

JAHRESBERICHT 2014 DER STEUERUNGSGRUPPE CITY- MARKETING HOFHEIM

Auch im Jahr 2014 konnten sich die Bürgerinnen und Bürger Hofheims sowie zahlreiche Besucher der Kreisstadt über ein breites Angebot an Veranstaltungen und Aktivitäten in Kernstadt und Stadtteilen freuen. Insbesondere neue Events, wie SwimCity im Sommer, der ersten „Lebendigen Grippe“ beim Adventsmarkt oder dem „Eiszauber-Fest“ am letzten Sonntag im Jahr, konnten hierzu beitragen. Gleichwohl musste auch in diesem Jahr dem Spargebot im Rahmen der Haushaltskonsolidierung Rechnung getragen und die sogenannten „Freiwilligen Ausgaben“ auf das möglichste minimiert werden. Mit Blick darauf, dass insbesondere die Leistungen für Tourismus und Wirtschaftsförderung (Stadtmarketing) durch das Land Hessen zu 100% als *Freiwillige Leistungen* eingestuft wurden, werden vor allem in den kommenden Jahren, auch bei zum Teil über Jahrzehnte hinweg liebgewonnenen Veranstaltungen, Einschnitte verkraftet werden müssen. So wird künftig nicht nur das beliebte KreisStadtSommer-Eröffnungsfest mit einem deutlich geringeren Etat auskommen müssen. Ein aktives Stadtmarketing, wie es auch in diesem Jahr wieder stattgefunden hat, wird es natürlich auch weiterhin, wenn auch unter teils geänderten Rahmenbedingungen, geben und die Mitglieder der Steuerungsgruppe City-Marketing werden sich erneut den Problemen und Wünschen des Handels sowie der Besucher unserer Stadt stellen. Attraktive Lösungen zur Belebung und Festigung eines aktiven Stadtmarketings werden auch in Zukunft angeboten. Mit erfolgreichen Kooperationen, wie beispielsweise dem zeitgleich stattgefunden Sommernachtsmarkt in der Hauptstraße und dem Event SwimCity auf dem Kellereiplatz, oder dem Eiszauber-Fest mit verkaufsoffenem Sonntag, sollen Möglichkeiten geschaffen werden, die gewohnt hohe Attraktivität innerstädtischer Veranstaltungen aufrecht zu halten und die Menschen auch künftig an einem aktiven Stadtleben teilhaben zu lassen.

Zudem muss der innerstädtische Einzelhandel auch weiterhin intensiv gefördert werden. Denn dieser steht vor großen Herausforderungen. Neben dem Strukturwandel innerhalb der Branche konkurriert er mit dem Onlinehandel der zweistellige Zuwachsraten generiert. Es sollen daher auch weiterhin verkaufsoffene Sonntage angeboten werden, stellen diese – neben anderen strukturellen Maßnahmen der Innenstadtentwicklung – doch ein wichtiges Stadtmarketinginstrument dar. Verkaufsoffene Sonntage sind nicht nur wichtige Frequenz- und Umsatzbringer sondern erweitern nachweislich das Einzugsgebiet und dienen damit der so wichtigen Neukundengewinnung. Auch in Hofheims Innenstadt hat der Einzelhandel mit diesem Strukturwandel zu kämpfen, weshalb City-Marketing Hofheim auch künftig dazu beitragen wird, die notwendigen Voraussetzungen zur Durchführung von verkaufsoffenen Sonntagen zu gewährleisten. Den Bestand von derzeit 85 Einzelhändlern sowie nochmals über 100 Dienstleister und gastronomische Betriebe, allein in der historischen Altstadt, gilt es nicht nur zu pflegen, sondern auch zu fördern. Auch für künftige Generationen soll Hofheim mehr als nur ein Wohnort sein. Dafür ist ein vielfältiges kulturelles Angebot ebenso wichtig, wie ein abwechslungsreicher Einzelhandel.

Die Mitglieder der Steuerungsgruppe sind:

Bürgermeisterin Gisela Stang, Stadtverordnetenvorsteher Wolfgang Vater, Erster Stadtrat Wolfgang Exner, Stadtrat Wolfgang Winckler, FB 1-Leitung Heide Fink, stellv. Pressesprecher Jonathan Vorrath, Wirtschaftsförderer Thorsten Kolar. Vom Vorstand des Gewerbevereins IHH e.V.: Bernd Wischert, Martin Buch und Kurt Soucek, sowie Benjamin Böcker, Centermanager des Chinon Centers. Von der Bürgervereinigung Hofheimer Altstadt: Andreas Friedrich.

Mit der nachfolgenden Einzelbetrachtung sollen die unterschiedlichen Aktivitäten des Stadtmarketings dargestellt und ein Überblick zu Besucherfrequenzen, Kosten und zukünftigen Aktionen dargestellt werden.

Nachstehend die Gliederung der Berichterstattung zu den einzelnen Aktivitäten:

