

JAHRESBERICHT 2007 DER STEUERUNGSGRUPPE CITY-MARKETING HOFHEIM

Bereits seit 2003 arbeitet die aus Verwaltungsvorstand / Stadtverordnetenvorsteher und Gewerbetreibenden paritätisch besetzte „Steuerungsgruppe City-Marketing“ nachhaltig daran, den Wirtschaftsstandort Hofheim zu stärken und die Stadt in der Region bekannter zu machen. Diese Ziele wurden auch im Jahr 2007, in dem insgesamt neun Sitzungen der Steuerungsgruppe stattfanden, weiterverfolgt.

Auch in diesem Jahr konnte die intensive Zusammenarbeit mit Akteuren aus Hofheimer Unternehmen und Vereinen erfolgreich fortgeführt und durch weitere, neue Aktionen ergänzt werden. So wurde erstmals im April des vergangenen Jahres, gemeinsam mit dem Judoclub Hofheim und der deutsch-japanischen Gesellschaft, ein japanisches Kirschblütenfest gefeiert.

Der Sommernachtsmarkt zog wiederum viele hundert Besucher in die Innenstadt und beim nunmehr zum zweiten mal stattgefundenen Hofheimer Unternehmerabend, konnten erneut zahlreiche Gäste, diesmal in den Räumen des Autohauses Euler, begrüßt werden.

Positiv zu bewerten war auch der erstmals von IHH e.V. und der kath. Kirchengemeinde initiierte Marktstand anlässlich der „Fairen Woche“ im September des Jahres.

Somit kann auch für 2007 ein erfreuliches Fazit für die Aktivitäten, die in nachfolgender Einzelbetrachtung dargestellt werden, gezogen werden. Wie in der Vergangenheit muss im Besonderen die Tatkraft vieler privater Akteure hervorgehoben werden, ohne die die meisten Veranstaltungen in dieser erfolgreich dargebrachten Form, nicht realisierbar gewesen wären.

Die positive Presseberichterstattung über die einzelnen Aktivitäten hat ebenfalls wieder zu diesem guten Ergebnis beigetragen.

Nachstehend die Gliederung der Berichterstattung zu den einzelnen Aktivitäten:

Teil 1 – Von City-Marketing initiierte Aktionen

Teil 2 – Von City-Marketing optimierte Aktionen

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

Teil 4 – Zusammenfassung und Ausblick

Teil 1 – Von City-Marketing initiierte Aktionen

Japanisches Kirschblütenfest am 28. April 2007

Kurzbeschreibung:	Fest, welches traditionell in Japan anlässlich der Kirschblüte gefeiert wird. Zahlreiche kulturelle Darbietungen auf dem Neumannschen Gelände wie Ikebana, Trommeln, Origami, Tee-Zeremonie u.v.m. wurden dargeboten
Veranstalter / Organisator:	City-Marketing, Judoclub Hofheim (anlässlich deren 25 jährigem Jubiläum)
Mitwirkende	Citymarketing / Judoclub in Zusammenarbeit mit der Deutsch-Japanischen Gesellschaft Frankfurt und zahlreicher Sponsoren (Victrex, Nissin-Food, Mazda, Fraport, Degner)
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt und Vermittlung fremdländischer Kulturen
Wem nutzt die Veranstaltung	Bürgerinnen und Bürgern, Besuchern der Stadt, kulturell Interessierten
Kosten:	Insgesamt ca 10.700 €. Hiervon Zuschuß City-Marketing 5000 €, Anteil Judo-Club 2.900 €, Anteil Sponsoren 2.800 €.
Beurteilung	Großer Erfolg dieser erstmalig durchgeführten Veranstaltung. Über 1000 Besucher zeigten sich von den Darbietungen und Einblicken in eine fremde Kultur begeistert.

