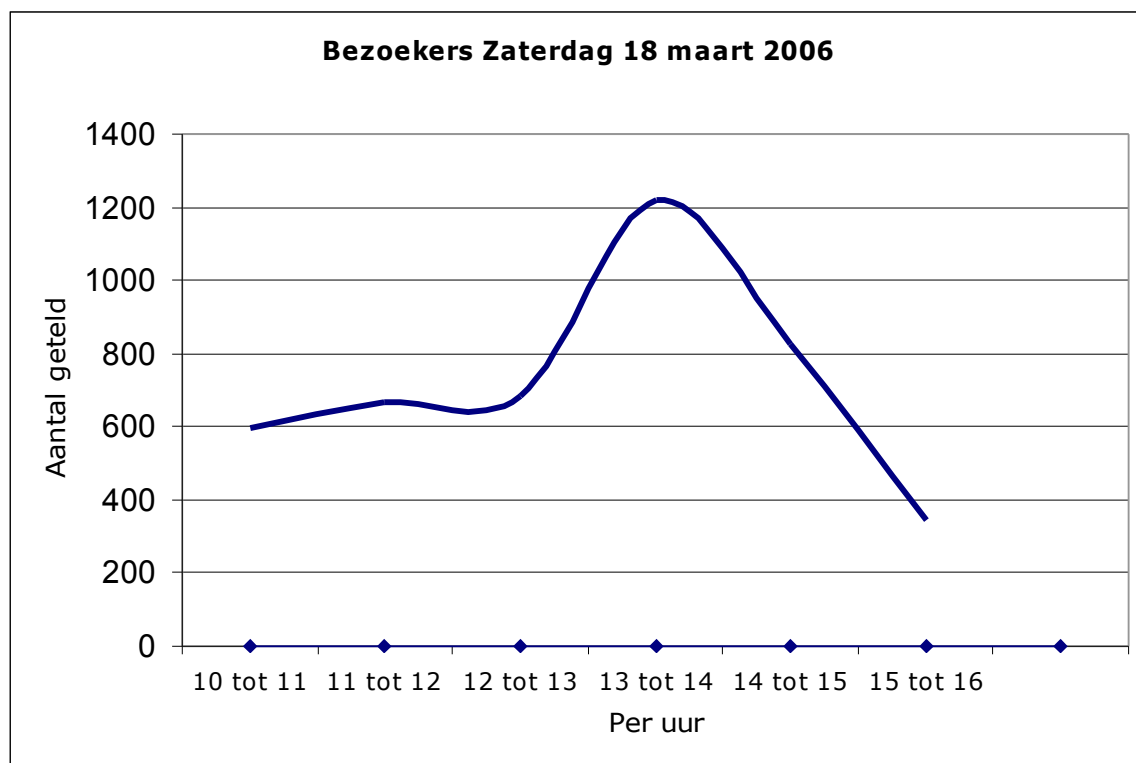




Rapportage Rotterdam LiViN' 20 maart 2006

Rotterdam LiViN' 2006 – bezoekersaantallen



10 tot 11	11 tot 12	12 tot 13	13 tot 14	14 tot 15	15 tot 16	Totaal
595	669	685	1217	827	344	4337