Teil 1 – Von City-Marketing initiierte Aktionen

Teil 2 – Von City-Marketing unterstützte Aktionen

Teil 3 – Aktionen Dritter, die im Sinne von CM agiert haben

Teil 4 – Touristische Aktivitäten

Teil 5 – Zusammenfassung und Ausblick

Teil 1 – Von City-Marketing initiierte Aktionen

5. Hofheimer Businessstag, 22. – 23. März 2014

Kurzbeschreibung:	B2B- und B2C-Messe, die dem Aufbau und der Pflege von Kontakten zwischen Hofheimer Unternehmen und dem Austausch innovativer Ideen dient und zudem auch den Endkunden ansprechen soll. Praxisnahe Impulsreferate im Obergeschoss haben die Ausstellung im großen Saal der Stadthalle und des Foyers begleitet.
Veranstalter / Organisator:	Wirtschaftsförderung Stadt Hofheim / Eventagentur RheinEmotion
Mitwirkende	Wirtschaftsförderung / rd 150 Unternehmen
Ziel der Veranstaltung	<ul style="list-style-type: none">- Neue Kunden finden- Bestehende Kunden binden- Neue Trends und Ideen für das eigene Geschäft- Pflege und der Ausbau des Netzwerks- Steigerung des Umsatzes
Wem nutzt die Aktion	Gewerbetreibende und Endverbrauchern aus Hofheim und Umgebung
Kosten:	3.808,- € (Miete Stadthalle, beide Ebenen, 2 Tage)
Beurteilung	Der Businessstag war mit rd 1500 Gästen erneut sehr gut besucht. Insbesondere am Sonntag, an dem zeitgleich das Frühlingfest des IHH und der Französische Markt mit verkaufsoffenem Sonntag stattfanden, lockte es zahlreiche Besucher in die Stadthalle. Beide Ebenen der Stadthalle wurden erneut genutzt, wobei die Vorträge im Obergeschoss eher mäßig wahrgenommen wurden.
Ausblick:	Wegen sehr geringer Aussteller-Nachfrage zur geplanten Veranstaltung in 2015, wurde durch die RheinEmotion Eventagentur mitgeteilt, dass der Businessstag in der bekannten Form in der Stadthalle künftig leider nicht mehr stattfinden wird. Erhalten bleibe zwar der Main-Taunus-Immobilientag, der Businessstag wird hingegen in 2015 im Landratsamt in veränderter Form stattfinden. Durch die Überregionalität erhofft man sich hier eine größere Nachfrage durch die Unternehmen. Kosten entstehen der Stadt künftig nicht mehr.



Swim City Hofheim vom 12. – 14.07.2014

Kurzbeschreibung:	Dreitägiger Badespaß zum Zuschauen und Mitmachen in einem riesengroßen Schwimmbecken auf dem Kellereiplatz mit Wassersportvorführungen, Wettbewerben, Chill-out Area und vielen weiteren Attraktionen bis spät in den Abend hinein.
Veranstalter / Organisator:	SportSAX e.V., Helmiss Event GmbH, CityMarketing
Ziel der Veranstaltung:	Veranstaltung dient der Präsentation von Schwimmsportarten, die sonst nie in den Innenstädten vorgestellt werden können.
Wem nutzt die Aktion:	Bürgerinnen und Bürgern, Besuchern der Stadt, Wassersportinteressierten
Kosten:	rd 2.500,- € (Bauhof, Wasserwerk, Strom)
Beurteilung:	Der Veranstalter SportSax ist ein Sportförderverein, der seit 2007 Sportarten in den Innenstädten präsentiert und damit den Vereinen und dem Sport als solchem hilft. Eine Veranstaltung dieser Art ist in Hofheim nur mit Unterstützung der Stadt in Form von Sachsponsoring (Genehmigungen, Gebühren, Strom, Wasser) möglich. Die Veranstaltung zeigte sich insb. im Zusammenspiel mit dem Sommernachtsmarkt am 13.07. als großer Zuschauermagnet.
Ausblick:	Aufgrund der sehr guten Resonanz soll SwimCity Hofheim auch in 2015 wieder stattfinden. Eine neuerliche Kombination mit dem Sommernachtsmarkt ist geplant.



9. Hofheimer Unternehmerabend am 09. September 2014

Kurzbeschreibung:	Sog. <i>Visitenkartenabend</i> für Hofheimer Unternehmer/innen. Gastgeber war in diesem Jahr der TV 1860 e.V. welcher den Besuchern die frisch sanierte Turnhalle an der Zeilsheimer Straße präsentieren konnte. Zwölf Kooperationspartner aus Institutionen der Wirtschaft, Bildung und Verwaltung standen den Gästen wieder Rede und Antwort zu Themen rund um die Hofheimer Wirtschaft
Veranstalter / Organisator:	Stadt Hofheim / Wirtschaftsförderung Mitwirkende: Bürgerstiftung Hofheim am Taunus / Bundesverband mittelständische Wirtschaft e.V. / Gewerbeverein Industrie Handel Handwerk e.V. / Gewerbeverein Wallau / Industrie- und Handelskammer Frankfurt / Integrationsfachdienst Main-Taunus / Kommunales Jobcenter des Main-Taunus-Kreises / Kreishandwerkerschaft Main-Taunus / Qualifizierungsbeauftragter des Main-Taunus-Kreises / Verein zur Förderung von Existenzgründungen Kelkheim e.V. / Stiftung „Bildung-kickt gGmbH“ / Fa. place2help (Crowdfunding)
Ziel der Veranstaltung:	Informationsaustausch zwischen Hofheimer Unternehmer/innen aller Branchen und Vertretern der Kommunalpolitik mit dem Ziel der Netzwerkbildung und Förderung von Kooperationen. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit Synergien zu Hofheims größtem Sportverein herzustellen und zu nutzen.
Wem nutzt die Aktion	Unternehmer/innen, Stadt Hofheim, Wirtschaft
Kosten:	2.400 € (Catering für rd 140 Gäste)
Beurteilung	Der TV 1860 präsentierte sich als guter Gastgeber und überzeugte die Besucher mit einigen Darbietungen der Turnermannschaft. Trotz erneut guter Gespräche und einem erfolgreich durchgeführtem Netzwerkabend, wurde die Vorstellungsrunde der Partner als zu lang empfunden, nicht zuletzt auch aufgrund der sehr schlechten Akustik in der Halle.
Ausblick:	Wird in 2015 fortgesetzt. Der 10. Unternehmerabend findet wieder im September statt, soll jedoch neu konzeptioniert werden. Der Gastgeber für 2015 steht noch nicht fest.



