

# JAHRESBERICHT 2006 DER STEUERUNGSGRUPPE CITY-MARKETING HOFHEIM

Die Mitte 2003 begonnene Arbeit der Steuerungsgruppe City-Marketing wurde auch im Jahr 2006 intensiv fortgesetzt. Insgesamt fanden im Jahr 2006 zehn Sitzungen statt.

Den Wirtschaftsstandort Hofheim zu stärken und die Stadt in der Region bekannter zu machen war auch im Jahr 2006 das bekannte Ziel, das im Zentrum der Überlegungen und Maßnahmen des City-Marketing Hofheim stand.

Die bereits in der Vergangenheit geknüpften Kontakte zu Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben und der Hofheimer Unternehmerschaft, konnten auch in diesem Jahr weiter intensiviert und ausgebaut werden, was insbesondere in dem erstmalig in Hofheim stattgefundenen Unternehmerabend im September des Jahres seinen Niederschlag fand. Diese Initiative fiel auf fruchtbaren Boden, denn allen Beteiligten war damit Gelegenheit gegeben, sich im Dialog umfassend über die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit informieren zu können und auszutauschen. Bei allen Gesprächen wurde deutlich, dass dieser enge Kontakt von den Verantwortlichen sehr begrüßt wird und eine Fortsetzung wünschenswert ist. Aber auch Aktionen, die von Gruppierungen aus der Bürgerschaft initiiert wurden – wie beispielsweise die Aktivitäten an drei Samstagen in der Oberen Hauptstraße – wurden von City-Marketing unterstützt und positiv bewertet.

Rückblickend kann auch für das Jahr 2006 wiederum 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 erneut gute Zusammenarbeit zwischen Verwaltung und dem IHH, aber auch das Engagement großer Unternehmen wie IKEA oder POLAR Mohr, hat hierzu im Wesentlichen beigetragen.

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**

Parkkarte Hofheim, 3. Aktion gestartet am 14. Juli 2006 (vor KSS-Eröffnungsfest)

---

Kurzbeschreibung:	Parkkarte, gültig für 2 Stunden kostenloses Parken auf allen gebührenpflichtigen Parkplätzen. Ein Parkplatzplan zeigt den ortsunkundigen Kunden alle innenstadtnahen Parkmöglichkeiten auf. Karte wird beim Einkauf den Kunden übergeben, die dann beim nächsten Einkauf verwendet werden kann. Neu: 3 Coupons
Veranstalter / Organisator:	IHH in ZA mit der Stadt Hofheim
Mitwirkende	IHH in ZA mit der Stadt Hofheim u. Sponsoren Blumenberg, Ramada, IKEA, Buch, Hair&More
Ziel der Veranstaltung:	Kundengewinnung
Wem nutzt die Veranstaltung	Gewerbetreibenden

Kosten:	Herstellung der Karte: getragen durch Werbung, Parkgebühren: Reduzierte Kostenpauschale von 2.000 € für 10 000 Parkkarten, getragen von den Gewerbetreibenden
Beurteilung	Nach dem großen Erfolg der 1. Aktion im Dez. 04 auch hier wieder sehr gute Resonanz, sowohl bei den Kunden/innen als auch bei den Gewerbetreibenden.
Ausblick:	Vierte Aktion in 2007 wird geprüft.

#### Coupon-Aktion in Zeitungsbeilage zu KSS-Eröffnungsfest

---

Kurzbeschreibung:	Aus Anlass des verkaufsoffenen Sonntags am 16.07.06 veranstaltete City-Marketing eine Verlosung, bei der attraktive Preise gewonnen werden konnten.
Veranstalter:	City-Marketing, Stadt Hofheim
Ziel der Aktion:	Rücklauf testen zur Akzeptanz der Sonderbeilagen in Hofheimer Zeitung und Frankfurter Rundschau anlässlich KSS
Wem nutzt die Veranstaltung	Stadtkultur, Bürgern und Bürgerinnen
Kosten:	Beilage wurde als Pilot von FR finanziert
Beurteilung:	Resonanz eher gering, jedoch wurden rege Gespräche beim Stand des City-Marketing in der Fußgängerzone geführt. Rd 400 Baseball-Caps mit Logo „Hofheim-Alles drin“ wurden an Besucher verteilt.
Ausblick:	Fortführung der Aktion bzw. Einführung einer Hofheimer Imagezeitung sind zu überdenken