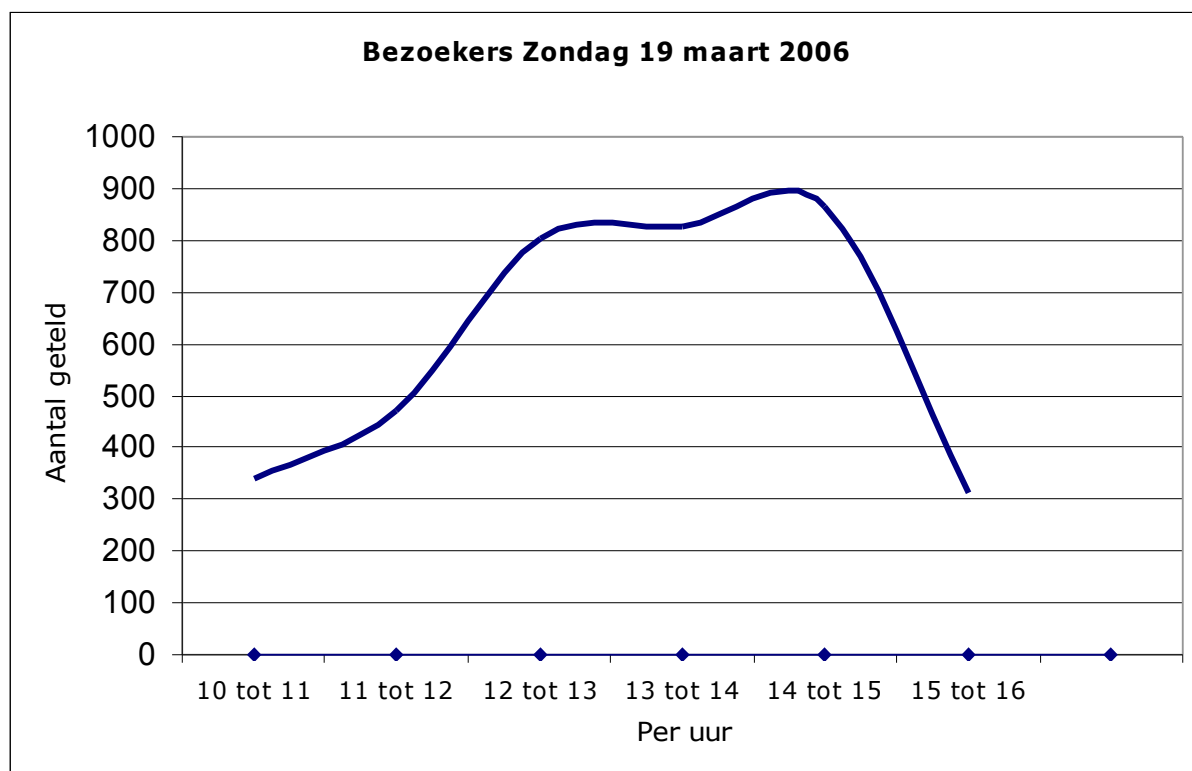
Tellingmethode

Min / plus telling met twee tellers waarbij zowel de inkomende als uitgaande bezoekers geteld zijn. Eindtelling was + 66 (verschil tussen ingaand en uitgaand). Verschil verwerkt. Registratie op tellijst per uur met nulstellen van teller na iedere registratie. Alleen registratie exclusief personeel en deelnemers. Alleen registratie van (op het oog) volwassen bezoekers.

Vergelijking met Rotterdam LiViN' 2005

Flinke toename aantal bezoekers! Noot organisatie; toename aantal bezoekers in minder openingsuren!

Rotterdam LiViN'2006 – bezoekersaantallen



10 tot 11	11 tot 12	12 tot 13	13 tot 14	14 tot 15	15 tot 16	Totaal
411	688	905	1025	983	349	4361

Tellingmethode

Min / plus telling met twee tellers waarbij zowel de inkomende als uitgaande bezoekers geteld zijn. Eindtelling was + 82 verschil tussen ingaand en uitgaand. Verschil verwerkt. Registratie op tellijst per uur met nulstellen van teller na iedere registratie. Alleen registratie exclusief personeel en deelnemers. Alleen registratie van (op het oog) volwassen bezoekers.

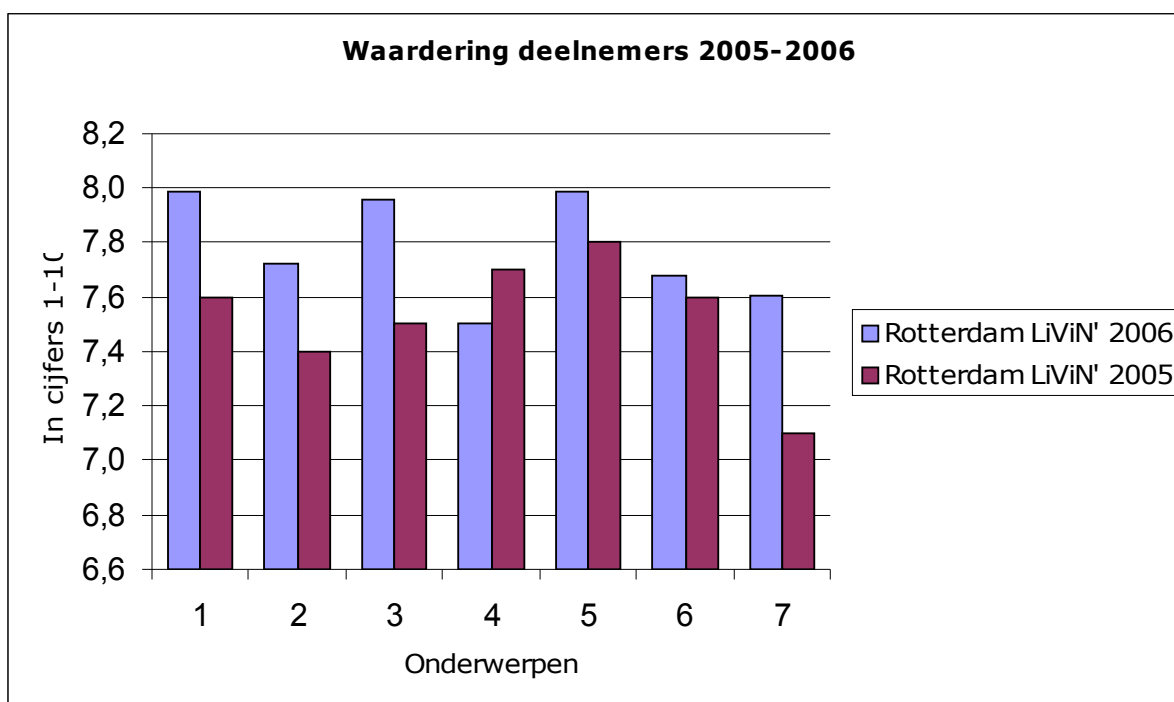
Vergelijking met Rotterdam LiViN' 2005

Zeer geringe afname aantal bezoekers op zondag.