„Eiszauber Hofheim“ vom 28.11.14 – 04.01.15

Kurzbeschreibung:	Auch im dritten Jahr ist es gelungen auf dem Kellereiplatz die beliebte Eisbahn anzubieten, die an sieben Tagen der Woche wieder Groß und Klein eine echte Attraktion bot. Neben der Eisbahn fand erneut ein Weihnachtsbaumverkauf statt und das Angebot wurde sogar noch um eine weitere Einkehrmöglichkeit, einer Alm-Hütte für rd 30 Personen, erweitert.
Veranstalter / Organisator:	Stadt Hofheim / Helmiss Event Agentur, Fa Roie
Ziel der Veranstaltung:	Belebung und Attraktivierung der Innenstadt in der für den Einzelhandel umsatzstarken Vorweihnachtszeit mit dem Ziel diesen zu stärken. Positionierung eines herausragenden Events mit überörtlicher Ausstrahlung, um Hofheim als touristischen Standort aufzuwerten.
Kosten:	Zuschuss der Stadt belief sich auf 15.000 €.
Beurteilung:	Der „Eiszauber Hofheim“ war wieder ein voller Erfolg und konnte die Besucherzahlen halten, obgleich ein sehr verregener Dezember, insbesondere für die Eisläufer, unangenehme Voraussetzungen geschaffen hat. Vor allem aber in der Zeit „zwischen den Jahren“ konnte bei endlich einsetzendem echtem Winterwetter wieder das gewohnt hohe Besucherniveau verzeichnet werden, so dass die Veranstalter insgesamt wieder sehr zufrieden waren.
Ausblick:	Die Fortführung und dauerhafte Etablierung der Veranstaltung ist geplant. Der Zuschuss seitens der Stadt wird wegen der überregionalen Bedeutung und der starken Anziehungskraft über einen sehr langen Zeitraum hinweg, auch künftig wieder in Aussicht gestellt.



Teil 2 – Von City-Marketing unterstützte Aktionen

Frühlingsfest und Blumengruß des IHH mit verkaufsoffenem Sonntag, 23.03.2014

Kurzbeschreibung:	Zum vierten Mal stattfindendes Fest in der Hauptstraße in Verbindung mit einem verkaufsoffenem Sonntag. In diesem Jahr erstmals gemeinsam mit dem Hofheimer Businessstag und dem Französischen Markt abgehalten, um die Attraktivität für das Publikum und die Frequenz der Veranstaltung zu steigern.
Veranstalter:	IHH / City Marketing
Ziel der Aktion:	Belebung der Innenstadt, Förderung des Einzelhandels
Wem nutzt die Veranstaltung:	Bürgern, Besuchern, Einzelhandel Kernstadt
Kosten:	-
Beurteilung:	Klein angelegtes Event, welches jedoch aufgrund des milden Wetters und der gemeinsamen Terminierung mit Businessstag und Franz. Markt einen guten Zuspruch erlebt hat.
Ausblick:	Veranstaltung wird in 2015 letztmalig stattfinden.

KreisStadtSommer, 27. – 29.06.2014

Kurzbeschreibung:	Auch die 26. Auflage der traditionsreichen Auftaktveranstaltung auf dem Kellereiplatz mit Konzerten, Kleinkunst, Walkacts, Flohmarkt und großem Kinderprogramm erhielt nur positive Rückmeldungen. Eine kurzfristige Umgestaltung des KSS-Programms in der Innenstadt wurde jedoch im April notwendig, da das Regierungspräsidium Darmstadt ablehnte, für das Gesamtpaket der KSS-Veranstaltungen die Musikgenehmigung zu erteilen. Folgende Auflagen waren zu erfüllen: max. 10 Veranstaltungen mit Musik an einem Veranstaltungsort, jeweils ein Wochenende "spielfrei" dazwischen. Betroffen hiervon ist hauptsächlich der Kellereiplatz mit den angrenzenden Plätzen und dem Alten Wasserschloss. Gemäß diesen Vorgaben musste die VAs an andere Orte verlegt werden.
Veranstalter:	Stadt Hofheim in Zusammenarbeit mit verschiedenen Sponsoren, Vereinen
Ziel der Aktion:	Vielfältiges, kulturelles Unterhaltungsprogramm im Sommer
Wem nutzt die Veranstaltung	PR Stadt Hofheim, Bürgern/innen und Gästen aus der Region
Kosten:	Gesamt ca. 77.887,44 €, Anteil Stadt 35.667,37 €, Anteil durch Stand- und Sponsorengelder ca. 42.220,07 €
Beurteilung:	Nach dem fulminantem Jubiläum des Vorjahres genossen auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Besucher aus der Region das besondere Festival-Flair des Hofheimer KreisStadtSommers der sich mit seiner Leuchtturmfunktion längst zu einer festen Größe der regionalen Stadtfeste etabliert hat.

Ausblick:

Fester Bestandteil des kulturellen Angebotes in Hofheim, der aus Einsparungsgründen jedoch künftig mit einem geringeren Budget auskommen muss. Die Vorgaben des Regierungspräsidiums Darmstadt gelten auch für die künftigen Jahre und werden die weiteren Planungen für Open-Air-Veranstaltungen maßgeblich beeinflussen.



Gallusmarkt mit ländlichem Markt, vom 17. – 20.10.2014

Kurzbeschreibung:	Traditionsveranstaltung in der Hofheimer Innenstadt
Veranstalter:	Stadt Hofheim
Mitwirkende	Krammarkthändler/innen, Kunsthandwerker/innen, Schausteller/innen / Weindorf
Ziel der Veranstaltung:	Pflege der Hofheimer Tradition, Imagewerbung
Wem nutzt die Veranstaltung	Besuchern, Publikum, Hofheimer Geschäftswelt
Kosten:	Einnahmen rd 34.000 €, Ausgaben rd 21.500 €, Überschuss 12.500 €
Beurteilung:	Mit rd. 60.000 Besuchern/innen konnte dem erweiterten Konzept (Einbeziehung Chinonplatz und Elisabethenstraße zwischen Kellerei- und Chinonplatz) erneut Rechnung getragen werden. Die Besucher haben die Vergrößerung des Marktes wieder sehr gut angenommen.
Ausblick:	Soll in dieser Form weitergeführt werden.