Ausblick: Wiederholung in deutlich kleinerer Variante ist angestrebt. Das anlässlich des Festes auf dem Neumannschen Gelände errichtete Torii (jap. Holztor rot und schwarz lackiert) soll künftig immer zur Kirschblüte am Neumannschen Gelände errichtet werden)

Neue, aktualisierte Auflage der Neubürger-Infomappe

Kurzbeschreibung: Info-Ordner für Neubürger/innen mit allen Informationen über Hofheim. Klare Gliederung der einzelnen Themenfelder, immer auf dem neuesten Stand durch ständige Aktualisierung. Auflage 2007 lag bei 1500

Veranstalter / Organisator: Stadt Hofheim
Mitwirkende: Werbepartner
Ziel der Veranstaltung: Neubürgern/innen kompakte Informationen zur Orientierung in Hofheim zu geben

Wem nutzt die Aktion: Neubürgern/innen, Stadt Hofheim, Werbepartnern/innen
Kosten: Finanzierung zu 100% durch Werbepartner/innen. Die Mappe kann auch für eine Schutzgebühr von 10 Euro bezogen werden.

Beurteilung: Die Resonanz bei den Neubürgern/innen ist unverändert sehr gut.

Ausblick: Erhöhung der Auflage in 2008 auf 2000 Exemplare

Aktion „Wir helfen Kindern“ im Sommer 2007 gestartet

Kurzbeschreibung: Nach dem Muster von „Kinderschutzburg“ oder „Kindernotinsel“ initiierte Aktion, die in ZA mit Gewerbetreibenden, Ärzten, Institutionen sowie Schulen und KiTa's Kindern Hilfestellung in Notsituationen bietet. Den Kindern wird hierbei mittels eines gut sichtbar angebrachten Aufklebers signalisiert, dass sie hinter dieser Tür/Schaufenster Hilfe erwarten können.

Veranstalter: City-Marketing
Mitwirkende: ca 70 Geschäfte, Ärzte, Institutionen / Grundschulen und KiTa's / SchülerInnen der Hofheimer Grundschulen die sich bei Gestaltung des Logos beteiligt haben

Ziel der Veranstaltung: Kindern eine Anlaufstelle bieten, wenn sie in Notsituationen – welcher Art auch immer- geraten

Wem nutzt die Veranstaltung: Kindern / Eltern
Kosten: City-Marketing ca 1000 €
Beurteilung: Gute Beteiligung der Hofheimer Geschäftsleute und Ärzte. Resonanz in Stadtteilen eher gering. Hier wird jedoch auch weniger Bedarf gesehen.

Ausblick: Dauerhafte Fortführung der Aktion bei kontinuierlicher Prüfung der Voraussetzungen

Hinweisschilder an Ortseingängen

Kurzbeschreibung: Einheitliche Beschilderung, die an 6 Ortseingängen mit Wechselschildern auf Veranstaltungen hinweist (z.B. Wäldchestag, Gallusmarkt, Adventsmarkt, Wochenmarkt)

Veranstalter: City-Marketing
Mitwirkende: -
Ziel der Maßnahme: Durchreisende Verkehrsteilnehmer auf Veranstaltungen in Hofheim hinweisen

Wem nutzt die Maßnahme: Festveranstaltern, Marktbesuchern, Einzelhandel

Kosten:	Einmalig ca 1500 €. Laufende Kosten durch Schilderwechsel und neue Beschriftungen ca 2000 € / Jahr.
Beurteilung:	Die Schilder wurden im Sommer 2007 installiert. Eine Zunahme der Besucherzahlen aufgrund der Hinweisbeschilderung kann nicht beurteilt werden.
Ausblick:	Maßnahme wird als dauerhafte Einrichtung weiterbetrieben.