Totaal aantal bezoekers Rotterdam LiViN' 2006 8.698.

Rotterdam LiViN'2006 - Tevredenheidsmeting deelnemers

Aan de deelnemers zijn op zondag 19 maart 2005 tussen 14.00 en 15.30h een aantal elementaire vragen gesteld door onpartijdige enquêtrices. Om een objectief beeld te schetsen zijn deze niet door de organisatie voorzien van voorinformatie. Aan de deelnemers is gevraagd een waarderingcijfer te geven in een schaal van 1 tot 10 waarbij 1 als laagste geldt en 10 als hoogste cijfer.

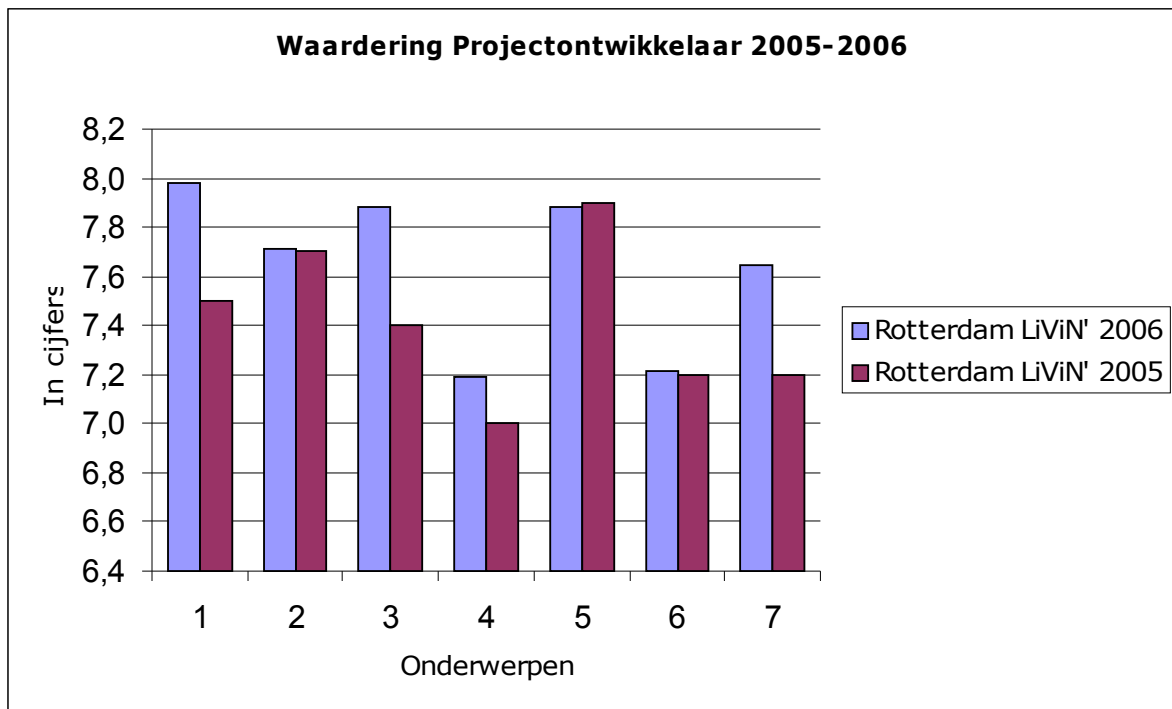


1. Hoe is uw algemene indruk van het evenement.
2. Hoe waardeert u de organisatie van het evenement.
3. Hoe waardeert u de wijze van marketing rondom het evenement.
4. Hoe waardeert u de standbouw en / of technische ondersteuning.
5. Hoe waardeert u de locatie
6. Hoe waardeert u de kwaliteit van de bezoekers.
7. Hoe waardeert u het aantal bezoekers.