Hofheimer Adventsmarkt am 06. + 07.12.2014

Kurzbeschreibung	Traditioneller Markt mit Fokus in der mittleren/oberen Hauptstraße mit rund 80 Ständen und erneut rd 5.000 Besuchern
Veranstalter:	Stadt Hofheim unter Mitwirkung des Vereinsrings
Mitwirkende	Einzelhandel, Vereine, Institutionen und Schulen, private und gewerbliche Anbieter, Stadt
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt
Beurteilung	Wieder sehr guter Zuspruch. Bei relativ schönem Wetter säumten rd 6.000 Besucher den Adventsmarkt. Gut angenommen wurde erneut die Anbindung des Marktes über die Burgstraße hin zur Eisbahn auf dem Kellereiplatz. In der Burgstraße und auf dem Ludwig-Meidner-Platzes konnten weitere Stände etabliert werden und ein zusätzliches Angebot geschaffen werden.
Kosten:	Ausgaben rd. 22.100 €, Einnahmen rd. 7.500 €, Zuschussbedarf Stadt 14.600 €
Ausblick:	Der Adventsmarkt wird auch künftig angeboten werden. Gemeinsam mit City Marketing erarbeitet das Team Märkte und Messen derzeit ein neues Konzept mit dem Ziel, den Markt künftig auf einen zentralen Platz in der Innenstadt zu verlegen.

Teil 3 – Aktionen Dritter, die im Sinne von CM agiert haben

Wäldchestag, Samstag 14.06.2014

Kurzbeschreibung:	Traditionsveranstaltung mit Musik, Unterhaltung und Kinderprogramm in der Innenstadt mit umfangreichem Rahmenprogramm. Wegen nachlassender Resonanz in der Mittagszeit fand der Wäldchestag in diesem Jahr erstmals am Samstag nach Pfingsten statt, wodurch auch wieder mehr ehrenamtliche Mitwirkende bei den Vereinen gewonnen werden konnten.
Veranstalter:	IHH
Mitwirkende	IHH, Vereine und Gastronomie
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt, Kundengewinnung
Wem nutzt die Veranstaltung	Hofheimer Geschäftswelt und Vereinen
Kosten:	IHH
Beurteilung:	Die Besucherzahl konnte zwar als zufriedenstellend eingestuft werden, die erhoffte Frequenzsteigerung durch die Verlegung auf den Samstag ist jedoch ausgeblieben.
Ausblick:	Auf Beschluss des IHH wird der Wäldchestag in Hofheim ab 2015 nicht mehr stattfinden. Es wurde eine Arbeitsgruppe, gebildet, welche das Konzept für ein neues, ggf zweitägiges, Stadtfest an einem Wochenende im April erarbeiten soll. Das erneut unter Federführung des IHH stehende Stadtfest soll erstmals im Frühjahr 2016 stattfinden.

Sommernachtsmarkt, Samstag, 13. Juli 2013, 19 bis 0 Uhr, Hofheimer Innenstadt

Kurzbeschreibung:	Marktstände vor den Geschäften, Flohmarkt, Stadtmuseum, mit Nachtführung
Veranstalter:	IHH in Zusammenarbeit mit der Stadt Hofheim
Mitwirkende	Handel, Gastronomie, Stadt Hofheim
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt, Förderung des Einzelhandels
Wem nutzt die Veranstaltung	Bürgerinnen und Bürgern, Einzelhandel
Kosten:	vorwiegend IHH
Beurteilung:	Wieder sehr gute Besucherfrequenz bei angenehmen Temperaturen, die erneut das südländische Flair der vergangenen Jahre vermitteln konnten und den Besuchern ein Gefühl von Urlaub gaben. Die Veranstaltung hat sich als fester Bestandteil etabliert und überzeugt gerade durch den persönlichen, nicht kommerziellen Charakter.
Ausblick:	Veranstaltung wird fortgesetzt



Aktion „Zeigt her Eure Schuhe“ des IHH

Kurzbeschreibung:	In guter Tradition konnten Kinder einen Schuh in der Geschäftsstelle des IHH abgeben, welchen sie dann, mit Süßigkeiten gefüllt, in einem Schaufenster in den Hofheimer Geschäften wieder finden müssen.
Veranstalter / Organisator:	IHH e.V.
Ziel der Veranstaltung:	Kundengewinnung / Kundenbindung
Kosten:	Einzelhandel / IHH e.V.
Beurteilung	Eine Aktion, die bei den Kunden/innen der Hofheimer Geschäfte sehr gut angenommen wird.
Ausblick:	Wird fortgeführt.

Lebendige Krippe im Wasserschloss am 13.12.2014

Kurzbeschreibung:	Erste lebendige Krippe bei der „Die Nacht von Greccio“ mit Laiendarstellern inszeniert wurde.
Veranstalter:	Kath. Kirchengemeinde St. Peter & Paul
Ziel der Veranstaltung:	Vorweihnachtliche Stimmung erzeugen und Groß und Klein auf das bevorstehende Weihnachtsfest einstimmen.
Kosten:	Keine
Beurteilung:	Eine sehr gelungene Premiere, die einige hundert Menschen ins alte Wasserschloss zog. Der begeisterte Applaus zeugte – sehr zur Freude von Veranstalter und Darsteller - von einer gelungenen Veranstaltung, die genau in die Zeit passte.
Ausblick:	Fortführung wird geprüft



