



Sächsischer Weinbautag 2014

Tage des offenen Weingutes in Sachsen



Tage des offenen Weingütes in Sachsen 2012



Herzlich willkommen!
Ihre Sächsische Weinkönigin

20. Jhd.
Sächsische Weinstraße

Tage des offenen Weingütes in Sachsen 2013



Herzlich willkommen!
Ihre Sächsische Weinkönigin

Beteiligung

- Positive Entwicklung der Anzahl der teilnehmenden Weingüter (19 ↗ 34)



Bekanntheit

- Hoher deutschlandweiter Bekanntheitsgrad



„Standards“/ Imageaufbau/ Gemeinschaftsveranstaltung

- 3er Weinprobe mit 3 x 0,1 l Wein zu einem Einheitspreis von 6 €
- Sonderbusverkehr: Tagesticket 5 € inkl. einem 0,1 l Glas Wein



Vielfalt der Programme

- einige Weingüter lassen sich etwas Besonderes einfallen



Ausschilderung

- Ausschilderung der Wege von Haltestelle (ÖPNV oder Sonderbusverkehr) bis Weingut



Beteiligung an 3er Weinprobe

- fehlendes Angebot einer 3er Weinprobe in einigen Weingütern
- Alternative: Wegfall des gemeinschaftlichen Angebotes → Imageeinbuße der Veranstaltung



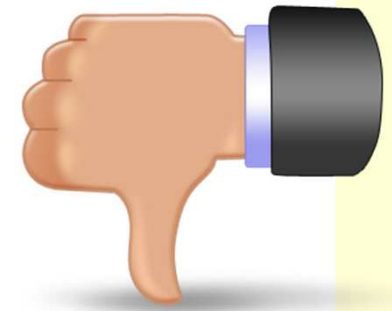
Einlösung Fahrkarte Sonderbus

- Fehlende Bereitschaft zur Einlösung des 0,1 l Glas Wein bei Vorzeigen der Fahrkarte Sonderbusverkehr
- Alternative: Verzicht auf Glas Wein → Reduzierung der Leistung bei gleichbleibendem Ticketpreis → ggfs. Verärgerung/ Rückgang Fahrgäste/ Wegfall des Sonderbusverkehrs



„Inoffizielle“ Teilnahme

- Einige Weingüter, Straußwirtschaften und Gastronomiebetriebe nehmen nicht offiziell teil, öffnen jedoch Türen und ziehen Gäste an
- Bitte um Mithilfe bei Überzeugungsarbeit zur offiziellen Teilnahme



Datenlieferung

- Zuarbeiten z. T. nicht termingerecht und nur nach mehrmaligen Aufforderungen
- Zeitraubend und dadurch Verzug Erscheinungstermin



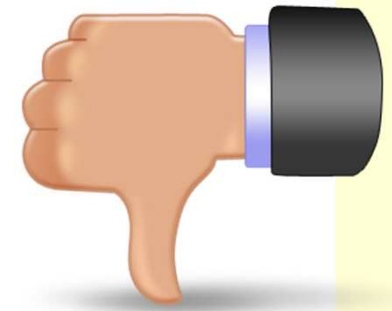
Zahlungsmoral

- Bezahlung der Rechnungen teilweise erst nach 3 Mahnungen
- Rückkehr zur Vorauszahlung?



Vertrieb Faltblätter

- z. T. mangelnde Bereitschaft zur Abholung und Vertrieb der Faltblätter
- Vertrieb durch alle = Nutzen für alle



Fazit

- Alle sollten an einem Strang ziehen → Standards garantieren
- Sonst bald „Sammelsurium“ von Hoffesten → Imageverlust der Veranstaltung
- Fokussierung nicht auf Umsatzmaximierung, sondern auf Erhöhung Bekanntheitsgrad des Weinanbaugebietes Sachsen und positive Imagewerbung betreiben

Fragen & Diskussion

Meinungen, Lösungen,
Anregungen, Ideen





Kontakt:

Tourismusverband Sächsisches Elbland e. V.

Kerstin Rosenbaum

Tel. 0 35 21 / 76 35 20

Kerstin.Rosenbaum@elbland.de

www.elbland.de