Gemiddeld waarderingcijfer gemeten over alle onderwerpen
 (in 2005 was dit gemiddeld 7,5)

7,8

Rotterdam LiViN'2006 - Tevredenheidsmeting deelnemers – per sector

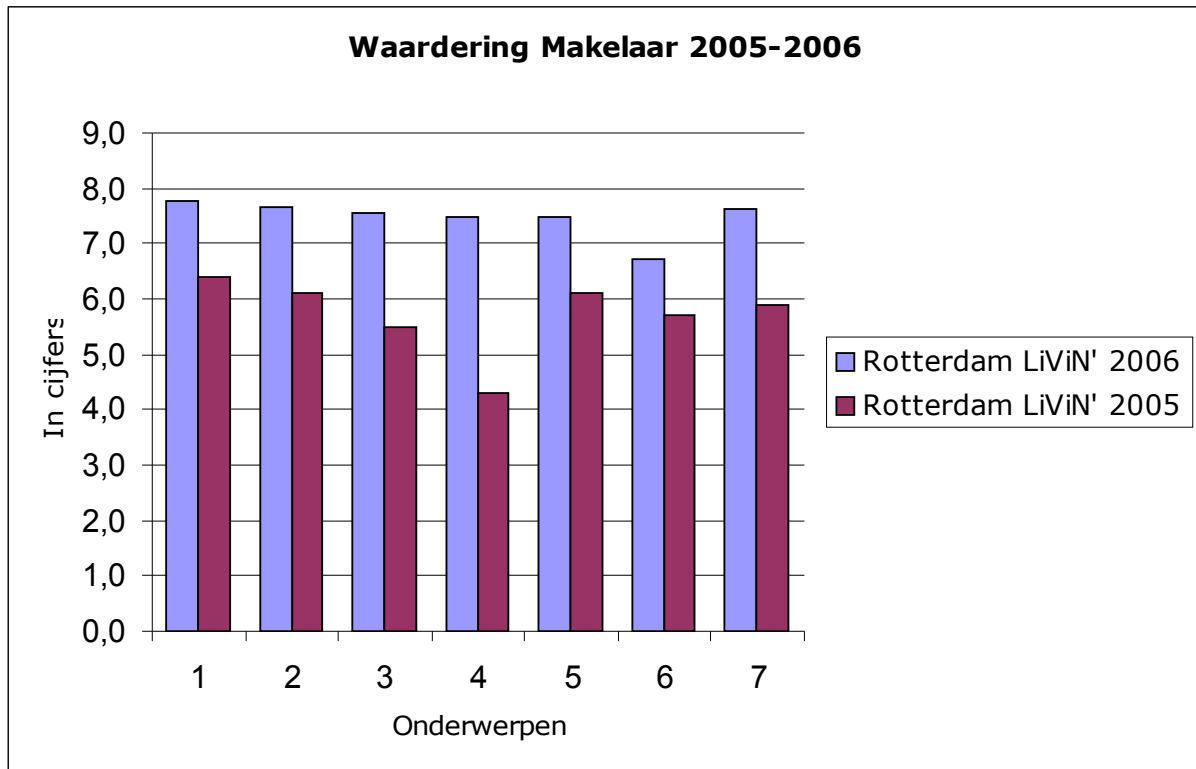


1. Hoe is uw algemene indruk van het evenement.
2. Hoe waardeert u de organisatie van het evenement.
3. Hoe waardeert u de wijze van marketing rondom het evenement.
4. Hoe waardeert u de standbouw en / of technische ondersteuning.
5. Hoe waardeert u de locatie
6. Hoe waardeert u de kwaliteit van de bezoekers.
7. Hoe waardeert u het aantal bezoekers.

Gemiddeld waarderingcijfer gemeten over alle onderwerpen
 (Was in 2005 gemiddeld 7,5)