Eiszauber-Fest mit verkaufsoffenem Sonntag am 28.12.2014

Kurzbeschreibung:	Erstmals im Rahmen des Eiszaubers stattgefundenes Stadtfest mit verkaufsoffenem Sonntag. Zahlreiche Aktivitäten rund um die Eisbahn, z.B. der 1. Hessische <i>Lattl-Cup</i> auf der Eisstockbahn. Die Antrittsgelder wurden an eine soziale Einrichtung in Hofheim gespendet. Für die Teilnehmer gab es attraktive Preise in Form von Hofheimer Geschenkkarten zu gewinnen. Zwei Lichtartisten waren in der Innenstadt unterwegs; unter dem Stichwort Gospel-Jamboree wurden auf verschiedenen Plätzen der Stadt Sänger und Sängerinnen Gospel-Lieder angestimmt. Live aus dem Chinon-Center sendete „Antenne Frankfurt“. Zugunsten der Caritas erfolgte im Chinon Center eine Versteigerung von doppelten oder nicht benötigten Weihnachtsgeschenken.
Veranstalter / Organisation:	IHH e.V., Chinon Center, Helmiss Event GmbH, Caritas
Mitwirkende:	Handel, Gastronomie, Chinon Center, Stadt
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt, Förderung des Einzelhandels
Beurteilung:	Sehr gute Resonanz rund um die Eisbahn und im Chinon Center. Für Handel in der Altstadt war die Resonanz eher verhalten. Längst nicht alle Geschäfte und Gastronomiebetriebe hatten geöffnet, da Bekanntgabe des Festes recht kurzfristig erfolgte und insofern nicht zeitnah geplant werden konnte.
Kosten:	rd 13.000 € die durch das Chinon Center getragen wurden
Ausblick:	Es wird geprüft, ob das Eiszauber-Fest als fester Bestandteil etabliert werden kann. Dann allerdings mit mehr Vorlaufzeit.



Teil- 4 Touristische Aktivitäten

Zahlen und Daten zu Unterkünften / Übernachtungen in Hofheim

Übernachtungszahlen von Jan. bis November 2014

52.414 Ankünfte (vgl. gleicher Zeitraum 2013 50.290)

104.161 Übernachtungen (vgl. gleicher Zeitraum 2013 93.796)

Ergibt einer Steigerung von 10,08 %

Statistisch erfasst werden nur die Übernachtungen in Betrieben von neun und mehr Betten. Dies bedeutet, dass alle Übernachtungen in den Privatzimmern und Ferienwohnungen nicht in der Statistik erscheinen. Hofheim liegt bei den Übernachtungen somit nach wie vor an dritter Stelle im Main-Taunus-Kreis (1. Eschborn, 2. Bad Soden).

In Hofheim gibt es derzeit 12 Hotels und Pensionen plus 37 Ferienwohnungen und Privatzimmer, davon sind 11 Unterkünfte klassifiziert. Im Spätsommer 2015 wird mit dem Vital Hotel „Wellnessresort Rhein-Main-Therme“ ein 4-Sterne-Hotel mit 96 Doppelzimmern, 4 Suiten bis zu 100 m² sowie 2 Tagungsräumen hinzukommen.

Besichtigung und Klassifizierung von Ferienwohnungen

Beratung und Informationsversand

Nachfragen nach Sehenswürdigkeiten, Restaurants, Stadtplänen, Unterkunftsmöglichkeiten, Stadtführungen, Wandermöglichkeiten, Betriebsausflüge/feiern u.v.a. werden beantwortet und Infomaterial verschickt.

Belieferung des Stadtmuseum/Stadtinformation sowie dem Bürgerbüro mit unterschiedlichen Infomaterialien über Hofheim und Umgebung

Erstellen und Verkauf von Merchandisingprodukten

Verkauf von Wanderkarten, Reiseführern, Postkarten etc.

Neu diesem Jahr sind die Hofheim Regenschirme.

Erstellen des Flyers „Stadtführungen 2014

Jedes Jahr wird ein Programm mit versch. Anbietern zusammengestellt und in diesem Flyer veröffentlicht. Erstmals gab es dieses Jahr eine Stadtführung in historischen Gewändern (anlässlich der Adventsaktionen)

Internetauftritt Tourismus

Pflege der Internetseite *Tourismus*. Insbesondere im Bereich *Essen und Trinken* sowie *Übernachtungen* sind häufig Aktualisierungen einzupflegen.

Weihnachtsbäume in Hofheim und Stadtteilen/Anstrahlung von Sehenswürdigkeiten.

Alljährliche Aufstellung der Weihnachtsbäume mit dem Ziel die Stadt attraktiv für Bürger und Besucher zu gestalten.

Anzeigenschaltung und Werbung in versch. Medien

Bilder, Texte und Informationen für unterschiedliche Medien zusammengestellt und Anzeigen erstellt.

U.S. Army Garrison Wiesbaden

Vernetzung / Informationsaustausch. Im Februar 2014 hat in der Stadthalle ein Kammermusikkonzert mit einem Holzbläserensemble der U.S. Armee in Europa stattgefunden. Im Mai 2014 war die Stadt Hofheim Gastgeber eines Networking Days. Teilnahme von Angehörigen der U.S. Armee am Hofheimer Gallusmarkt.

Neuaufgabe des Flyers Hofheim erleben

(Auflage 10.000).

Teil 5- Zusammenfassung und Ausblick

Trotz der Notwendigkeit von Einsparungen in nahezu allen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit, konnte auch in 2014 den Bürgerinnen und Bürgern sowie vielen Tausend Besuchern wieder ein umfang- und abwechslungsreiches Programm an Veranstaltungen geboten werden. Wünsche blieben hier erneut kaum offen.

Gleichwohl sind auch Veränderungen, wie die Verlegung des Wäldchestages, zu verzeichnen gewesen, die den Erwartungen der Veranstalter nicht gerecht wurden. Hier wird ein Umdenkungsprozess stattfinden, der Raum für neue Ideen schaffen soll, um allen Beteiligten Gelegenheit zu geben, Neues zu kreieren und umzusetzen. Eine Arbeitsgruppe aus allen beteiligten Akteuren hat sich in diesem Zusammenhang bereits zusammengefunden. Erstmals im Frühjahr 2016 soll eine neue Veranstaltung präsentiert werden, die sicherlich wieder den gewünschten Erfolg bringen und der hohen Erwartungshaltung gerecht werden wird.

Zu verschmerzen ist auch, dass es den einst im Hofheimer Innovationszentrum erdachten *Businessstag* ab 2015 nicht mehr in der Stadthalle geben wird. Künftig wird nur noch - in einer überregional wirksameren Form – der *Main-Taunus-BusinessTag* im Hofheimer Landratsamt, angeboten. Trotz guter Besucherzahlen bei den vergangenen Businessstagen, konnte es dem Veranstalter leider nicht mehr gelingen, genügend Aussteller zu akquirieren, die ein Fortbestehen der Veranstaltung hätten gewährleisten können. Der bereits zweimal sehr erfolgreich in der Stadthalle stattgefundene Immobilientag wird hingegen auch künftig in der Kreisstadt angeboten und wieder viele Interessenten rund um die Immobilienbranche in die Stadthalle ziehen.