#### Neubürger-Infomappe, 3. Auflage im Frühjahr 2006

---

Kurzbeschreibung:	Info-Ordner für Neubürger/innen mit allen Informationen über Hofheim. Klare Gliederung der einzelnen Themenfelder, immer auf dem neuesten Stand durch ständige Aktualisierung
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:	formale Überarbeitung des Konzepts in 2007

#### Blumenampeln in Hauptstraße (zum Wäldchestag)

---

Kurzbeschreibung:	Installation von Blumenampeln an Altstadtlaternen der Hauptstraße
Veranstalter / Organisator:	IHH in ZA mit Stadt Hofheim
Mitwirkende	Sponsoren, IHH
Ziel der Veranstaltung:	Verschönerung des Stadtbildes anlässlich des Wäldchestages
Wem nutzt die Aktion	Bürgern/innen, Stadt Hofheim, Werbepartnern/innen
Kosten:	Finanzierung zu 100% durch Sponsoren.
Beurteilung	Resonanz der Einzelhändler in der Innenstadt eher gering. Zunächst nur 2 Ampeln installiert, die jedoch sehr gut ankamen.
Ausblick:	Neuer Versuch in 2007 eher unwahrscheinlich

Kurzbeschreibung:	Präsentation der Stadt Hofheim im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Zielgruppe waren Führungskräfte internationaler Unternehmen sowie Armeeangehörige, die im RM-Gebiet temporär tätig bzw. stationiert sind
Veranstalter: Mitwirkende	Hess. Landesregierung, Wifö Rhein-Main ca. 100 Aussteller, Städte Gemeinden der Region, sonstige Institutionen, die mit der Betreuung dieser Zielgruppe befaßt sind
Ziel der Veranstaltung:	Die in der Region temporär lebenden Führungskräfte und auch Armeeangehörige für Hofheim zu interessieren
Wem nutzt die Veranstaltung	Hofheimer Wirtschaft
Kosten:	Stadt Hofheim ca. 400 Euro
Beurteilung:	Rd. 5000 Besucher, Aktion kam sehr gut an. Gute Presse.
Ausblick:	zweijährliche Fortsetzung ist geplant

---

#### Erster Hofheimer Unternehmerabend am 26. September 2006

---

Kurzbeschreibung:	Sog. <i>Visitenkartenabend</i> für Hofheimer Unternehmer/innen im OG der Stadthalle mit Kooperationspartnern
Veranstalter / Organisator: Mitwirkende	Stadt Hofheim, WiFö Wirtschaftsförderung, IHH, IHK, GV Wallau, Handwerkskammer und weitere Partner aus dem Bereich der Finanzdienstleistung
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:	Finanzierung zu 100% durch Wirtschaftsförderung der Stadt Hofheim. Kosten ca 2.700 €.
Beurteilung	Mit rd 200 Teilnehmern konnte für eine erstmalige Veranstaltung eine sehr gute Resonanz festgestellt werden
Ausblick:	Soll in 2007 fortgesetzt werden. Möglichkeit der Durchführung bei einem Hofheimer Unternehmen wurde bereits signalisiert.

---

#### "Parken frei" an den 4 Adventssamstagen

---

Kurzbeschreibung:	Frei Parken auf ausgewiesenen Parkplätzen an den Adventssamstagen und werktags ab 16 Uhr
Veranstalter: Mitwirkende	Stadt Hofheim 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 4 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 Veranstaltung:	Attraktivität Hofheims zum Einkauf erhöhen
Wem nutzt die Veranstaltung	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