Zweiter Hofheimer Unternehmerabend am 25. September 2007

Kurzbeschreibung:	Sog. <i>Visitenkartenabend</i> für Hofheimer Unternehmer/innen in den Räumen des Autohauses Euler mit Kooperationspartnern Wirtschaftsexperten und Vertretern der Kommunalpolitik
Veranstalter / Organisator:	Stadt Hofheim, WiFö
Mitwirkende	Wirtschaftsförderung, IHH, IHK, GV Wallau, Handwerkskammer, Existenzgründerverein Kelkheim, Joboffensive des MTK, Wabeco Subventionslotse, e5 Marketing, Umweltbeauftragter Stadt Hofheim, Feuerwehr Stadt Hofheim
Ziel der Veranstaltung:	Informationsaustausch zwischen Hofheimer Unternehmer/innen aller Branchen und Vertretern der Kommunalpolitik mit dem Ziel der Netzwerkbildung und Förderung von Kooperationen
Wem nutzt die Aktion	Unternehmer/innen, Stadt Hofheim, Wirtschaft
Kosten:	Gesponsert durch Autohaus Euler, Nordring
Beurteilung	Mit rd 170 Teilnehmern für die Veranstaltung erneut eine gute Resonanz festgestellt werden
Ausblick:	Wird in 2008 fortgesetzt. Neuer Veranstaltungsort: Marmor-Ströhmann

"Parken frei" an den 4 Adventssamstagen

Kurzbeschreibung:	Frei Parken auf ausgewiesenen Parkplätzen an den Adventssamstagen und werktags ab 16 Uhr
Veranstalter:	Stadt Hofheim
Mitwirkende	keine
Ziel der Veranstaltung:	Attraktivität Hofheims zum Einkauf erhöhen
Wem nutzt die Veranstaltung	Kunden/innen / Einzelhandel
Kosten:	ca. 60 Euro für Aufkleber an den Automaten
Beurteilung	Fortsetzung der seit 5 Jahren durchgeführten Aktion
Ausblick:	Aktion soll jährlich stattfinden

Adventsbeleuchtung in Hauptstraße

Kurzbeschreibung:	alljährliche Installation der Adventsbeleuchtung in der Hauptstraße
Veranstalter:	IHH
Mitwirkende	keine
Ziel der Maßnahme:	Attraktivität Hofheims zum Einkauf erhöhen
Wem nutzt die Maßnahme:	Bürgern / Einzelhandel
Kosten:	IHH
Beurteilung	traditionelle Adventsbeleuchtung in der Innenstadt die in der Vor- und Nachweihnachtszeit das Stadtverschönert und weihnachtliche Gefühle vermittelt
Ausblick:	Aktion soll jährlich stattfinden

Neue Parkfläche am ehemaligen Capitol-Kino

Kurzbeschreibung:	Anpachtung der nach Abriss des Capitol-Kino's verbliebenen Fläche und Einrichtung von 22 zusätzlichen Parkplätzen.
Veranstalter:	Stadt Hofheim
Ziel der Maßnahme:	Erweiterung des Parkraumangebotes in der Hofheimer Innenstadt.
Wem nutzt die Maßnahme:	Verkehrsteilnehmern / Einzelhandel
Kosten:	Pacht 2.100 €/Jahr, dem stehen Einnahmen aus Parkgebühren gegenüber.
Beurteilung:	Die Nutzung des zusätzlichen Angebotes bleibt abzuwarten.
Ausblick:	Anpachtung erfolgt, bis Areal seitens des Grundstückeigentümers einer anderen Nutzung zugeführt wird.

