

JAHRESBERICHT 2009 DER STEUERUNGSGRUPPE CITY-MARKETING HOFHEIM

Die Mitte 2003 begonnene Arbeit der Lenkungsgruppe City-Marketing wurde auch im Jahr 2009 intensiv fortgesetzt. Insgesamt fanden im Jahr 2009 acht Sitzungen statt. Die Mitglieder der Lenkungsgruppe sind: Bürgermeisterin Gisela Stang, Stadtverordnetenvorsteher Wolfgang Vater, Erster Stadtrat Wolfgang Exner, Stadtrat Wolfgang Winckler, FB 1-Leitung Adi Schmidt (ab 01/2010 Heidelore Fink-Knoblauch), stellv. Pressesprecher Harald Haaker, Wirtschaftsförderer Thorsten Kolar. Vom Vorstand des Gewerbevereins IHH e.V. Peter Blumenberg, Martin Buch und Kurt Soucek.

Im Mittelpunkt der Überlegungen und Maßnahmen stand auch im Jahr 2009 das bekannte Ziel, die Stadt in der Region bekannter zu machen, um somit den Wirtschaftsstandort Hofheim zu stärken. Wieder wurden Gespräche mit Hofheimer Meinungsmachern und Entscheidern gesucht, mit dem Ziel, diese intensiver in die Gestaltung und Entwicklung der Stadt einzubinden. So wurden zu den einzelnen Sitzungen der Steuerungsgruppe auch wie gewohnt zahlreiche Akteure eingeladen. Sei es zur Vorstellung der Einzelhandelserweiterung auf dem IKEA-Areal oder zur Präsentation von Konzeptvorschlägen von touristischen Aktivitäten. Leider muss aber auch darauf hingewiesen werden, dass durch die Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise verschiedene Aktivitäten von City-Marketing nicht umgesetzt werden konnten, da es entweder am erforderlichen Sponsoring mangelte oder aber die Unternehmen aufgrund der schwierigen Situation auf Marketingaktionen verzichten wollten. So konnte beispielsweise ein geplanter Aktionstag mit dem Arbeitstitel „Hofheim mobil“, der vor allem unseren Autohändlern und deren Zulieferern einen positiven Werbeeffect bieten sollte, leider mangels Interesse nicht angeboten werden. Auch das für dieses Jahr erneut geplante Kirschblütenfest musste abgesagt werden, das sich hier nahezu keine Sponsoren mehr fanden mit denen die künstlerischen Darbietungen hätten finanziert werden sollen. Das Konzept zur Einführung eines „Jugendtalers“, ein eigenes Zahlungsmittel, mit dem Jugendliche durch kleinere Arbeiten z.B. bei Vereinen, hätten „entlohnt“ werden können, wurde ebenfalls zunächst *auf Eis gelegt*, da in der Hofheimer Kaufmannschaft Probleme in der Umsetzung und Akzeptanz gesehen werden.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass City-Marketing Hofheim grundsätzlich bemüht ist seine Aktionen und Aktivitäten nach Möglichkeit ohne Sponsoring zu realisieren, um unsere Unternehmen – die gerade im kulturellen Sektor schon einiges an Fördergeldern aufbringen – nicht über Gebühr in Anspruch zu nehmen. Die Bemühungen lagen in diesem Jahr daher auch vorrangig in der Unterstützung und Bewerbung der bekannten traditionellen Angebote wie KreisStadtSommer, Gallusmarkt oder Adventsmarkt.

Wie in der folgenden Einzelbetrachtung der Aktivitäten dargestellt, kann aber dennoch ein überwiegend erfreuliches Resümee des vergangenen Jahres gezogen werden. Ein wesentlicher Faktor für diesen Erfolg war unverändert die "Strategie der kurzen Wege", das heißt, die direkte und enge Kommunikation mit den Beteiligten, insbesondere der Verwaltung und dem IHH e.V.. Viele der vorgeschlagenen Maßnahmen konnten dadurch zügig umgesetzt werden.