7,6

Rotterdam LiViN'2006 - Tevredenheidmeting deelnemers – per sector

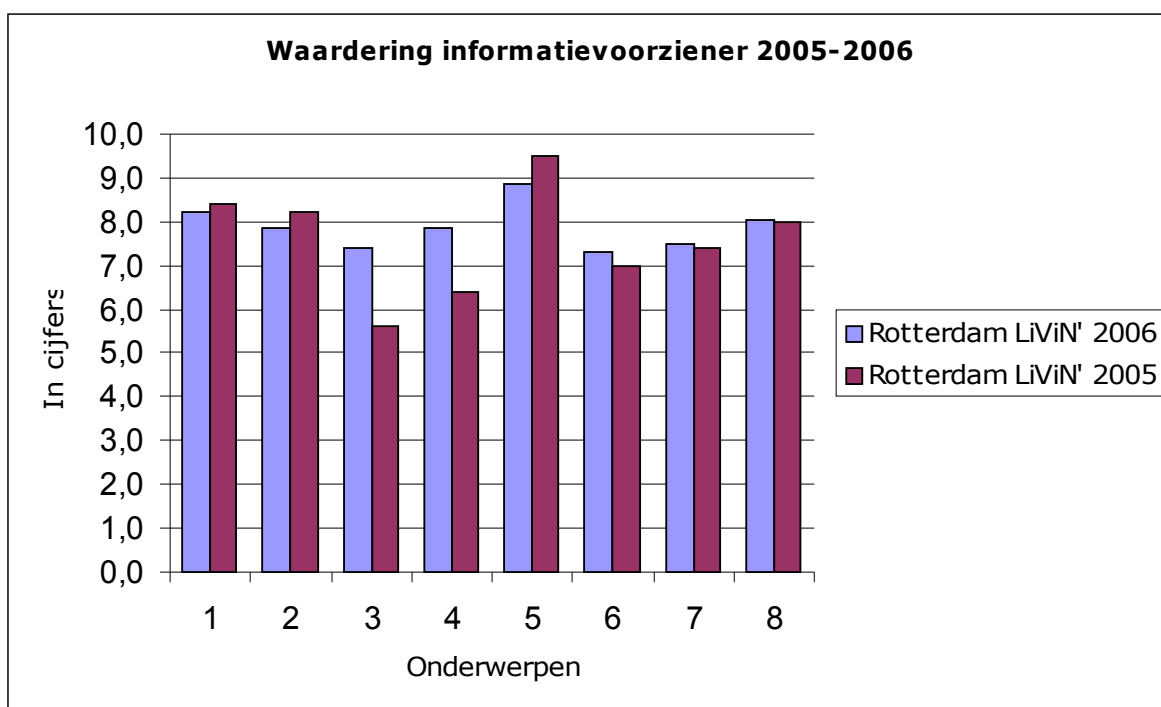


1. Hoe is uw algemene indruk van het evenement.
2. Hoe waardeert u de organisatie van het evenement.
3. Hoe waardeert u de wijze van marketing rondom het evenement.
4. Hoe waardeert u de standbouw en / of technische ondersteuning.
5. Hoe waardeert u de locatie.
6. Hoe waardeert u de kwaliteit van de bezoekers.
7. Hoe waardeert u het aantal bezoekers.

Gemiddeld waarderingcijfer gemeten over alle onderwerpen
(Was in 2005 gemiddeld 7,3)

7,5

Rotterdam LiViN'2005 - Tevredenheidmeting deelnemers – Per sector

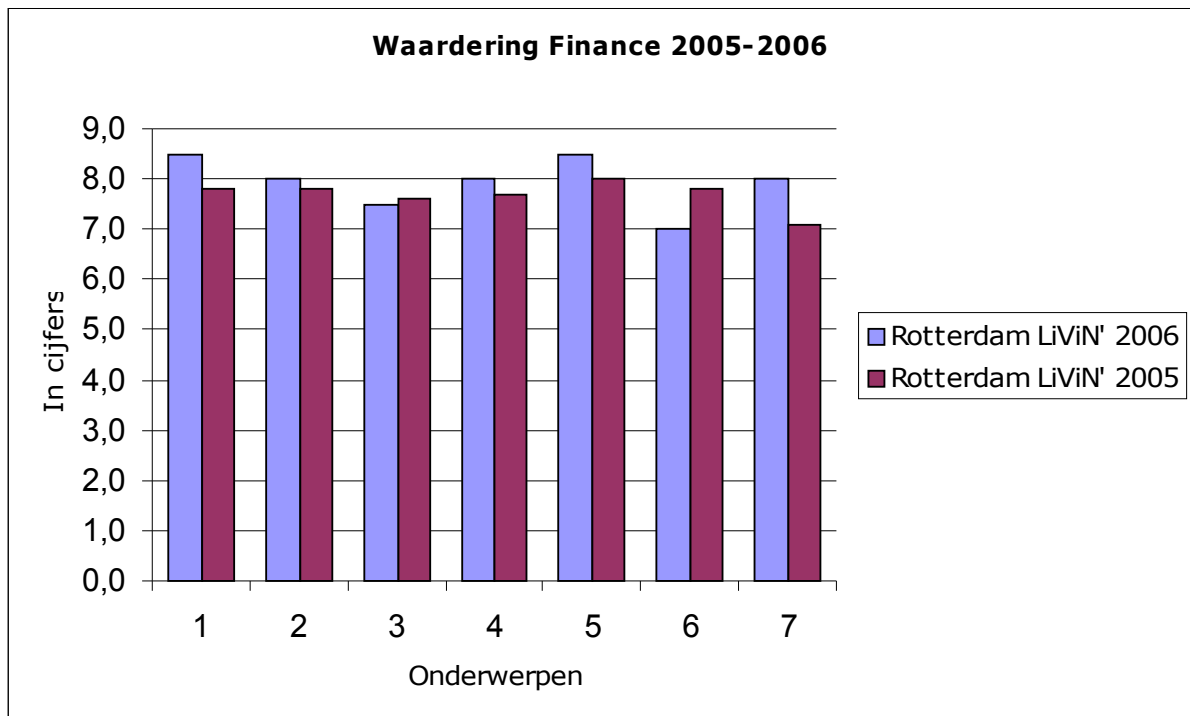


1. Hoe is uw algemene indruk van het evenement.
2. Hoe waardeert u de organisatie van het evenement.
3. Hoe waardeert u de wijze van marketing rondom het evenement.
4. Hoe waardeert u de standbouw en / of technische ondersteuning.
5. Hoe waardeert u de locatie.
6. Hoe waardeert u de kwaliteit van de bezoekers.
7. Hoe waardeert u het aantal bezoekers.