Ebenfalls positiv zu verzeichnen ist, dass sich Hofheim immer mehr als Messestandort verstetigt. So kann das Rhein-Main-Messecenter im Wallauer Gewerbegebiet im Jahr 2015 bereits rund 25 Fach- und Endverbraucher-Messen anbieten, die unseren Standort in der Region weiter bekannt machen. Namhafte Leistungsschauen wie die Kindermoden-Messe „komm“ oder die Messe für nachhaltige Textilien „Innatex“, aber auch Premieren wie die Gartenmöbel-Messe „Gardena“ zogen bereits einige Tausend Fachbesucher in die Messehallen nach Wallau (dem Bericht sind einige Pressemeldungen zur „komm“ beigefügt.) Darüber hinaus bietet unsere Stadthalle ebenfalls ein vielfältiges Angebot, welches Besucher weit über unsere Stadtgrenzen hinaus anzieht. Neben den zahlreichen kulturellen Veranstaltungen bietet die Stadthalle Tagungen, Messen und Schulungsveranstaltungen den geeigneten Rahmen. Als besondere Highlights können hier das Frankfurter Salsa-Festival, die Grenzenlos-Messe oder die Whisky & Tobacco Days genannt werden. Erstmals im Frühjahr 2015 wird mit der „Rhein-Main kreativ!“ ebenfalls eine Messe für den Endverbraucher angeboten, die gemeinsam mit dem Frühlingsfest und dem Französischen Markt einen würdigen Rahmen für den ersten verkaufsoffenen Sonntag im März darstellen wird.

Nicht einfach und mit großen Veränderungsprozessen einhergehend sind hingegen die Folgen, der seitens des Regierungspräsidiums erlassenen Lärmschutz-Auflagen. Durch diese sind wir gezwungen, zahlreiche Veranstaltungen von den gewohnten Plätzen in der Innenstadt an andere, oftmals weniger attraktive, Orte zu verlegen. So fand beispielsweise das traditionsreiche Kurzfilmfestival *Shorts at Moonlight* bereits im letzten Jahr erstmals nicht im Wasserschloss statt, sondern musste in den Park des Landratsamtes verlegt werden.

Mit den Widrigkeiten und Einschränkungen im Bereich der sogenannten „Freiwilligen Leistungen“, wird man künftig lernen müssen umzugehen. Die Mitglieder der Steuerungsgruppe CityMarketing und alle weiteren Akteure aus Stadtverwaltung und aus privaten Initiativen sind jedoch zuversichtlich, dass das gewohnt bunte und vielfältige Angebot in Hofheim auch künftig aufrechterhalten werden kann.

gez.

Thorsten Kolar

Stabsstelle Wirtschaftsförderung

Hofheim am Taunus, 24.01.2015

Ausblick Termine 2015 (Auszug)

Wann	Was	Wo	Ansprechpartner
24.01.2015	3. Main-Taunus-ImmobilienTag	Stadthalle	Wirtschaftsförderung
15.03.2015	Frühlingsfest des IHH	Hauptstraße	Wirtschaftsförderung
13. – 15.03.2015	Französischer Markt	Kellereiplatz	Team Märkte/Messen
14. – 15.03.2015	„Rhein-Main kreativ!“ Messe	Stadthalle	Team Stadtkultur
11.04.2015	Stoff- und Tuchmarkt	Kellereiplatz	Team Märkte/Messen
27.06.-29.06.2015	KSS-Eröffnungsfest	Kellereiplatz	Team Stadtkultur
10.07.-12.07.2015	SwimCity	Kellereiplatz	Wirtschaftsförderung
11.07.2015	Sommernachtsmarkt	Innenstadt	Wirtschaftsförderung
Juli / August (n.n.b.)	Mundartfestival	Altes Wasserschloss	Team Stadtkultur
Juli / August (n.n.b.)	9. Interkeltisches Folkfestival	Altes Wasserschloss vor Altem Rathaus	Team Stadtkultur
29.07.-02.08.2015	Shorts at Moonlight	Am See im Kreishauspark	Team Stadtkultur
Sonntag im September (n.n.b.)	Flohmarkt der Jungen Union	Kellereiplatz	Team Märkte/Messen
17.10. – 21.10.2015	Hofheimer Gallusmarkt	Kellereiplatz und Innenstadt	Team Märkte/Messen
27.11.15-03.01.16	Eiszauber Hofheim	Kellereiplatz	Wirtschaftsförderung
05.12.-06.12.2015	Adventsmarkt	Innenstadt	Team Märkte/Messen

ein Bremthal
r von der Bürger-
niert. Seite 11

Startschuss? In Hattersheim ist die
Gründung einer neuen Partei geplant. Bestätigt
wird dies aber noch nicht. Seite 16



Rückkehr Uhus und Wildkatzen
sind wieder im Main-Taunus-Kreis
heimisch. Seite 10

Kleine Messe wächst schnell

Die Ausstellungen in Wallau sind vor allem für Fachbesucher gedacht

Zwei Fachverbände haben sich zusammengeschlossen und auch eigenen Messen mitgebracht. In diesem Jahr sind 25 Großveranstaltungen in Wallau.