## **Teil 2 – Von City-Marketing optimierte Aktionen**

Projekt „Obere Hauptstraße“

29.04.06 – Handwerk und Handel öffnen ihre Pforten

06.05.06 – Rundum schön. Eine Modenschau für Groß und Klein

13.05.06 – Wohnen und Leben in der schönen „Oberen Hauptstraße“

---

Kurzbeschreibung:	Aktionen in der Oberen Hauptstraße bei Sperrung des Straßenabschnitts zw. Burgstraße und Neugasse
Veranstalter:	Studentengruppe um Manuela Ritzheim und Interessengemeinschaft Obere Hauptstraße
Mitwirkende:	Geschäfte und Gaststätten der oberen Hauptstraße, Hofheimer Vereine
Ziel der Veranstaltungen:	Belegung der oberen Hauptstraße und der hier gelegenen Geschäfte sowie Sensibilisierung der Bevölkerung auf die in diesem Bereich bestehende Verkehrsproblematik
Kosten:	Veranstalter und Sponsoren
Beurteilung:	Bei guten Wetter teils sehr gute Resonanz, insb. bei Modenschau. Dreimalige Sperrung der Hauptstraße stieß tlw. auf geteiltes Echo.
Ausblick:	Weitere Aktivitäten der IG Obere Hauptstraße sind angedacht

Wäldchestag, Pfingstdienstag, 06. Juni 2006

---

Kurzbeschreibung:	Traditionsveranstaltung mit Musik, Unterhaltung und Kinderprogramm in der Innenstadt, umfangreiches Rahmenprogramm
Veranstalter:	IHH
Mitwirkende	IHH, Vereine und Gastronomie
Ziel der Veranstaltung:	Belegung der Innenstadt, Kundengewinnung
Wem nutzt die Veranstaltung	Hofheimer Geschäftswelt und Vereinen
Kosten:	IHH
Beurteilung:	Aufgrund des Wegfalls des Wäldchestages als arbeitsfreier Tag, sind viele Vereine abgesprungen. Deshalb nur verkleinerte Variante. Trotzdem abends gute Besucherresonanz und Beurteilung. Viele junge Leute.
Ausblick:	Der Wäldchestag soll möglichst traditionell weiter am Pfingstdienstag stattfinden, evtl jedoch mit geändertem Konzept. Herr Hubert steht als Organisator in 2007 nicht mehr zur Verfügung. Seitens IHH wurde darauf hingewiesen, dass sich künftige Organisation als sehr schwierig darstellt.

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. Als Verlagsbeilagen bei der Hofheimer Zeitung und der Frankfurter Rundschau wurde für KSS auch überregional geworben. Mit einer Coupon-Aktion wurden attraktive Preise im Rahmen der Veranstaltung verlost. Beim Stand des City-Marketings konnten am verkaufsoffenen Sonntag in der Fußgängerzone die Coupons eingelöst werden. Verlosung fand am Abschlussfest statt.
Ausblick:	Fester Bestandteil des Hofheimer kulturellen Angebotes

---

Sommernachtsmarkt, Samstag, 09. September 2006, 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, Test für Aktion während der Bauphase Chinonplatz
Wem nutzt die Veranstaltung	Hofheimer Wirtschaft
Kosten:	vorwiegend IHH
Beurteilung:	Trotz des WM-bedingten, späten Termins gute Besucherfrequenz bei mildem Spätsommerwetter. Sehr gute Resonanz sowohl beim Handel als auch bei den Gästen, die Presse spricht wieder von einem "tollen Erfolg"
Ausblick:	Veranstaltung soll fortgesetzt werden (dann im Juli)

---

Gallusmarkt mit ländlichem Markt – (Freitag, 13. bis Dienstag, 17. Oktober 2006)

---

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:	Ausgaben rd. 8 500 €, Einnahmen rd. 15.900 € = Erlös 7.400 €
Beurteilung:	Mit rd. 43.000 Besuchern/innen eines der stärksten Feste in Hofheim. Das 2005 erstmals auf dem Ludwig-Meidner-Platz

Ausblick: eingerichtete Weindorf fand wieder sehr guten Anklang und bereicherte das Angebot des Gallusmarktes. soll in dieser Form weitergeführt werden

#### Kürbispyramide vor Kaufhaus Buch, 23. September 2006

---

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

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

#### Monkey-Jump-Festival, Samstag, 08. April 2006

---

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  
Wem nutzt die Veranstaltung: Unterhaltungsangebot für Hofheimer und Gäste der Region  
Kosten: Hofheimer Gastronomie und den Gästen, (vorwiegend Jugendliche)  
Beurteilung: Wurden vollständig vom Veranstalter getragen  
Ausblick: rund 3000 Gäste – auch in 2006 sehr gute Resonanz bei Gastronomen und Gästen. Viele Jugendliche. Veranstaltung verlief störungsfrei. Auch Reinigung und Sicherheit waren deutlich verbessert.  
Veranstaltung soll fortgesetzt werden.