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 – Touristische Aktivitäten**
- Teil 5 – Zusammenfassung und Ausblick**

Teil 1 – Von City-Marketing initiierte Aktionen

City-Card „Ei Gude“

Kurzbeschreibung:

Mit 20.000 sogenannten City-Cards wurde erneut in über 150 Restaurants, Kneipen und Bars in Frankfurt, Wiesbaden und Offenbach für das KreisStadtSommer vom 26.06.-27.09.2009 und auf den Sommernachtsmarkt am 11.07.2009 geworben. Das Motiv „Hofheim Ei Gude“ wurde von dem Hofheimer Grafiker Alexander Buch entworfen und in zwei Varianten (Tag und Nacht) angeboten. Wegen der großen Beliebtheit dieser Karten wurden zudem je 1000 Exemplare (ohne Veranstaltungshinweise) als Postkarten geordert, die in Bürgerbüro und Stadtmuseum zum Kauf angeboten werden. Zur Bewerbung des Hofheimer Adventsmarktes erfolgte eine Neuauflage (ebenfalls 20.000) mit einem Weihnachtsmotiv vor dem alten Rathaus. Auf der Rückseite wurde bereits auf das Chinon-Center und das „Weihnachtsshopping“ in 2010 hingewiesen.

Veranstalter / Organisator:

City-Marketing Hofheim

Mitwirkende

City-Marketing Hofheim

Ziel der Veranstaltung:

Besucher, auch über Hofheims Stadtgrenzen hinaus auf herausragende Veranstaltungen aufmerksam machen und so den Bekanntheitsgrad Hofheims in der Region zu erhöhen.

Wem nutzt die Aktion

Besuchern, Bürgerinnen, Bürgern, Festveranstaltern

Kosten:

Druck- und Verteilkosten für die CityCard-Aktion im Sommer lagen bei ca 1.300 €, die Aufwendungen für die Grafik bei rd 107 €. Die Kosten der Nachbestellung als Postkarten beliefen sich auf rd 180 €.

Die Aufwendungen für die CityCard im Winter wurden zu 80 % von der MIB gesponsert. Die verbleibenden 300 € haben sich IHH und City-Marketing geteilt.

Beurteilung

Eine Zunahme der Besucherzahlen durch die Aktion kann, wie auch bei vergangenen CityCard-Aktionen, nicht ermittelt werden. Grundsätzlich kann aber davon ausgegangen werden, dass der Bekanntheitsgrad Hofheims, wieder erhöht werden konnte.

Ausblick:

Wiederholung bleibt abzuwarten.

Sommer



Winter



Weihnachtsshopping im neuem Chinon Center 2010



weitere Infos: www.hofheim.de

Vierter Hofheimer Unternehmerabend am 08. September 2009

Kurzbeschreibung:	Sog. <i>Visitenkartenabend</i> für Hofheimer Unternehmer/innen in den Räumen der Brühlwiesenschule mit Kooperationspartnern, Wirtschaftsexperten und Vertretern der Kommunalpolitik
Veranstalter / Organisator:	Stadt Hofheim, WiFö
Mitwirkende	Wirtschaftsförderung, IHH, IHK, GV Wallau, Handwerkskammer, Existenzgründerverein Kelkheim, Joboffensive des MTK, Umweltbeauftragter Stadt Hofheim, Qualifizierungsbeauftragter MTK, Gründerzentrum
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:	rd 1.500 € (Catering)
Beurteilung	Mit rd 130 Teilnehmern konnte für die Veranstaltung wieder eine gute Resonanz festgestellt werden
Ausblick:	Wird in 2010 fortgesetzt. Neuer Veranstaltungsort noch nicht bekannt.



Installation einer Wettermessstation in Hofheim-Langehain (November 2009)

Kurzbeschreibung:	Installation einer Wettermessstation des Wetterdienstes Meteomedia in Langehain (ggü der Sternwarte).
Mitwirkende:	Wirtschaftsförderung / Öffentlichkeitsarbeit / MTK
Ziel der Aktion:	Mit Installation der Wetterstation des Wetterdienstes Meteomedia in Langehain wurde im MTK die bislang einzige Möglichkeit geschaffen konkrete regionale Wettermessdaten zu ermitteln, die zum einen Vorteile für z.B. Winterdienste, Wasserwirtschaft, Landwirtschaft etc bieten, zum anderen aber auch einen Imagegewinn für die Stadt bedeuten.
Wem nutzt das Projekt:	Bürgerinnen und Bürgern, Technische Hilfswerke, Feuerwehren, Öffentliche Versicherer, Behörden, Firmen, Landwirte, etc
Kosten:	rd 28.000 €, hiervon hat MTK sich mit einmalig 10.000 € beteiligt. Laufende Kosten (Wartung/Strom) rd 600 €/Jahr.



