

Dresden, 20. August 2009

Pressemitteilung

Erfolgsbilanz – Dresdner Händler und Hoteliers äußern sich positiv über Dresdner Stadtfest

Am Sonntag, dem 16. August, ging mit einem großen Feuerwerk das 11. Dresdner Stadtfest zu Ende. Die Dresden Marketing GmbH hat mit Unterstützung des Fördervereins Dresdner Stadtfest e. V. während des Stadtfestes und unmittelbar danach Besucher, Händler und Hoteliers nach ihrer Meinung zum Stadtfest befragt.

„Die Einschätzungen der Dresdner Bürger und Unternehmer ermöglichen eine inhaltliche und wirtschaftliche Bewertung dieser Großveranstaltung“, sagt Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Dresden Marketing GmbH. Weitere Meinungen und Vorschläge nimmt die DMG per E-Mail an romy.damm@marketing.dresden.de gern entgegen.

„Weiterhin sind wir während des Stadtfestes auch mit anderen Veranstaltern ins Gespräch gekommen und haben Erfahrungen ausgetauscht. So haben sich beispielsweise das Tourismusamt München und das Genfer Festival über das Stadtfest-Konzept vor Ort informiert“, fügt Dr. Bunge hinzu.

Stimmen von Dresdner Händlern und Hoteliers

Thorsten Kemp, Center-Manager der Altmarkt-Galerie Dresden, betont: „Dresden braucht dieses jährliche Volksfest. Zwar ist erfahrungsgemäß das Stadtfest-Wochenende trotz der vielen Menschen für den Einzelhandel kein maßgeblicher Umsatzfaktor, gleichwohl sehen die vielen Besucher immer das ein oder andere modische Kleidungsstück im Schaufenster und kaufen es. Insgesamt haben wir ein sehr schönes Stadtfest erlebt, besonders hervorzuheben ist hier die Einbeziehung des Altmarktes. Sehr gut und auffällig war außerdem, dass überall, speziell am Postplatz und Altmarkt, aber auch an anderen Stellen, viel für Kinder angeboten wurde. Dieser kinder- bzw. familienfreundliche Ansatz sollte weiter fortgeführt werden.“

Wolfgang Wirz, Filial-Geschäftsführer der KARSTADT Warenhaus GmbH in Dresden, fordert beispielsweise mehr kulturelle Angebote: „Wir haben uns, zusammen mit dem Citymanagement, immer für ein niveauvolleres Stadtfest mit kulturellen Anteilen ausgesprochen. Den Leuten ist nach Feiern und Zerstreuung zumute und sie genießen das Fest – erst recht bei diesem Wetter. Das Gesamtniveau hat in den letzten Jahren deutliche Fortschritte gemacht.“

„Durch das herrliche Sommerwetter waren die Rahmenbedingen perfekt. Nicht nur unser Hotel, sondern auch die anderen umliegenden Hotels am Neumarkt waren am Freitag und Samstag gut belegt“, sagt Hans J. Kauschke, General Manager des Steigenberger Hotel DE SAXE. „Die vielen Stadtfest-Angebote kamen bei den Gästen gut an.“

Der Vorstandsvorsitzende des DEHOGA Sachsen – Regionalverband Dresden e.V., Jan Burghardt, bestätigt ebenso eine teilweise höhere Auslastung der Dresdner Hotels im Rahmen des Stadtfestes.

„Vermehrt gab es so genannte Walk-ins, das heißt die Besucher kamen verstärkt ohne vorherige Reservierung nach Dresden und haben direkt vor Ort im Hotel eine Übernachtung gebucht.“
 „Auch wir beurteilen das Stadtfest sehr positiv. Es hat das gute Image der Stadt gestärkt. Am Samstag und Sonntag haben wir circa 25 bis 30 Prozent mehr Fahrgäste befördert. Zu Stoßzeiten, insbesondere abends, waren unsere Verkehrsmittel trotz einer umfangreicheren Angebotsverstärkung sehr voll. Unser Konzept zur Wiederbelebung des Postplatzes im Rahmen dieses Festes wurde von den Besuchern sehr gut angenommen“, sagt Jan Bleis, Centerleiter Verkehrsmanagement / Marketing der Dresdner Verkehrsbetriebe AG.

Ergebnisse der Besucherumfrage

Mitglieder des Fördervereins Dresdner Stadtfest e. V. und die Mitarbeiter der Dresden Marketing GmbH haben im Rahmen des 11. Dresdner Stadtfestes über 1.000 Besucher zu ihren Eindrücken und Meinungen befragt und um eine Bewertung mit der Note 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) gebeten.

Insgesamt 92,9 Prozent bewerten das Dresdner Stadtfest als gut bis sehr gut. 28,6 Prozent vergaben die Note 1, 64,3 Prozent die Note 2 und 7,1 Prozent die Note 3 (befriedigend). Fast Dreiviertel der Befragten gaben an, dass ihnen das Veranstaltungsprogramm sehr gut (25 Prozent) bzw. gut (48,2 Prozent) gefallen hat.

Auf die Frage „Wie beurteilen Sie die Vielfalt des gastronomischen Angebots?“ antworteten 37,5 Prozent mit sehr gut und 55,4 Prozent mit gut. Im Vorfeld sehr gut oder gut informiert über das Stadtfest fühlten sich sechs von zehn Personen (21,4 Prozent/42,9 Prozent). Insgesamt 76,8 Prozent gaben dem Service vor Ort die Note 1 (16,1 Prozent) bzw. 2 (60,7 Prozent).

„Dieses Ergebnis zeigt, dass das Dresdner Stadtfest von den Dresdner Bürgern und Besuchern gut angenommen wurde. Bedanken möchte ich mich noch einmal bei den 1.500 Helfern, Sponsoren und Partnern, ohne sie hätten wir dieses großartige Stadtfest nicht realisieren können“, betont Dr. Bettina Bunge. „Besonders erwähnen möchte ich auch noch einmal die 110 Mitarbeiter der Stadtreinigung Dresden, sie haben an den drei Stadtfesttagen insgesamt 40,73 Tonnen Müll eingesammelt.“

Ostdeutschlands größtes Stadtfest lockte vom 14. bis 16. August 2009 insgesamt 420.000 Besucher, davon circa 100.000 Kinder und Jugendliche, in die Dresdner Innenstadt. Insgesamt 450 Programmpunkte und Aktionen gab es auf den 17 Veranstaltungsflächen zu erleben.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.dresden.de/Stadtfest.

Fachkontakt Stadtfest:

Dresden Marketing GmbH

Romy Damm, Telefon: +49 351 50173-136
 romy.damm@marketing.dresden.de,
www.dresden.de/stadtfest