■ Von Hanspeter Otto

Wallau. Die Kinder-Order- und Modemesse „Komm“, die am Wochenende in den Wallauer Messehallen stattfand, gehört zu den etablierten Ausstellungen im Messecenter Rhein-Main. Seit mehr als 30 Jahren macht sie Wallau zum Treffpunkt für alle, die Kindermode herstellen oder verkaufen. Sie ist eine der sogenannten Ordermessen, bei denen vor allem Fachpublikum aufeinandertrifft. Veranstalter Mureo stellt aber nicht nur den Ausstellungsraum, das Messkonzept geht weiter. „Heute kann man nicht nur einfach Fläche bereitstellen“, sagt Mureo-Geschäftsführer Jens Frey. Die „Komm“ beispielsweise ist zum Branchentreffpunkt geworden mit Workshops zu Themen wie „Mit Hilfe des Internets neue Kunden gewinnen“, „Design Thinking – Neue Impulse für Ihr Business“ oder „Guerrilla-Marketing & Co. – Werbetaktiken für Händler mit kleinem Budget“. Beim letzten Workshop, der übrigens rückwärts angebracht war, war, konnte man eigene Werbeideen praktisch entwickeln. Die klassische Fachmesse hat ebenso Konkurrenz bekommen wie die Verkaufsmesse für öffentliches Publikum, denn die Kaufgewohnheiten haben sich mit dem Internet stark gewandelt. Rund 25 Messen sind in diesem Jahr in Wallau gebucht.

Glücksfall

Bürgermeisterin Gisela Stang bezeichnet es als „Glücksfall“, dass Mureo jetzt die Messe in Wallau betreibt. 2013 übernahm die EK-Servicegroup aus Bielefeld die Hallen. Die EK ist eine Verbundgruppe, in der sich über 2200 inhabergeführte Einzelhandelsunternehmen zusammengeschlossen haben. „Unsere Hauptaufgabe besteht darin, die Wettbewerbsfähigkeit unserer Handelspartner dauerhaft zu sichern“, beschreibt die EK sich selbst. Ihre Mitglieder führen die unterschiedlichsten Sortimente, von Küchen über Elektrogeräte und Bücher bis zur Babyausrüstung. Für das Ballungsgebiet Rhein-Ruhr werden eigene Messen in Bielefeld organisiert. Wallau war da mit seinen unangetasteten Messehallen mitten im Rhein-Main-Gebiet eine ideale Ergänzung. Bestehende Messen wie die Bau- und Heimwerkermesse bleiben, EK-eigene Ausstellungen kamen dazu.



Bürgermeisterin Gisela Stang und Mureo-Geschäftsführer Jens Frey eröffnen in Wallau die Kindermesse „Komm“.

Foto: Knapp

Im vorigen Jahr kam dann Mureo als Messeveranstalter ins Messecenter Rhein-Main. Die Mureo GmbH wurde als 100-prozentige Tochter des Verbandes der Handelsvertretungen Hessen/Thüringen gegründet. Das Dienstleistungsangebot für Verbandmitglieder betraf damals vor allem persönliche, juristische und wirtschaftliche Beratung. Die Mureo organisierte von Anfang an aber auch Verkaufveranstaltungen und Hotelchancen, zunächst für die Möbelbranche, die ihre gesamte Kollektion ja nicht zum Kunden schleppen konnte. Später kamen andere Branchen mit ihrem zunehmend größer werdenden Angebot hinzu.

Zwei Handelsverbände

In Wallau arbeiten nun zwei Verbände zusammen, bauen die bestehenden Veranstaltungen aus, bringen eigene Messen mit und skizzieren neue. Dazu kommt ein Glücksfall: Die Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden wurden abgerissen und werden neu gebaut. Die

Wiesbadener Messen werden derweil nach Wallau aus. „Wir wollen da nicht rüben und irgendwen abwerben“, versichert Jens Frey, der aber ebenso wie die Stadt Hofheim darauf spekuliert, das dadurch doch „etwas hängenbleibe“. Immerhin kommen Aussteller und Kunden nach Wallau, die sonst allesamt in Wiesbaden geblichen wären.

Das Messecenter Rhein-Main sei ideal für kleinere Ausstellungen, preiswert Mureo die Hallen. „Über 10.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche verteilt auf drei klimatisierte Messehallen, 600 Parkplätze direkt am Messegelände, funktionaler Außenbereich für einen vielfältigen Einsatz, drei Cateringbereiche inklusive Cafeteria mit großzügigem Sitzbereich, moderne technische Infrastruktur mit hoher Flexibilität, WLAN-Service, Konferenzräume“, beschreibt Mureo, was Wallau zu bieten hat. Dabei sind die Wallauer Messehallen eigentlich konkurrenzlos. Im Zentrum des Rhein-Main-Gebiets gibt es nur die riesige Messe Frankfurt, die ne-

ben der IAA und der Buchmesse zwar auch kleine Veranstaltungen kann, die dann aber auch klein wirken. Dann gibt es noch die Messe Mainz, die riesige Flächen hat, aber keine festen Bauten und deshalb in Zeiten standstillen. Das ist auch nicht jedermanns Sache. Mitternachts das Messecenter in Wallau, kompakt, übersichtlich und zudem, verkündet die Mureo, preiswert.

Bettenmangel

Zwei Dinge sind aber: böswilligen fehlende Parkplätze und zu wenig Hotelzimmer. „Für Fachmessen reichen die 600 Parkplätze, bei Besuchermessen wird es eng“, sagt Jens Frey. Aber auch die, (die nächsten Messen für Endverbraucher sind von 27. Februar bis 1. März die Messe Paracelus und Veggie-World und am 14. und 15. März die Bodybörse Welt), hat noch immer irgendwo geklappt. Mit Hotels sieht es anders aus. „Das Ramada in Driedenbergen ist immer gleich ausge-

buch“, sagt Frey, der dann auf Hotels in Wiesbaden und Frankfurt verweisen muss. Von dort gibt es aber jeweils einen Shuttle-Bus nach Wallau. Frey hofft darauf, dass sich die Lage mit der Eröffnung des neuen Hotels auf der Rhein-Main-Theme in Hofheim etwas entspannt. Mit dem Bau eines weiteren, neuen Hotels ist kaum zu rechnen.

ANZEIGE

TOP WASH

Parafixe Bekehrung durch 3-Stufen-Handverwasche

SAFETY OUT

Autowaschstraßen

Standort: Gießen-City/Br 15, Tel. 0338-54813773
 Wallau im 300m-Radius: Tel. 0338-79 6429
 Spartenberg, Kriechstraße 15-17, Tel. 0338-29 28119
 Bad Nauheim, Hauptstr. 119/120a, Tel. 0331-24 9150

© 2013 AUTOWASCHSTRASSEN

HOFHEIM

Kreativschau in Wallau

Von Kerstin Klamroth

Die Gesundheitsmesse Paracelsus Ende Februar findet wegen des Abriss der Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden in dem früheren Ardek-Messecenter im Wallauer Gewerbegebiet statt. Gleiches gilt für die Kreativmesse im April und September.