© Foto: Martina Weyand-Ong



Aktion „Adventsparken mit Überraschung“

Kurzbeschreibung:	Aufgrund der krisenbedingten, negativen Prognosen des Einzelhandels zum Weihnachtsgeschäft 2009 und der Problematik von baustellenbedingt wegfallendem Parkraumangebot, sollte das häufig nur wenig genutzte P&R-Deck am Bahnhof stärker in den Focus der Besucher gerückt werden. Mit Presseartikeln und Hinweisplakaten an den Gebührenautomaten sollten die Nutzer des Parkdecks darauf hingewiesen werden, dass gegen Vorlage des Parkscheins in vielen Innenstadtgeschäften eine kleine Überraschung auf sie wartet. Hierbei hat es sich um hochwertige Schokoladen-Nikoläuse gehandelt, die den Kunden überreicht wurden. Vom Parkdeck aus wiesen gelbe „Fußspuren“ auf den Weg in die Kernstadt hin.
Veranstalter:	City-Marketing
Mitwirkende:	City-Marketing, Einzelhändler
Ziel der Veranstaltung:	Bürgern und Besuchern auf das Parkraumangebot in der City hinzuweisen und hierbei insbesondere das eher wenig genutzte P&R-Deck in den Blickpunkt zu rücken. Kunden

dazu motivieren ein Stückchen weiter zu laufen als gewohnt und sie dafür mit einer kleinen Überraschung belohnen.

Wem nutzt die Veranstaltung

Besuchern, Bürgerinnen und Bürgern, Einzelhandel

Kosten:

630 € für 1000 Nikoläuse

Beurteilung:

Angebot wurde eher verhalten angenommen. Nikoläuse wurden seitens der Händler im Namen der Stadt an die Kunden verschenkt (mit Hinweis auf Parksituation wegen Baustellen).

Ausblick:

Keine Wiederholung geplant.



"Parken frei" an den 4 Adventssamstagen

Kurzbeschreibung:

Frei Parken auf ausgewiesenen Parkplätzen an den Adventssamstagen und werktags ab 16.30 Uhr. Zusätzliche Aufkleber- und Plakataktion durch den IHH mit der auf 1 Std-kostenlos Parken hingewiesen werden soll

Veranstalter:

Stadt Hofheim

Mitwirkende

IHH

Ziel der Veranstaltung:

Attraktivität Hofheims zum Einkauf erhöhen

Wem nutzt die Veranstaltung

Kunden/innen / Einzelhandel

Kosten:

ca. 60 Euro für Aufkleber an den Automaten. Kosten für IHH. Einnahmeverlust bei Stadt durch ausbleibende Parkgebühren

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:

Mit Blick auf die sich ändernde Einzelhandelsstruktur durch das geplante Fachmarktzentrum und dessen Anbindung an die Altstadt über den Kellereiplatz, ist die Adventsbeleuchtung grundsätzlich neu zu konzeptionieren. Mit einem Anbieter von Weihnachtsbeleuchtungskonzepten wurde bereits eine umfangreiche Ortsbegehung durchgeführt. Das Angebot, welches als Grundlage für weitere Überlegungen dienen soll, steht derzeit noch aus.

Teil 2 – Von City-Marketing optimierte Aktionen

Verbrauchermesse Wallau, 28. – 29. März.2009

Kurzbeschreibung:	Verbrauchermesse, auf der sich Handwerker, Händler und Dienstleister aus der gesamten Region im Wallauer ARDEK-Center zeigen. Schwerpunkt ist der Bereich Heim und Haus. Alternative Heizsysteme, Strom aus Sonnenlicht, aber auch Renovierungsideen und Bauelemente bis hin zur großen Möbelschau wurden den Besuchern präsentiert. Vorgestellt wurden aber auch Fahrzeuge der Marken VW und Opel.
Veranstalter:	Heiko Schneider
Mitwirkende:	Gewerbetreibende der Region, Wirtschaftsförderung und Team Öffentlichkeitsarbeit
Ziel der Maßnahme:	Aktivitäten der Stadt Hofheim in den Bereichen Tourismus und Wirtschaftsförderung einem breiten Publikum präsentieren und damit Hofheim auch überregional bekannter zu machen.
Wem nutzt die Maßnahme:	Messebesuchern aus Hofheim und Umgebung
Kosten:	ca 800 € (Standgebühren und Merchandisingartikel)
Beurteilung:	Erfolgreiche Veranstaltung, die trotz Finanzkrise viele Besucher anzog. Die Stadt wurde durch ihre Mitarbeiter gut repräsentiert und zahlreiche Informationsbroschüren und Give-Aways konnten an die Besucher verteilt werden.
Ausblick:	Für den Fall einer weiteren Veranstaltung wird eine erneute Teilnahme in Erwägung gezogen.



