

## BEWERTUNG SAIL BREMERHAVEN 2015

Dauer:	Mittwoch, 12.08. - Sonntag, 16.08.2015
Öffnungszeiten	täglich 12:00 Uhr bis 24:00 Uhr
Standbetreuung	Ingo, Steffi, Kim, Deborah, Kathleen
Aussteller am ALPenjoy Messestand:	<p><b>Exklusiver Bereich:</b> WMG Wolfsburg Marketing Gesellschaft</p> <p><b>Prospektaufgabe Bereich Deutschland Nord</b> Tourismusverband Landkreis Stade Stadtinfo Buxtehude Logierhus Langeoog Papenburg Tourismus Fleesensee-Touristik Malchow Usedom Tourismus</p> <p><b>Prospektaufgabe Bereich Deutschland Mitte</b> Tourismus Region Braunschweiger LAND Erlebnis Bergwerk Merkers + Werratal + Wartburg-Land Waldeck-Edersee Quedlinburg-Tourismus-Marketing Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft Brandenburg Leipzig Tourismus und Marketing</p> <p><b>Prospektaufgabe Bereich Deutschland Süd</b> Touristik Würzburger Land Landratsamt Neumarkt i.d.Oberpfalz Werbegemeinschaft Kötztinger Land (Bayerischer Wald)</p> <p><b>Prospektaufgabe Bereich Alpen</b> Ferienclub Maierhöfen, Allgäu Pension Martin, Südtirol Hotel Jägerhof, Ötztal/ Tirol Landhotel Hauserbauer, Gasteinertal/ Salzburger Land</p>
Platzierung Messestand	Pavillon 1-4 im Europadorf
Standgröße	100 qm Eckstand mit 2 offenen Seiten (20m x 5m)

**Bewertungen im einzeln:** (0 Sehr schlecht – 10 Sehr gut)

Erkennbarkeit durch die Besucher



## BEWERTUNG SAIL BREMERHAVEN 2015

### Infrastruktur: (0 Sehr schlecht – 10 Sehr gut)

Aufbaufreundlichkeit	Anfahrt:	●●●●●●●●●●
	Abwicklung:	●●●●●●●●●●
	Parkmöglichkeit:	●●●●●●●●●●
	Einfahrt auf das Veranstaltungsgelände:	●●●●●●●●●●
Sicherheitspersonal	Freundlichkeit:	●●●●●●●●●●
	Kompetenz:	●●●●●●●●●●
Messe	Tradition:	●●●●●●●●●●
	Attraktivität der Veranstaltung insgesamt:	●●●●●●●●●●
	Attraktivität der Messestände:	●●●●●●●●●●
	Besucheraufkommen:	●●●●●●●●●●
Hotels an der Veranstaltung:	Verfügbarkeit:	Es gibt zwar Hotels in der Nähe, doch diese sind Monate voraus ausgebucht
	Entfernung von der Veranstaltung ins Zentrum:	500 m
	Anbindung öffentliche Verkehrsmittel:	●●●●●●●●●●
	Preis-/ Leistungsverhältnis:	●●●●●●●●●●
Attraktivität der Stadt und Umgebung:	Kultur:	●●●●●●●●●●
	Nachleben:	●●●●●●●●●●
	Restaurant-Tipp:	Schaufenster Fischereihafen
	Bar-Tipp:	Innenstadt

### Kosten / Nebenkosten der Messe: (0 Sehr schlecht – 10 Sehr gut)

Standfläche:	●●●●●●●●●●
Gastro:	●●●●●●●●●●
W-LAN:	<b>Anmerkung:</b> ALPenjoy hat auf deutschen Veranstaltungen einen eigenen W-LAN Router am Messestand. Jeder ALPenjoy-Aussteller kann sich dort gratis einloggen.