#### Frühlingsgruß des IHH, Samstag, 17. März 2006

---

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 von 2004 und 2005  
Ausblick: Die jährliche Fortsetzung ist geplant

## Henninger-Rennen mit Polar-Sprint-Frühshoppen, Sonntag 1. Mai 2005

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 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 in 2007 ist vorgesehen.

## "Zeigt her Eure Schuhe", Samstag, 02. Dezember 2006 (1. Advent)

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. Baseballcaps mit Logo „Hofheim-alles drin“, wurden den Schuhen als Präsent von City-Marketing beigelegt. Erstmals als Helfer mit dabei war die KG 1900
Ausblick:	Jährliche Wiederholung der Aktion ist vorgesehen

## Adventsmarkt 9. + 10. Dezember 2006, Hofheimer Innenstadt (Obere Hauptstraße)

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:	Belebung der Innenstadt, mit Schwerpunkt obere Hauptstraße
Wem nutzt die Veranstaltung	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:	Jährliche Fortsetzung ist vorgesehen, evtl. mit Erweiterung zur unteren Hauptstraße

## Teil 4- Zusammenfassung und Ausblick

### Zusammenfassung

- Die "Strategie der kurzen Wege" hat sich auch im Jahr 2006 bewährt und ermöglicht eine effiziente Arbeit der Steuerungsgruppe City-Marketing
- Der verstärkte Dialog mit Hofheimer Unternehmen verbesserte deutlich die Kooperationsbereitschaft vieler Firmen
- Traditionelle Veranstaltungen (wie z.B. Maimarkt, Wäldchestag, KreisStadtSommer, Gallusmarkt usw.) wurden auf zeitgemäßen Auftritt überprüft und an mögliche Veränderungen angepaßt
- Auch die neueren Veranstaltungen, wie: Sommernachtsmarkt, Henninger Rennen, Monkey-Jump-Festival, trugen wiederum zur Steigerung der Attraktivität Hofheims, auch in der Region, bei.
- Aktionen, wie: Parkkarte, Verbesserung der Hinweisbeschilderung, Frühlingsgruß, Kürbismeile, Neubürger/innen-Infomappe, verliefen wie in der Vergangenheit erfolgreich.

### Ausblick

- Der eingeschlagene Kurs zur engeren Einbindung und Zusammenarbeit mit den Hofheimer Unternehmen (Meinungsmachern / Entscheidern) soll auch zukünftig fortgesetzt werden
- Flankierende Marketing-Maßnahmen während der Chinonplatzbebauung sollen in der Bauphase für zusätzliche Attraktivität Hofheims sorgen.
- Erfolgreich verlaufene Veranstaltungen und Aktionen sollen fortgeführt werden.
  - Henninger Rennen 1. Mai 2007
  - Sommernachtsmarkt findet Fortsetzung im Juli
- im Internetauftritt der Stadt Hofheim soll ein umfassendes Branchenverzeichnis sowie eine Gewerbeimmobilienbörse eingerichtet werden. Hierzu werden alle Gewerbetreibenden und ansässige Immobilienmakler schriftlich aufgefordert werden, sich an der Aktion zu beteiligen, um ein möglichst umfassendes Angebot zu gewährleisten.
- Die Fortsetzung von Traditionsveranstaltungen (Wäldchestag, KreisStadtSommer, Gallusmarkt, Adventsmarkt usw) ist vorgesehen.
- Auf die Hauptveranstaltungen in Hofheim soll an den Ortseingängen der Kernstadt mit Schildern hingewiesen werden (analog zur 650-Jahrfeier).

gez. Thorsten Kolar  
Hofheim am Taunus, 15.01.2007