Wäldchestag, Pfingstdienstag, 02. Juni 2009

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:	Bei gutem Wetter waren die Straßen der Altstadt wie gewohnt gut gefüllt. Wie bereits im vergangenen Jahr kamen die

meisten Besucher jedoch wieder erst gegen Abend. Ein Zeichen dafür, dass schon seit längerem die meisten Arbeitnehmer keinen halben freien Tag mehr für den sog. „Hessischen Feiertag“ erhalten.
Veranstaltung wird fortgesetzt.

Ausblick:

KreisStadtSommer, Eröffnungsfest vom 26. - 28.06.2009

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: Gesamt ca 85.000 €, Anteil Stadt 30.000 €, Anteil durch Stand- und Sponsorengelder ca 55.000 €

Beurteilung: Wie bekannt, handelt sich laut Beurteilung der Hess. Landesregierung bei dem KSS um einer der "kulturellen Leuchttürme" in der Region. Mit erneut rd. 50- 60.000 Besuchern/innen eine bewährte Veranstaltung mit überörtlicher Bedeutung und sehr guter Resonanz beim Publikum. Als Verlagsbeilagen bei der Hofheimer Zeitung und der Frankfurter Rundschau wurde für KSS auch überregional geworben.

Ausblick: Fester Bestandteil des Hofheimer kulturellen Angebotes. In 2010 wird das Fest wegen der Umbauarbeiten auf dem Kellereiplatz, auf dem Platz am Untertor stattfinden. Da am gleichen Wochenende auch die Feierlichkeiten zum 30-jährigen Bestehen der Städtepartnerschaft Hofheim/Tiverton begangen werden, wird das KreisStadtSommer-Eröffnungsfest unter dem Motto *Britannien* stehen.

Sommernachtsmarkt, Samstag, 11.07.2009, 19 bis 0 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: Bürgerinnen und Bürgern, Einzelhandel

Kosten: vorwiegend IHH

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

Ausblick: Veranstaltung wird fortgesetzt

Gallusmarkt mit ländlichem Markt, vom 16.-20.10.2009

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:	Einnahmen rd 18.000 €, Ausgaben rd 13.000 €
Beurteilung:	Mit rd. 40 bis 45000 Besuchern/innen wieder 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 erneut.
Ausblick:	Soll in dieser Form weitergeführt werden. Wegen der geplanten Umgestaltung des Kellereiplatzes in 2010 wird der Gallusmarkt in diesem Jahr ausnahmsweise in der Innenstadt (Platz Am Untertor) stattfinden. Nach Fertigstellung von Chinon-Center und Kellereiplatz, wird über Ausdehnung der Angebote bis zum Chinonplatz (unter Einschluss der Elisabethenstrasse) nachgedacht.

Beteiligung bei der dritten Baumesse im Ardek-Center Wallau, 23.- 25.10.2009

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:	Merchandisingartikel (rd 500 €)
Beurteilung:	Auch die dritte Baumesse war mit rd 10000 Menschen wieder sehr gut besucht. Die Stadt hat ihren neuen Messestand präsentiert.
Ausblick:	Aufgrund der guten Besucherzahlen wird Messe in Wallau fortgeführt. Stadt und HWB beteiligen sich erneut.



Adventsmarkt 05.- 06.12.2009, Hofheimer Innenstadt (Obere Hauptstraße)

Kurzbeschreibung:	Weihnachtsmarkt, Fokus mittlere/obere Hauptstraße mit rund 80 Ständen (erneut Verlagerung in Richtung Untertor wegen Baustelle zwischen Neugasse und Zeilsheimer Straße)
Veranstalter:	Stadt Hofheim in Zusammenarbeit mit der IG "Obere Hauptstraße" unter Mitwirkung des Vereinsrings
Mitwirkende	Einzelhandel, Vereine, Institutionen und Schulen, private und gewerbliche Anbieter, Stadt
Ziel der Veranstaltung:	Belebung der Innenstadt, mit Schwerpunkt obere Hauptstraße

Wem nutzt die Veranstaltung	Hofheimer Wirtschaft, speziell obere Hauptstraße sowie den Vereinen und Schulen
Kosten:	Ausgaben rd. 14.000 €, Einnahmen rd 9.000 € = Zuschuss 5.000 €
Beurteilung	Wegen Dauerregens in diesem Jahr weniger Resonanz als gewohnt.
Ausblick:	Wird in dieser Form weitergeführt.