### Besucher: (0 Sehr schlecht – 10 Sehr gut)

Quantität der Besucher	●●●●●●●●●●
Qualität der Besucher:	●●●●●●●●●●
Gesprächsbereitschaft der Besucher	●●●●●●●●●●

## BEWERTUNG SAIL BREMERHAVEN 2015

**Besucher:** (0 Sehr schlecht – 10 Sehr gut)

Angabe von Kontaktdaten durch Besucher	●●●●●●●●●●
Resonanz auf ALPenjoy Katalog	●●●●●●●●●●
<b>Resonanz auf Prospekte:</b>	
bei Prospektaufgabe	●●●●●●●●●●
bei den Unterausstellern, die persönlich anwesend waren	●●●●●●●●●●

### Bemerkungen – meine Meinung zur Veranstaltung:

Die Sail in Bremerhaven ist eines der größten Treffen von Windjammern weltweit und ein absolutes maritimes Topevent. Im 5-Jahresrhythmus kombiniert die Sail ein internationales Treffen der größten Segelschiffe aus aller Welt mit dem Flair eines maritimen Festivals. Das Europadorf ist ein Marketing- und Verkaufsbereich, bestehend aus Pavillonzelten, der in das Gesamtkonzept der Bremerhavener Sail eingebunden ist. Diese Vielfalt ist einer der Gründe für die überaus hohen Besucherzahlen dieses Events. Zwar wurde der Standort des Europadorfes in diesem Jahr leicht in den Außenbereich der Veranstaltung verschoben, dennoch war das Aufkommen interessierter Besucher am Stand höher als erwartet. Vor allem tagsüber nutzten viele Teilnehmer und Besucher die Möglichkeit, sich für ihren nächsten Urlaub inspirieren zu lassen und freuten sich über das kostenlose Angebot am Stand der Urlaubsmeile von ALPenjoy Tourismusmarketing, das nach Aussage vieler Besucher das Gesamtkonzept der Sail wertvoll ergänzte und abrundete. Damit bleiben Veranstaltungen wie die Sail in Bremerhaven auch in den nächsten Jahren eine abwechslungsreiche und erfolversprechende Ergänzung im Messeprogramm von ALPenjoy Tourismusmarketing.

### Meine Beurteilung zur Prospektverteilung:

Die Prospektverteilung lief reibungslos. Positiv beeinflusst durch die Premiurlage im Europadorf der Sail – wir beanspruchten die ersten 4 Zelte – verteilten wir die Prospekte vom ersten bis zum letzten Tag an die Interessierten. Gut präsentiert ist halb gewonnen! Die Aufmachung der Urlaubsmeile war ansprechend und übersichtlich zugleich. Die Prospekte wurden auf Prospekt-Countern platziert. Über jedem Prospekt wurde ein eigens dafür angefertigter A4-Aufsteller hingestellt. Das wirkte sich sehr hilfreich für die Orientierung aus. Zudem wurden die einzelnen Prospekte nach geografischen Gesichtspunkten geordnet: Von Norden nach Süden. Diese Ordnung verhalf jedem Suchenden. Hinzu kommt, dass wir verschiedene Prospekte in Taschen vorgepackt haben. Es gab 4 verschiedene Taschen: Nord, Mitte, Süd, Alpen. Wenn sich jemand für den Norden interessiert hat, bekam er gleich die entsprechenden Verzeichnisse kompakt zusammen!

Diese Vorgehensweise führt dazu, dass die Ziele der Verteilung erreicht wurden. Ein Vorteil ist auch, dass interessierte Gäste auch Prospekte von den Orten mitnehmen, für die sie sich zunächst eigentlich nicht interessieren, aber dann beim Auspacken der Tasche dann evtl. doch Interesse zeigen. Anders ist eine so hohe Verteilungsquote bei dieser Vielfalt an Regionen gar nicht möglich. Bei den Besuchern kommt diese Praxis sehr gut an! Diverse Gespräche mit Besuchern wurden geführt und dies wurde uns so bestätigt. Die Urlaubsmeile in der jetzigen Form ist ein Erfolgsmodell.

Gesamtnote „Sail Bremerhaven 2015“:	●●●●●●●●●●
-------------------------------------	------------

### Urteil für Anmeldung in 2020:

Wieder dabei sein? Ja!