Das Messecenter in Wallau wird in den nächsten drei Jahren als Ausweichquartier für die Wiesbadener Rhein-Main-Hallen dienen – dies bestätigte der städtische Wirtschaftsförderer Thorsten Kolar gestern anlässlich der Eröffnung der Kindermodenmesse „komm“.

Die Wiesbadener Hallen sind abgerissen worden, gestern war Spatenstich für den Neubau. Die Gesundheitsmesse Paracelsus Ende Februar findet deshalb ebenso wie die Kreativmesse im April und September erst mal in dem früheren Ardek-Messecenter im Wallauer Gewerbegebiet statt. Ein Shuttle-Bus soll Wiesbaden mit Wallau verbinden, die Haltestelle ist direkt vor dem Eingang.

Insgesamt 22 Messen werden Fachbesucher und Endverbraucher in diesem Jahr im Wallauer Messecenter besuchen können. „Was kann eine Stadt sich mehr wünschen als einen solchen Marktplatz des Handels, auf dem immer wieder neue Impulse gegeben werden“, sagte Bürgermeisterin Gisela Stang (SPD) auf der Messe „komm“, die noch bis zum morgigen Sonntagabend für Fachbesucher und Vertreter von Kammern und Verbänden geöffnet ist. Mehr als 70 Aussteller mit 160 Labels sind in Wallau zusammengekommen, um die neuesten Trends der Kindermode zu präsentieren. Die Messe ist seit 30 Jahren Treffpunkt der Branche.

JE ENGER DESTO BESSER Kinder von heute, so legen es die Kleidungsstücke nahe, sind sicherheitstechnisch optimal ausgestattet: Das Unternehmen XS-Exes zum Beispiel verkauft Anoraks, die sowohl einen Rückenprotektor als auch ein SOS-Alarmsystem in sich tragen, sie reflektieren außerdem stark in der Dunkelheit.

Auf Schnelligkeit bei der Lieferung setzt das deutsch-türkische Unternehmen von Peter Bohlender mit seiner Kinder-Jeansmode: Slim-Varianten sind gefragt, weiß der Geschäftsführer, je enger, desto besser. Die Modifarbe im kommenden Sommer wird übrigens Magenta sein und bei der bekannten Firma „Sterntaler“ heißen die ABS-Socken für Krabbelkinder inzwischen Fliesen-Flitzer.

Das Messecenter Rhein-Main in Wallau entstand Ende der 1970er Jahre. 1994 wurde es modernisiert und aufgestockt. Es bietet 10 000 Quadratmeter Ausstellungsfläche, verteilt auf drei Messehallen. Bis 2012 wurde es von der Firma Ardek betrieben. Die ist nun Teil des neuen Eigentümers EK-Servicegroup mit Sitz in Bielefeld. Vermarktet werden die Messehallen von der Firma Muveo.

Über die Kindermodenmesse informiert die website www.komm.muveo.de, über künftige Messen www.messecenter-rheinmain.de.

Schneller Wandel bei Kinderkleidung

MESSE 160 Modelabels in Hofheim-Wallau

Von Robert Maus

HOFHEIM. Der Markt für Kindermode ist ebenso wie der Einzelhandel einem immer schnelleren Wandel unterworfen. Auf die neuen Herausforderungen und Chancen hat nun die traditionsreiche Kindermodenmesse „komm Wallau“ reagiert. Sie präsentierte sich während ihrer Eröffnung im Messecenter Rhein-Main geordneter sowie zugleich bunter und attraktiver als in den Vorjahren.

160 Modelabels für Kinder und Babys werden dort noch bis zum Sonntag von 70 Ausstellern dem Fachpublikum und Einkäufern präsentiert. Die neue „komm Wallau“ bietet nun Segmente für Kindermoden; so ist im Erdgeschoss ein Denim-Bereich für Kinderjeans eingerichtet. Im ersten Obergeschoss gibt es einen Marktplatz für die Newcomer in der Branche, und die veranstaltende Muveo GmbH bietet in Workshops Problemlösungen für die einzelnen Fachhändler an.

„Wir verstehen uns als Partner der Branche“, erläuterte Muveo-Sprecherin Regina Wagner. Die Wünsche und Anregungen der Händler sind daher in den Relaunch der Fachmesse, die es mittlerweile seit mehr als 30 Jahren in

Hofheim gibt, eingeflossen. Das Ergebnis stimmt sie optimistisch: „Wir haben die großen Branchenplayer dabei, und es ist uns gelungen, ein sehr gutes Portfolio zusammenzustellen.“

Muveo-Geschäftsführer Jens Frey und die Hofheimer Bürgermeisterin Gisela Stang eröffneten die Messe gemeinsam und betonten unisono, dass der Einzelhandel einem massiven Wandel unterliegt. So hätten Discounter bereits eigene Kollektionen für Kindermode im Sortiment. Mit ihrer neuen Ausrichtung will sich die „komm Wallau“ zudem gegen Messekonkurrenz aus anderen Städten durchsetzen.

Die entscheidende Frage ist daher: Was sagen die Aussteller? Ursula Giller vertritt die spanische Modemarke Boboll. Sie ist seit 18 Jahren auf der Messe und mit dem Relaunch zufrieden: „Das Ambiente ist neu und schön. Die Kundenfrequenz ist gut.“

Peter Bohlander von Blue Effect stimmt zu.

„Durch das neue Konzept ist es gelungen, eine ansprechende Messe anzubieten.“ Er ist seit 2009 mit seinem Unternehmen für Kinderjeans auf der „komm Wallau“.



Bunt und vielfältig zeigt sich die aktuelle Kindermode.

Foto: Robert Maus