Teil 2 – Von City-Marketing optimierte Aktionen

Wäldchestag, Pfingstdienstag, 05. Juni 2006

Kurzbeschreibung:	Traditionsveranstaltung mit Musik, Unterhaltung und Kinderprogramm in der Innenstadt, umfangreiches Rahmenprogramm
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:	Wegen Dauerregens war der diesjährige Wäldchestag, besonders tagsüber, vergleichsweise schlecht besucht. Erst am Abend kamen, mit nachlassendem Regen, mehr Gäste.
Ausblick:	Der Wäldchestag soll möglichst traditionell weiter am Pfingstdienstag stattfinden. Aufgrund der wetterbedingten Verluste wurde seitens der Stadtverordnetenversammlung beschlossen, künftig die Hälfte der Standgebühren für Vereine aus Mitteln der Wirtschaftsförderung zu bezuschussen. (13.05.2008)

KreisStadtSommer, Eröffnungsfest 29.06. bis 01.07.2007 Abschlussfest 01.09.2007

Kurzbeschreibung:	Traditionsveranstaltung auf dem Kellerei- und Ludwig-Meidner-Platz, unter dem Motto: "Kunst, Kultur, Kulinarisches" wird ein umfangreiches Programm bis zum Ende der Sommerferien geboten
Veranstalter:	Stadt Hofheim in ZA mit verschiedenen Sponsoren, Vereinen
Ziel der Aktion:	Unterhaltungsprogramm während der Ferien für "Daheimgebliebene"
Wem nutzt die Veranstaltung	PR Stadt Hofheim, Bürgern/innen und Gästen aus der Region
Kosten:	werden derzeit ermittelt
Beurteilung:	Lt. Beurteilung der Hess. Landesregierung ist der KSS einer der "kulturellen Leuchttürme" in der Region. Mit rd. 50- 60.000 Besuchern/innen eine bewährte Veranstaltung mit überörtlicher Bedeutung und sehr guter Resonanz beim Publikum. Die Besucherströme wurden zwischenzeitlich für 2006 ermittelt, wonach ca 92,89 % der Besucher aus dem

Ballungsraum Ffm/RheinMain (hiervon 82% MTK), ca 2,8% aus dem Umland des Ballungsraumes, 2,97% aus dem übrigen Deutschland und 1,34% aus dem Ausland den KSS kommen.

Als Verlagsbeilagen bei der Hofheimer Zeitung und der Frankfurter Rundschau wurde für KSS auch überregional geworben.

Ausblick: Fester Bestandteil des Hofheimer kulturellen Angebotes (27.06. – 29.06.2008 mit verkaufsoffenem Sonntag)

Sommernachtsmarkt, Samstag, 14.07.2007, 20 bis 24 Uhr, Hofheimer Innenstadt

Kurzbeschreibung: Marktstände vor den Geschäften, Flohmarkt, Stadtmuseum, mit Nachtführung, Hofheimer Chöre, Haus der Jugend geöffnet, Best of "shorts at Moonlight", Spielmobil

Veranstalter: IHH in ZA mit der Stadt Hofheim

Mitwirkende: Handel, Gastronomie, Stadt Hofheim,

Ziel der Veranstaltung: Belebung der Innenstadt, Förderung des Einzelhandels

Wem nutzt die Veranstaltung: Hofheimer Wirtschaft

Kosten: vorwiegend IHH

Beurteilung: Wieder sehr gute Besucherfrequenz bei angenehmem Temperaturen. Sehr gute Resonanz sowohl beim Handel als auch bei den Gästen, die Presse berichtet erneut sehr positiv.

Ausblick: Veranstaltung wird fortgesetzt (12.07.2008)

Kürbispyramide vordem alten Rathaus, 20. – 22.09.2007

Kurzbeschreibung: die schönsten Kürbisse werden zu einer Pyramide aufgerichtet

Veranstalter: IHH

Mitwirkende: Direktvermarkter / Landwirte

Ziel der Veranstaltung: Imagewerbung

Wem nutzt die Veranstaltung: Besuchern, Publikum, Hofheimer Geschäftswelt

Kosten: IHH

Beurteilung: von den Bürgerinnen und Bürgern gern angenommene Attraktion in der Innenstadt

Ausblick: soll in dieser Form weitergeführt werden (17.-20.09.2008)

Gallusmarkt mit ländlichem Markt – (19. – 23.10.2007)