Gemiddeld waarderingcijfer gemeten over alle onderwerpen
(Was in 2005 gemiddeld 8,0)

8,1

Rotterdam LiViN'2006 - Tevredenheidmeting deelnemers – Per sector



1. Hoe is uw algemene indruk van het evenement.
2. Hoe waardeert u de organisatie van het evenement.
3. Hoe waardeert u de wijze van marketing rondom het evenement.
4. Hoe waardeert u de standbouw en / of technische ondersteuning.
5. Hoe waardeert u de locatie.
6. Hoe waardeert u de kwaliteit van de bezoekers.
7. Hoe waardeert u het aantal bezoekers.

Gemiddeld waarderingcijfer gemeten over alle onderwerpen
(Was in 2005 gemiddeld 7,7)

7,9

Rotterdam LiViN 2006 - Suggesties deelnemers

In de enquête is tevens gevraagd naar suggesties. De volgende suggesties zijn door de deelnemers opgegeven.

Betere parkeergelegenheid (1)	10
Betere catering (2)	7
Betere klimaatbeheersing (3)	6
Vriendelijker barpersoneel	3
Betere schoonmaak	2

Ter vergelijking de suggesties uit 2005.

Nog meer bezoekers	1
Aparte lunchlocatie voor deelnemers, betere catering	5
Betere en vindbare website	2
Grotere opzet evenement	2
Betere klimaatbeheersing	6
Vriendelijker barpersoneel	2
Nummering en verwijzing naar stands werkt niet	4
Betere marketing	4
Betere naam	6
Parkeerplaatsen voor gasten	2

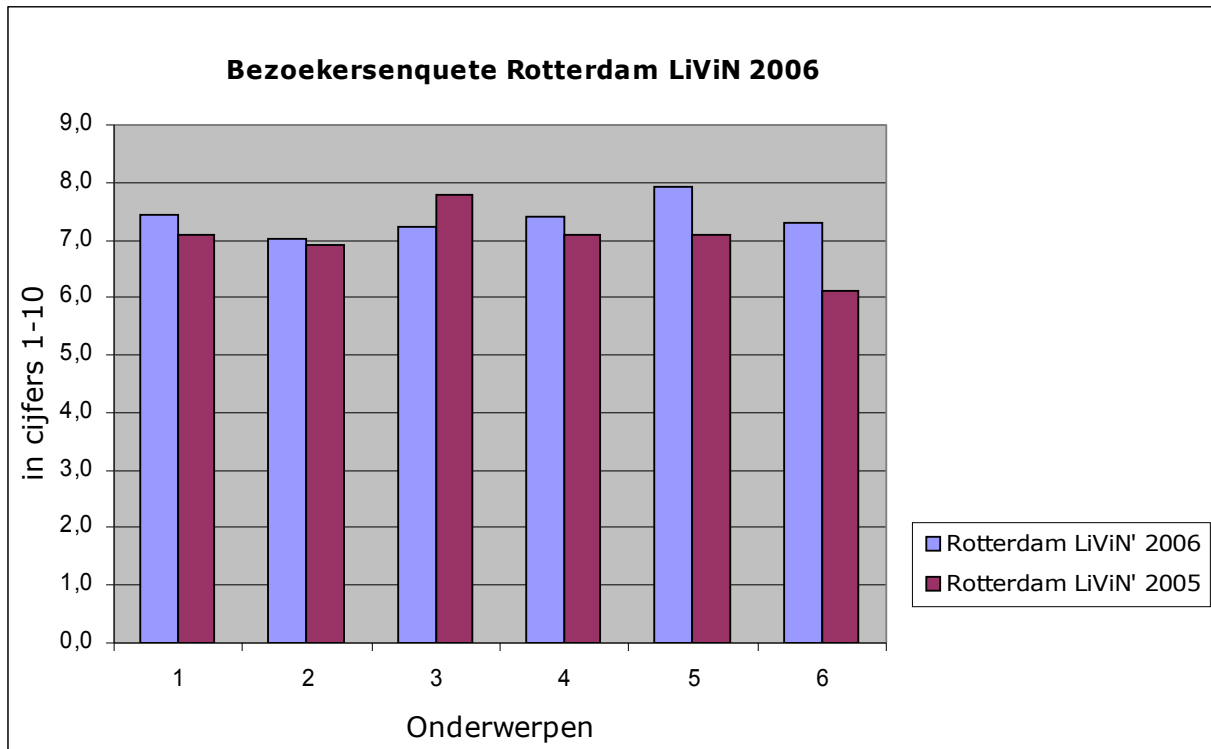
1.Noot organisatie, parkeerproblemen zijn vooral ontstaan op zaterdag omdat de westelijke parkeerplaats was afgesloten in verband met Amerikaans marineschip. Op ons verzoek aan de Amerikaanse marine om te verplaatsen werd niet gereageerd.