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

Blumengruß des IHH, Samstag, 21.03.2009

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 4 Jahre
Ausblick:	wird in 2010 durch erstmals stattfindendes Frühlingsfest mit verkaufsoffenem Sonntag ersetzt

Französischer Markt, vom 26. - 28.03.2009

Kurzbeschreibung:	Französische Produkte (überwiegend Käse und Wein) werden ergänzend zum Wochenmarkt in der Zeit vom 26.-28. März auf dem Platz am Untertor angeboten.
Veranstalter:	Privat
Mitwirkende:	überwiegend französische Händler
Ziel der Veranstaltung:	Französische Spezialitäten in der Region bekannt machen.
Kosten:	keine (Einnahmen 200 € pauschal für Platznutzung)
Beurteilung:	Markt wird beim Kunden gut angenommen, obgleich Preise als relativ hoch empfunden werden.
Ausblick:	Fortführung in 2010 ist geplant.

Kinderschuhaktion "Zeigt her Eure Schuhe", 28.11.2009

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

Teil- 4 Touristische Aktivitäten

Zahlen und Daten zu Unterkünften / Übernachtungen in Hofheim

Übernachtungszahlen von Jan. bis Oktober 2009:

46.411 Ankünfte (vgl. 2008/ 43.263)
80.078 Übernachtungen (vgl. 2008/82.248)

Dies ergibt eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 1,7 Tagen. Statistisch erfasst werden nur die Übernachtungen in Betrieben von neun und mehr Betten. Das heißt, alle Übernachtungen in den Privatzimmern und Ferienwohnungen sind hier nicht erfasst (vgl. hierzu Ergebnis Umfrage). Hofheim liegt bei den Übernachtungen somit nach wie vor an dritter Stelle im Main-Taunus-Kreis. (1. Bad Soden *Kurgäste*, 2. Eschborn *Geschäftsreisende*)

In Hofheim gibt es derzeit 13 Hotels und Pensionen und 35 Ferienwohnungen und Privatzimmer. 2009 wurden 6 neue Privatunterkünfte eröffnet, davon wurden bereits 3 Ferienwohnungen bzw. Privatzimmer klassifiziert. Auch dieses Jahr wurden wieder diverse Nachklassifizierungen durchgeführt. 1 Hotel wurde geschlossen (Casa Mexicana, Marxheim).

Laut Pressemitteilung vom 08.01.2010 des Hessischen Statistischen Landesamtes, geben Gäste insgesamt weniger aus, wovon die Beherbergungsbetriebe besonders betroffen sind. Die Umsätze fielen im Vergleichszeitraum nominal um 7,5 % zurück. Real war das ein Minus von annähernd 10 %.

Umfrage „Vermietung von Ferienwohnungen und Privatzimmern in Hofheim“ (Januar 2010)

Mittels eines Erhebungsbogens wurden insgesamt 34 Betreiber von Ferienwohnungen und Privatzimmern gebeten, sich an der Umfrage des Tourismusbüros zu beteiligen. Maßgeblich war das Geschäftsjahr 2009. 17 Betriebe (50%) haben den Fragebogen beantwortet.

Hiervon entfielen:

- 11 Betriebe auf Ferienwohnungen
- 5 Betriebe auf Privatzimmer
- 1 Betrieb auf Ferienwohnungen + Privatzimmer

Folgende Angaben wurden seitens der Befragten gemacht:

Fragen zu Übernachtungen/Jahr, Angebotsbestand und Öffnungsdauer:

- Die Anzahl der Übernachtungen pro Jahr liegt zwischen mindestens 80 und höchstens 650. (entspricht durchschnittlich 223 Übernachtungen pro Jahr)
- Das älteste Angebot besteht seit 1996; das jüngste wird erst seit Ende 2009 betrieben.
- 10 der befragten Betriebe haben 365 Tage im Jahr geöffnet (59 %); 6 an 300 Tagen (35 %) und einer an etwa 330 Tagen (6 %)

Frage nach der Herkunft der Gäste:

- Geschäftsreisende 22,70 %
- Monteure 50,73 %
- Touristen 26,56 %
- Wochenend-Heimfahrer 36,43 %

Frage, wie die Gäste vom Angebot erfahren haben:

- über eigene Internetseite 26,00 %
- über Internetseite Stadt Hofheim 65,80 % (!)