Kurzbeschreibung: Traditionsveranstaltung in der Hofheimer Innenstadt

Veranstalter: Stadt Hofheim und IHH

Mitwirkende: Krammarkthändler/innen, Kunsthandwerker/innen, Schausteller/innen

Ziel der Veranstaltung: Pflege der Hofheimer Tradition, Imagewerbung

Wem nutzt die Veranstaltung: Besuchern, Publikum, Hofheimer Geschäftswelt

Kosten: werden derzeit ermittelt

Beurteilung: Mit rd. 40 bis 45000 Besuchern/innen eines der stärksten Feste in Hofheim. Das 2005 erstmals auf dem Ludwig-Meidner-Platz eingerichtete Weindorf fand wieder sehr guten Anklang und bereicherte das Angebot des Gallusmarktes.

Ausblick: soll in dieser Form weitergeführt werden (17.-21.10.2008)

Beteiligung bei der ersten Baumesse im Ardek-Center Wallau, 16. – 18.11.2007

Kurzbeschreibung:	Baumesse mit den Schwerpunkten Wohnen, Renovieren – Energiesparen.
Veranstalter:	MESA GmbH, Düren
Mitwirkende:	u.a. Stadt Hofheim, Hofheimer Wohnungsbaugesellschaft mbH
Ziel der Veranstaltung:	Ziel im Sinne von City-Marketing war es, den Besuchern die Stadt Hofheim als Wirtschafts- und Wohnstandort zu präsentieren.
Wem nutzt die Veranstaltung:	Besuchern, Publikum, Stadt (Tourismus)
Kosten:	keine
Beurteilung:	Diese erste Baumesse war mit rd 9000 Menschen sehr gut besucht. Seitens der HWB und der Stadt Hofheim besteht Einigkeit im nächsten Jahr erneut an der Messe teilzunehmen, um sich den Besuchern zu präsentieren. Es wird angestrebt, dann einen größeren Messestand zu erhalten.
Ausblick:	Aufgrund der guten Besucherzahlen wird Messe in Wallau fortgeführt. Stadt und HWB beteiligen sich erneut.

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

Monkey-Jump-Festival, 07.04.2007

Kurzbeschreibung:	Musikveranstaltungen in 12 Hofheimer Gastro-Betrieben im Kernstadtbereich mit Live-Musik
Veranstalter:	Monkey-Jump-Entertainment, Wiesbaden in ZA mit der Stadt Hofheim
Mitwirkende	Hofheimer Gastronomie
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt Unterhaltungsangebot für Hofheimer und Gäste der Region
Wem nutzt die Veranstaltung:	Hofheimer Gastronomie und den Gästen, (vorwiegend Jugendliche)
Kosten:	Wurden vollständig vom Veranstalter getragen
Beurteilung:	rund 3000 Gäste – auch in 2007 sehr gute Resonanz bei Gastronomen und Gästen. Viele Jugendliche. Veranstaltung verlief störungsfrei.
Ausblick:	Veranstaltung soll fortgesetzt werden.

Frühlingsgruß des IHH, Samstag, 24.03.2007

Kurzbeschreibung:	Verteilung eines Blumengrußes an die Besucher an diesem Tag
Veranstalter:	IHH
Mitwirkende	Hofheimer Geschäfte, Kernstadt
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt, Kundengewinnung
Wem nutzt die Veranstaltung	Hofheimer Geschäftswelt
Kosten:	IHH
Beurteilung:	Sehr gute Resonanz bei den Besuchern/innen, Fortsetzung der erfolgreichen Aktion der letzten 3 Jahre wird in dieser Form weitergeführt (22.03.2008)
Ausblick:	