2.Noot organisatie, klachten over catering kwamen hoofdzakelijk van deelnemers die een lunchboxje hadden besteld, het lunchbuffet werd als excellent beschouwd.

3.Noot organisatie, warmte en koude zijn inherent aan de Cruise Terminal Rotterdam.

Rotterdam LiViN'2005 - Tevredenheidsmeting bezoekers

Onder de bezoekers van Rotterdam LiViN' 2005 hebben wij een enquête afgenomen met een aantal vragen. Hieronder de resultaten.



- Algemene indruk: Hoe is u algemene indruk van het evenement
- Faciliteiten: Hoe waardeert u de faciliteiten (kinderopvang, parkeren, horeca).
- Verwachtingspatroon: Heeft het evenement voldaan aan uw verwachtingspatroon
- Aanbod: Hoe waardeert u het totale aanbod van de deelnemers
- Locatie: Hoe waardeert u de Cruise Terminal Rotterdam
- Naamkeuze: Hoe waardeert u de keuze voor de naam Rotterdam LiViN'

Enquêtemethode

Enquête afgenomen onder 200 bezoekers zaterdag en zondag nadat deze bezoekers de beurs hadden bezocht. Getracht is om een dwarsdoorsnede van de bezoekers te enquêteren.

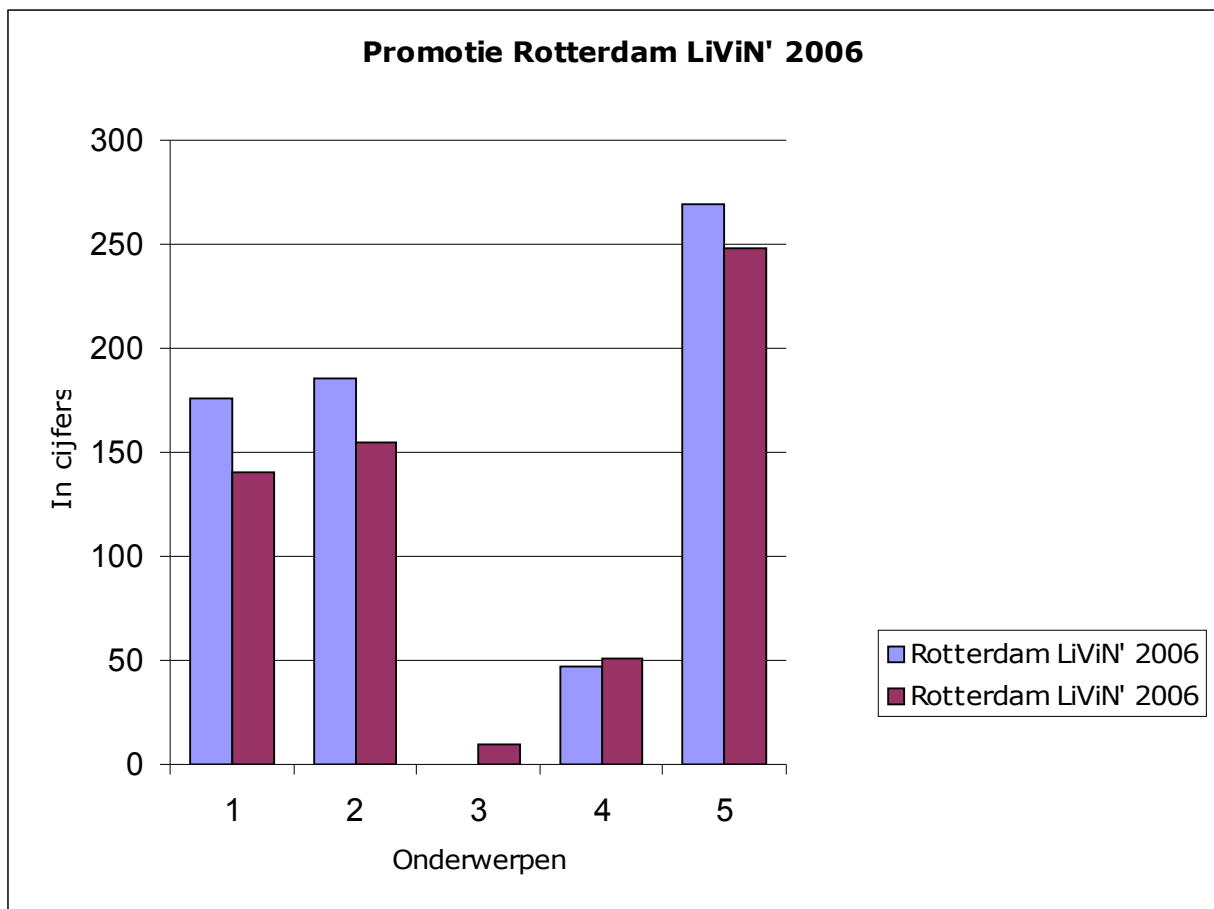
Gemiddeld waarderingcijfer gemeten over alle onderwerpen