- über Tourismusbüro Hofheim 41,75 % (!)
- über Taunus-Touristik-Services 17,40 %
- über Zeitungsinserat 00,00 %
- über andere Internetportale 19,33 %
- Mundpropaganda 35,00 %
- Gelbe Seiten 5,60 %

Frage nach Zufriedenheit mit Auslastung:

- ca 65 % der Befragten sind mit der Auslastung zufrieden
- ca 24 % wünschen sich eine höhere Auslastung
- ca 6% erachten sie als mittelmäßig
- ca 6 % machen hierzu keine Angaben

Frage nach Auswirkung durch Wirtschaftskrise:

- Eine Auswirkung durch die Wirtschaftskrise spüren rund 24 % der Betriebe mit einem Einbruch von ca. 10 %
- 41 % der Befragten verneinten eine negative Auswirkung
- 6 % (1 Betrieb) spürt es vielleicht
- 29 % machen keine Angaben

Mitarbeit im Marketingausschuss des Taunus Touristik Service.

Ziel ist es gemeinsame Marketingstrategien und -aktivitäten zu entwickeln.

Mitarbeit Arbeitsgemeinschaft Main Taunus Kreis

Aufgaben: Kundenbindung/betreuung, Gästeservice, Angebotsentwicklung, Qualitätsentwicklung/Sicherung. Ideensammlung, bessere Vernetzung untereinander.

Weihnachtsbäume in Hofheim und Stadtteilen

Alljährliche Aufstellung der Weihnachtsbäume mit dem Ziel die Stadt attraktiv für Bürger und Besucher zu gestalten. Kosten ca. 16.000 €.

Erstellen und Verkauf von Merchandisingprodukten

Neue Postkarte im Frühling und Klappkarte mit winterlichem Motiv zu Weihnachten (900 Exemplare). Verkauf von Wanderkarten, Reiseführern etc. Durch sehr gute Nachfrage sind entsprechende Mehreinnahmen entstanden.

Konzeption und Herstellung eines neuen Flyers für die Stadtführungen

Die Bürgervereinigung Hofheimer Altstadt e.V., hat für 2009 ihr Führungsangebot erweitert. Mit dem Ziel diese Führungen aufzuwerten, wurde seitens des Tourismusbüros der bestehende Flyer entsprechend überarbeitet und um weitere Angebote (Kinderführungen, Stadtralley) ergänzt. Die Kosten hierfür werden sich auf unter 1.250 € (Kosten Erstaufgabe) belaufen, da auf der bereits bestehenden Vorlage aufgebaut werden kann.

Internetauftritt Tourismus

Pflege der Internetseite *Tourismus*. Insbesondere im Bereich *Essen und Trinken* sowie *Übernachtungen* sind häufig Aktualisierungen einzupflegen. Die Rubrik *Tourismus* soll auch in 2010 wieder erweitert werden, wobei hier besonders das Thema *Wandern* Berücksichtigung finden soll. (Darüber hinaus ist derzeit auch ein Flyer zum Thema *Wandern in Hofheim* in Vorbereitung)

Teilnahme an der Aktion „Der Taunus zu Gast im Main-Taunus-Zentrum“

Das Tourismusbüro präsentierte in der Zeit vom 07. bis 12.09.2009 in einem Informationstand im Außenbereich des MTZ die touristischen Attraktionen Hofheims und beantwortete interessierten

Besuchern Fragen zu Standort und Freizeitmöglichkeiten. Die vom Taunus Touristik Service initiierte Aktion hatte zum Ziel für den Taunus mit seinen verschiedenen Städten und Gemeinden in der Region zu werben und somit bei den Menschen im Rhein Main Gebiet bekannter zu machen. Da keine Standgebühren erhoben wurden, konnte das Tourismusbüro kostenneutral vor einem breiten Publikum für die Stadt Hofheim werben. Besondere Attraktion und Besuchermagnet war ein Gewinnspiel, deren Preise von der Rhein-Main-Therme, dem Golfplatz Hof Hausen vor der Sonne u.a. zur Verfügung gestellt wurden.

