospekten sehen!“. So war eine solide Ordnung immer gegeben und die notwendigen Orientierungshilfen standen immer hinter den einzelnen Prospektstapeln der einzelnen Partnerregionen und -orte. Perfekt für die Besucher!

Und als großer Blickfang im Hintergrund erwiesen sich die LED-Wände, die von ALPenjoy layoutet und gestaltet wurden. Die 3 m hohe und 2,50 m breite Deutschlandkarte ist der Renner schlechthin. Jeder sah sie, jeder bestaunte sie, viele traten näher und schauten sich minutenlang die einzelnen Ziele auf dieser Karte an. Geniales Meisterwerk by ALPenjoy Tourismusmarketing! 😊



Hier kann man sich die Deutschland-Karte in Ruhe online anschauen und ggf. auch als Poster in der Größe A1 oder A0 für das Büro bestellen. Ein „Must-have“ für jeden Touristiker in Deutschland:
www.alpenjoy-tourismus.de/deutschland-karte

Im Bereich „Urlaub in den Alpen“ bauten wir wieder das beliebte Urlaubs-Glücksrad auf, an dem an den 5 Veranstaltungstagen ca. 800 Menschen gedreht und Wertgutscheine gewonnen haben. Das Glücksrad ist ein Publikumsmagnet, an dem auch immer recht schnell eine gute Stimmung erzeugt wird, weil hier jeder gewinnt.

Auch der Stehtisch mit dem Deutschland-Quiz war eine absolute Bombe. Insgesamt haben über 1.000 Menschen die 3 Fragen beantwortet und hoffen auf den mehrtägigen Aufenthalt in einem der [Moselstern-Hotels](#).

Kurze Statements zu den einzelnen Partnern und ihren Prospekten:

Bereich „Urlaub in Deutschland“

- **Moselstern Hotels:** Top Verteil-Quote, viele Nachfragen zu den Arrangements, großes Interesse.
- **Romantisches Franken:** Wohnmobil-Prospekt ging komplett weg, Radkarten ebenfalls, Magazine so gut wie fast alle weg, kleiner Restbestand.
- **Karlstadt:** Wohnmobil-Prospekt ging komplett weg, Radkarten ebenfalls, Prospekt für Weingenießer und Magazine ist etwas übriggeblieben.
- **Liebliches Taubertal:** Von den Magazinen sind welche übriggeblieben, die Radkarten sind alle super weg gegangen!
- **Rotenburg/ Wümme:** Von den Magazinen sind welche übriggeblieben
- **Cuxhaven:** Von den Magazinen sind welche übriggeblieben
- **Jever:** Von den Magazinen sind welche übriggeblieben
- **Westoverledingen:** Von den Magazinen sind welche übriggeblieben
- **Kurzentrums Waren an der Müritz:** Von den Magazinen sind welche übriggeblieben
- **Kühlungsborn:** Von den Strand-Magazinen sind welche übriggeblieben.
- **Boltenhagen:** GGV komplett verteilt.
- **Ostsee-Appartements:** GGV komplett verteilt.
- **Wakenitz-Schiffahrt:** Die kleinen Flyer in die Prospekte der Ostsee-Appartements mit eingelegt, aber dennoch einen Karton übriggeblieben!
- **Probstei:** Radkarten sind super gelaufen und komplett verteilt, große Magazine Restbestand
- **Grünes Binnenland:** Radmagazine komplett verteilt.

Bereich „Urlaub in den Alpen“

Hier wurden die Prospekte in Taschen vorgepackt und als Alpen-Inspirationstaschen dem Großteil der Gutschein-Gewinner mitgegeben. Damit die Taschen vom Gewicht her nicht allzu schwer ausfielen und somit auf mehr Mitnahme-Akzeptanz stießen, haben wir verschiedene Taschen vorgepackt.

- **Privatvermieter Verband Salzburg:** Prospekte komplett verteilt.
- **Hotel Alpenhof, Filzmoos:** Prospekte komplett verteilt.
- **Tourismusverband Oststeiermark:** GGv komplett verteilt, einzelne Wander-, Rad- und Ausflugskarten übriggeblieben.
- **Hotel Der Lärchenhof, Erpfendorf:** Prospekte komplett verteilt.
- **Tourismusverband Viehhofen:** Prospekte komplett verteilt.
- **Tourismusverband Forstau:** Prospekte komplett verteilt.
- **Tourismusverein Algund:** Prospekte komplett verteilt.
- **Alpenmotorrad Hotels:** Prospekte komplett verteilt. Die Karten sind aber auch am Prospekt-Counter hervorragend weggegangen!
- **AlpenSkiHotels:** Prospekte komplett verteilt.

Fazit: Ein solches Event wie die SAiL ist zwar immer eine Garantie, auf ein großes und zahlungskräftiges, potenzielles Urlaubspublikum zu stoßen, aber der Aufwand dafür ist schon enorm hoch. Nicht nur die qm-Preise für die Ausstellungsflächen, sondern insbesondere die Men-Power für täglich 11-12 Stunden Standbetreuung sind sehr teuer. Auf Messen hat man eine geregelte Öffnungszeit von 8 Stunden, auf der SAiL 11-12 Stunden. Bei viel Personal kommen somit ganz schön viele Stunden zusammen, die mit 15 Euro pro Stunde bezahlt werden bzw. Zeitausgleich für unsere Festangestellten. Gott sei Dank machen wir von solchen Events so gut wie keine mehr. Auf der anderen Seite sind solche Events immer eine schöne Abwechslung vom Alltag!

Gesamturteil: ●●●●●●●●●●

Bei der nächsten SAiL in 2030 wieder dabei? Ja.