Henninger-Rennen mit Polar-Sprint-Frühshoppen, Sonntag 1. Mai 2007

Kurzbeschreibung:	Die fünf Felder des Henninger-Rennens wurden wiederum durch Hofheim geführt. In Höhe Polar-Mohr fand eine Sprintprüfung statt. Polar – als Hauptsponsor – organisierte in ZA mit der Stadt Hofheim wie in der Vergangenheit den sog. Sprint-Frühshoppen mit Catering, Bühne (Band), Großbildübertragung sowie einigen Aktionen für die Gäste, mit Schwerpunkt Kinderprogramm
Veranstalter:	Polar-Mohr in ZA mit der Stadt Hofheim
Mitwirkende:	Lokale Institutionen (R-M-Therme, Hofheimer Geschäfte)
Ziel der Veranstaltung:	Unterhaltung, Kundengewinnung, PR / Imageverbesserung
Wem nutzt die Veranstaltung:	Polar-Mohr und Stadt Hofheim (Image), den mitwirkenden Geschäften, Institutionen und Sponsoren
Kosten:	Rd. 10.000 €, getragen durch Polar-Mohr. Stadt Hofheim vorwiegend Personaleinsatz (Bauhof und Ordnungsbehörde). Mitwirkende trugen Kosten selbst
Beurteilung:	Sehr gute Resonanz, hervorragende Medienpräsenz bei tollem Wetter. Bei strahlendem Sonnenschein kamen etwa 1000 Besucher/innen
Ausblick:	Fortsetzung nicht vorgesehen, da sich aufgrund der Dopingaffären auch im deutschen Radsport, der Hauptsponsor POLAR-Mohr von der Veranstaltung zurückgezogen hat. Das Unternehmen möchte jedoch nicht auf die gute Zusammenarbeit mit der Stadt Hofheim verzichten und hat versprochen sich in gleicher Höhe an einer anderen Veranstaltung der Stadt zu beteiligen.

Marktstand des „Fairen Handels“ am Wochenmarkt, 22.02.2007

Kurzbeschreibung:	Anlässlich der Woche des fairen Handels wurde im Rahmen des Hofheimer Wochenmarktes ein Stand betrieben, der entsprechende Güter anbietet.
Veranstalter:	IHH und kath. Kirchengemeinde
Mitwirkende:	EineWeltLaden, Kaufhaus Buch
Ziel der Veranstaltung:	Verkauf von Waren aus fairem Handel und Sensibilisierung bzw. Aufklärung der Kunden hinsichtlich der Bedeutung der Maßnahme
Kosten:	IHH, Buch
Beurteilung:	Es wurde eine sehr positive Besucherresonanz festgestellt. Nicht nur Waren wurden verkauft, sondern auch wichtige Informationen weitergegeben bzw. ausgetauscht.
Ausblick:	Fortführung ab 2008, ggf. quartalsweise, wird geprüft.

"Zeigt her Eure Schuhe", 01. und 08.12.2007

Kurzbeschreibung:	Kinder geben ihre Schuhe in Hofheimer Geschäften ab und erhalten diese mit Naschwerk gefüllt nach einigen Tagen wieder zurück
Veranstalter:	IHH
Mitwirkende:	Hofheimer Geschäfte
Ziel der Veranstaltung:	Kundengewinnung / -Bindung
Wem nutzt die Veranstaltung:	Einzelhandel
Kosten:	Einzelhandel / IHH
Beurteilung:	Eine Aktion, die bei den Kunden/innen der Hofheimer Geschäfte sehr gut angenommen wird.
Ausblick:	wird in dieser Form weitergeführt (29.11. + 06.12.08)

Kurzbeschreibung:	Weihnachtsmarkt, Fokus obere Hauptstraße mit rund 80 Ständen
Veranstalter:	Stadt Hofheim in ZA mit der IG "Obere Hauptstraße" unter Mitwirkung des Vereinsrings
Mitwirkende	Einzelhandel, Vereine, Institutionen und Schulen, private und gewerbliche Anbieter
Ziel der Veranstaltung: Wem nutzt die Veranstaltung	Belebung der Innenstadt, mit Schwerpunkt obere Hauptstraße Hofheimer Wirtschaft, speziell obere Hauptstraße sowie den Vereinen und Schulen
Kosten:	Ausgaben rd. 11.600 €, Einnahmen rd. 6000 € = Zuschuss 5700 €
Beurteilung	Große Resonanz und sehr gute Akzeptanz, rd. 25.000 Besucher
Ausblick:	wird in dieser Form weitergeführt (06. – 07.12.2008)