7,3

(Was in 2005 gemiddeld 6,7)

Rotterdam LiViN'2005 – Media

Aan de bezoekers van het evenement is gevraagd op welke wijze zij kennis hadden genomen van het evenement. Hieronder de resultaten.



- | | |
|--------------|--|
| 1.Outdoor: | Driehoeksborden, publicatieborden etc |
| 2.Print: | Gedrukte media zoals huis-aan-huis krant |
| 3.Radio: | Radioreclame |
| 4.Internet: | Website |
| 5.Makelaars: | Mailing klanten van makelaars |

Enquêtemethode

Enquête afgenomen onder 400 bezoekers zaterdag en zondag . Getracht is om een dwarsdoorsnede van de bezoekers te enquêteren.

Analyse en conclusie organisatie

Algemeen

In het algemeen kunnen wij stellen dat Rotterdam LiViN' 2006 een succesvol evenement is geweest. Bezoekersaantallen en waardering deelnemers en bezoekers zijn gestegen. Hieronder een aantal kanttekeningen.

Positieve zaken

1. Aantal bezoekers is fors toegenomen met bijna 700 bezoekers.
2. Waardering deelnemers over de hele linie beduidend hoger, in het bijzonder geldt dit voor de wijze van organisatie en promotie van het evenement.
3. Met name bij de makelaars en finance is de waardering toegenomen.
4. Ook bij de bezoekers is de waardering toegenomen
5. De promotie via de h-a-h special heeft prima gewerkt.

Aandachtspunten

1. De telling vertoont piekuren waarbij bijvoorbeeld op zaterdag in één uur tijd meer dan 1.200 bezoekers binnen kwamen. Dit heeft wellicht geleid tot overbelasting deelnemers. Volgend jaar derhalve streven naar een meer gelijkmatige verdeling over de dag.
2. De algemene waardering van de deelnemers is goed. Aandacht voor de relatie tussen de waardering aantallen bezoekers en kwaliteit van de bezoekers. Beide zijn gestegen echter niet in verhouding. Derhalve wellicht volgend jaar nog meer aandacht voor de kwaliteit van de bezoekers.
3. Er is een kleine daling in de waardering van het verwachtingspatroon van de bezoekers. Aandacht hiervoor.

Knelpunten

Zowel bij de deelnemers als bij de bezoekers zijn de volgende knelpunten gesignaleerd. Overigens komen we dit jaar tot 5 knelpunten, in 2005 waren dat er 10!

1. Betere parkeergelegenheid
2. Betere catering.
3. Betere klimaatbeheersing.
4. Vriendelijker barpersoneel.
5. Betere schoonmaak.

Ad 1. Betere parkeergelegenheid

De parkeerplaatsen liepen het weekend aardig vol. Dit werd mede veroorzaakt door de aanwezigheid van een marineschip waardoor de westelijke parkeerplaats tot verboden gebied was verklaard. Tevens werd gesignaleerd dat de meeste deelnemers met één persoon in één auto kwamen. Daardoor liep de gereserveerde parkeerplaats erg snel vol. Suggestie voor volgend jaar is dan ook het beperken van deelnemersparkeerplaatsen en het mogelijk inhuren van de overdekte parking aan het eind van de pier. Voor de bezoekers adviseren wij meer te gaan werken met openbaar vervoer en dat voor 2007 ook zo te promoten. Wellicht een oplossing treffen samen met de RET?

Ad 2. Betere catering

Deze suggestie kwam voornamelijk van deelnemers met lunchboxen in plaats van lunchbuffet. Deze klacht horen wij nu voor het tweede jaar, reden voor ons om voor 2007 géén lunchboxen meer aanbieden en alleen te werken met lunchbuffetten voor de deelnemers.

Ad 3. Klimaatbeheersing

Het te koud of in dit geval te warm zijn van de locatie is inherent aan de klassieke bouw van de Cruise Terminal Rotterdam. Door de structuur is het bijna onmogelijk om de temperatuur op een gelijk niveau te houden.

Ad 4. Vriendelijker barpersoneel

Deze suggestie is inmiddels opgenomen met Dudok Catering.

Ad 5. Betere schoonmaak

Twee deelnemers klaagden over de schoonmaak van met name hun tapijttegels en vloerbedekking. Wij hebben deze klacht opgenomen met de Cruise Terminal Rotterdam.