Im Rahmen der Aktion wurde auf der Bühne am „Marktplatz“ ein taunustypisches Programm aufgeführt, bei dem auch verschiedene Vereine aus Hofheim aufgetreten sind. Aus dem Budget des Tourismusbüros wurde den Vereinen jeweils eine Spende von 50 € überreicht (insg. 250 €).

Teilnahme an einem Planspiel *Tourismuskonzept für Hofheim am Taunus*

Fünf Studentinnen der *European Management School* in Mainz haben im Rahmen eines Planspieles ein Tourismuskonzept für die Stadt Hofheim am Taunus entwickelt und im Casino des Goldenen Apfel, Vertretern der Stadt und des IHH mittels einer Powerpoint-Präsentation vorgestellt. In dem Konzept wurden innovative Überlegungen zur Förderung des Tourismus in Hofheim aufgezeigt, die bei künftigen touristischen Aktivitäten gegebenenfalls Berücksichtigung finden können. Für die Analyse der Ausgangssituation wurden diverse touristische Daten bereitgestellt sowie Interviewgespräche mit Tourismusbüro und Wirtschaftsförderung geführt. Der Stadt sind für das Konzept, welches auch der Steuerungsgruppe City-Marketing vorgestellt wurde, keine Kosten entstanden.

Teilnahme an einem Seminar „Service Qualität Deutschland“

Service Qualität Deutschland ist eine Initiative des Hessischen Tourismusverbandes. Partner sind die regionalen Industrie- und Handelskammern, der DEHOGA Hessen, der Hessische Heilbäderverband und die HA Hessen Agentur GmbH. Die Initiative *Service Qualität Deutschland* in Hessen ist ein branchenübergreifender Qualitätsmanagement-Ansatz, der die Verbesserung und Sicherung der Dienstleistungsqualität in der gesamten Wertschöpfungskette zum Ziel hat. Frau Fuchs hat einem 2-tägigem Seminar teilgenommen und eine Ausbildung zum Qualitätscoach erhalten. (Kosten ca. 300,00 €)

Teilnahme an der Verbrauchermesse Wallau

vgl. Teil 2 / 1

Teil 5- Zusammenfassung und Ausblick

Auch im Jahr 2010 werden die Aktivitäten des CM sicherlich noch teilweise im Schatten der Finanzkrise stehen und es neuen Aktionen schwer machen. Aber auch die baulichen Maßnahmen rund um den Kellereiplatz und die hierdurch notwendigen Verlagerungen von traditionellen Veranstaltungen wie das KreisStadtSommer-Eröffnungsfest und den Gallusmarkt, werden Organisatoren und Akteure in einen Ausnahmezustand versetzen, den es gemeinsam zu stemmen gilt. Ungeachtet der vorgenannten Widrigkeiten wird es aber auch in 2010 neue Aktivitäten geben, die von CM unterstützt und getragen werden. So wurde bereits am 02. März der 1.Hofheimer Businessstag erfolgreich in der Stadthalle veranstaltet und der IHH bietet am 21. März erstmals ein Frühlingsfest in der Hauptstraße mit verkaufsoffenem Sonntag an. Krisen, Baustellen und Parknot zum Trotz wurden (bzw werden) hiermit Zeichen gesetzt, die signalisieren, dass in Hofheim nachhaltig Stadtmarketing erfolgreich betrieben wird und im Rahmen der kooperativen Zusammenarbeit zwischen Kaufmannschaft und Verwaltungsvorstand auch weiterhin betrieben werden wird.

Ausblick Termine 2010:

14.02.2010	Fastnachtszug
02.03.2010	Hofheimer Businessstag
03.-06.03.2010	Französischer Markt
21.03.2010	Frühlingsfest IHH (verkaufsoffener Sonntag)
25.05.2010	Wäldchestag
25.-27.06.2010	KreisStadtSommer-Eröffnungsfest
17.07.2010	Sommernachtsmarkt
15.-19.10.2010	Gallusmarkt
05.-06.12.2010	Adventsmarkt

gez. Thorsten Kolar
Hofheim am Taunus, 18.02.2010