Teil 4- Zusammenfassung und Ausblick

Wie in den vergangenen Jahren konnte auch in 2007 die gute Zusammenarbeit von Akteuren aus Wirtschaft, Vereinen und Stadtverwaltung fortgeführt werden. Die traditionellen Hofheimer Feste wie Wäldchestag, KreisStadtSommer oder Gallusmarkt waren erneut die Highlights des Jahres und konnten durch neue Feste und Veranstaltungen ergänzt und bereichert werden. Die Arbeit der Steuerungsgruppe City-Marketing beschränkt sich jedoch nicht allein auf die Planung oder Begleitung von Veranstaltungen, sondern beschäftigt sich darüber hinaus auch mit allgemeinen Fragen zum innerstädtischen Einzelhandel oder der wirtschaftlichen Entwicklung des Standortes Hofheim am Taunus. So wurden beispielsweise die Bautätigkeiten an der Gemarkungsgrenze zu Kriftel ebenso eingehend diskutiert, wie die Problematik der wilden Beschilderung in der Innenstadt und in den Gewerbegebieten. Aufgabe der Steuerungsgruppe ist es Lösungswege zu solchen Problemstellungen aufzuzeigen und –soweit möglich- diese umzusetzen. War die Einzelhandelsentwicklung in unserer Nachbargemeinde nur auf juristischem Wege zu klären, konnten in anderen Fällen solche Lösungsansätze gemeinsam mit der Verwaltung erarbeitet und umgesetzt werden. Zur Vermeidung einer Überhandnahme von Hinweisschildern auf Veranstaltungen in der Innenstadt, wurde beispielsweise die hierfür erforderliche Genehmigung seitens der Ordnungsbehörde dahingehend angepasst, dass künftig Veranstaltungsplakate in der Hauptstraße nicht mehr angebracht werden dürfen. Hinsichtlich der wilden Beschilderung im Gewerbegebiet Nord/Langgewann wurde durch die Steuerungsgruppe in einem Auswahlverfahren ein Unternehmen beauftragt, welches in Abstimmung mit Verkehrsbehörde und City-Marketing, ein einheitliches Beschilderungssystem entwickeln und möglichst noch im nächsten Jahr installieren soll. Auch hat die Steuerungsgruppe zum Thema Chinon-Center intensive Gespräche mit Vertretern der MIB AG geführt, um vor allem der Hofheimer Kaufmannschaft die Möglichkeit zu geben unmittelbar mit den Akteuren zu kommunizieren und mögliche Kontroversen bereits in der Planungsphase beraten bzw. vermitteln zu können. Ebenso hat sich die Steuerungsgruppe zum Ziel gesetzt das Thema Tourismus in Hofheim aufzunehmen und gemeinsam mit dem Taunus-Touristik-Service und der städtischen Mitarbeiterin für Tourismus Wege aufzuzeigen, die Hofheim einem noch breiteren Publikum zugänglich machen sollen. Zur Präsentation der Stadt Hofheim ist für das Jahr 2008 zudem die erneute Teilnahme beim Newcomer-Festival in Frankfurt vorgesehen.

Die „Steuerungsgruppe City-Marketing wird auch künftig den eingeschlagenen Kurs der kurzen Wege, des Dialogs und vor allem der aktiven Umsetzung von Maßnahmen und Aktionen fortsetzen, um den Standort Hofheim langfristig zu stärken und den Bekanntheitsgrad weiter auszubauen.

gez. Thorsten Kolar
Hofheim am Taunus, 12.12.2007