



Marketingplan 2016

Die touristische Vermarktung der Stadt Frankfurt am Main



Tourismus+Congress GmbH
Frankfurt am Main

Ein Unternehmen der

STADT  FRANKFURT AM MAIN





Foto: Stadt Frankfurt am Main

Peter Feldmann
Oberbürgermeister der
Stadt Frankfurt am Main



Thomas Feda

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor für die Stadt Frankfurt am Main nimmt seit Jahren kontinuierlich zu. Standort- und Tourismusentwicklung stehen dabei in engem Zusammenspiel. Es gibt keinen anderen Wirtschaftszweig, von dem so viele Menschen in unterschiedlichen Branchen in Form von Einkommen und Arbeitsplätzen profitieren. So kommen Investitionen in die touristische Attraktivität nicht nur den Touristen, sondern auch der einheimischen Bevölkerung zugute. Sie tragen spürbar zur Verbesserung der Lebensqualität bei, erhöhen den Wohnwert und erleichtern Unternehmensansiedlungen. Zudem begünstigt der Tourismus auch die Entwicklung und Festigung eines positiven Images für die Stadt. Daher ist es erforderlich, die Tourismusbranche weiter gezielt zu fördern und zu unterstützen.

Ziel unseres Marketings ist es, die touristische Wertschöpfung der Stadt und die Zahl der Arbeitsplätze durch die Steigerung der Übernachtungszahlen und Tagestouristen weiter zu erhöhen.

Dabei spielt die Kultur in all ihren Facetten eine große Rolle und ist ein wichtiger Attraktivitätsfaktor für Privatreisende bei Städtereisen. Vor diesem Hintergrund kommt es darauf an, Frankfurt am Main noch stärker als einen internationalen Kulturstandort mit erstklassiger Infrastruktur und besten Verkehrsanbindungen sowie als eine interessante Reisedestination mit hohem Freizeitwert zu positionieren.

Zu einem qualitativ hochwertigen, vielfältigen Tourismusangebot gehört, die Stadt als internationalen Wirtschafts- und Geschäftsreisestandort mit hervorragendem Messe- und Tagungsangebot und erstklassiger Hotelinfrastruktur zu vermarkten.

Die Attraktivität der Mainmetropole wird durch zahlreiche Volksfeste, Events und Shoppingmöglichkeiten gesteigert, weshalb die gezielte Vermarktung dem zunehmenden Trend zu Städtereisen gerecht werden kann.

Dabei fällt die touristische Vermarktung der Stadt mit der Vermarktung der Region Frankfurt Rhein-Main zusammen. Hier kommt es darauf an, dass Frankfurt am Main als wichtigster touristischer Leistungsträger die Kräfte der Branche in der Region bündelt, um im Wettbewerb der Städte und Regionen bestehen zu können.

Wir laden Sie herzlich ein, sich an den Aktionen der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main und des Arbeitskreises Tourismus FrankfurtRheinMain zur Vermarktung der Stadt und der Region zu beteiligen!

Peter Feldmann
Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt am Main und
Aufsichtsratsvorsitzender der Tourismus+Congress GmbH
Frankfurt am Main

Thomas Feda
Geschäftsführer der Tourismus+Congress GmbH
Frankfurt am Main



1	Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF)	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Das Unternehmen 7 1.2 Unternehmensziele und -aufgaben 9 1.3 Partner und Kooperationen 10
2	Die Stadt Frankfurt am Main	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Das touristische Profil – Stadt der Kontraste 13 2.2 SWOT-Analyse 14 2.3 Touristische Markenbausteine der Stadt Frankfurt am Main 16
3	Situationsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 Analyse der touristischen Angebots- und Nachfragestruktur 19 <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1 Beherbergungsstatistik 19 3.1.2 Statistik: Gäste und Übernachtungen 19 3.1.3 Statistik: Tagungen und Kongresse 21 3.2 Marktanalyse 25 <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1 Quellmärkte nach Übernachtungszahlen 25 3.2.2 Der Quellmarkt Deutschland 26 3.2.3 Der Quellmarkt Europa 27 3.2.4 Der Quellmarkt Übersee 28 3.3 Frankfurt im Wettbewerb 30
4	Marketingstrategie	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 Vermarktungsziele 33 4.2 Marketingschwerpunkte 34 4.3 Controlling 37
5	Aktionsplan	<ul style="list-style-type: none"> 5.1 Messen, Workshops und Akquisetermine 39 <ul style="list-style-type: none"> Tourismus Deutschland 39 Tourismus Europa 43 Tourismus Übersee 50 Tagungs- und Kongressmarkt 57 5.2 Region Frankfurt Rhein-Main 62 5.3 Frankfurt am Main barrierefrei 69 5.4 Presse- und Studienreisen 72 5.5 Kommunikationsplattformen 75 5.6 Volksfeste und Veranstaltungen 77 5.7 Produkte und Services 83 5.8 Publikationen 93
		<p>Anhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ansprechpartner der TCF 104 Impressum 107 Formular: TCF-Kooperationen 109

MUSE|UMS|UFER|FEST



1. Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main

1.1 Das Unternehmen

Die Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF) ist die Vermarktungsgesellschaft der Stadt Frankfurt am Main in den Segmenten Tourismus und Kongresse. Sie ist Veranstalter der städtischen Volksfeste.

Alleinige Gesellschafterin der TCF ist die Stadt Frankfurt am Main. Organe der Gesellschaft sind die Gesellschafterversammlung (der Magistrat der Stadt Frankfurt am Main), der Aufsichtsrat und der Geschäftsführer.

Das Ausgaben-Budget der TCF beläuft sich im Jahr 2015 auf ca. 7,5 Mio. €. Die Eigenfinanzierung beträgt dabei ca. 67 %. Die erwirtschafteten Umsätze von ca. 4,9 Mio. € resultieren hauptsächlich aus den Bereichen Frankfurt Services und Volksfeste/Veranstaltungen. Die notwendigen Finanzmittel zur Vermarktung der Stadt werden somit zu großen Teilen aus eigenen Erlösen generiert. Daneben ist die TCF aber auch auf die Finanzierung durch

ihre Gesellschafterin, die Stadt Frankfurt am Main, angewiesen, um die Unternehmensziele umsetzen zu können. Für das Jahr 2016 beträgt der städtische Zuschuss 2,28 Mio. €.

Zum 30.06.2015 waren insgesamt 46 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie zusätzlich 15 studentische Aushilfen und Minijobber beschäftigt. Insgesamt entspricht der Personalbestand 45,73 Vollzeitäquivalenten.

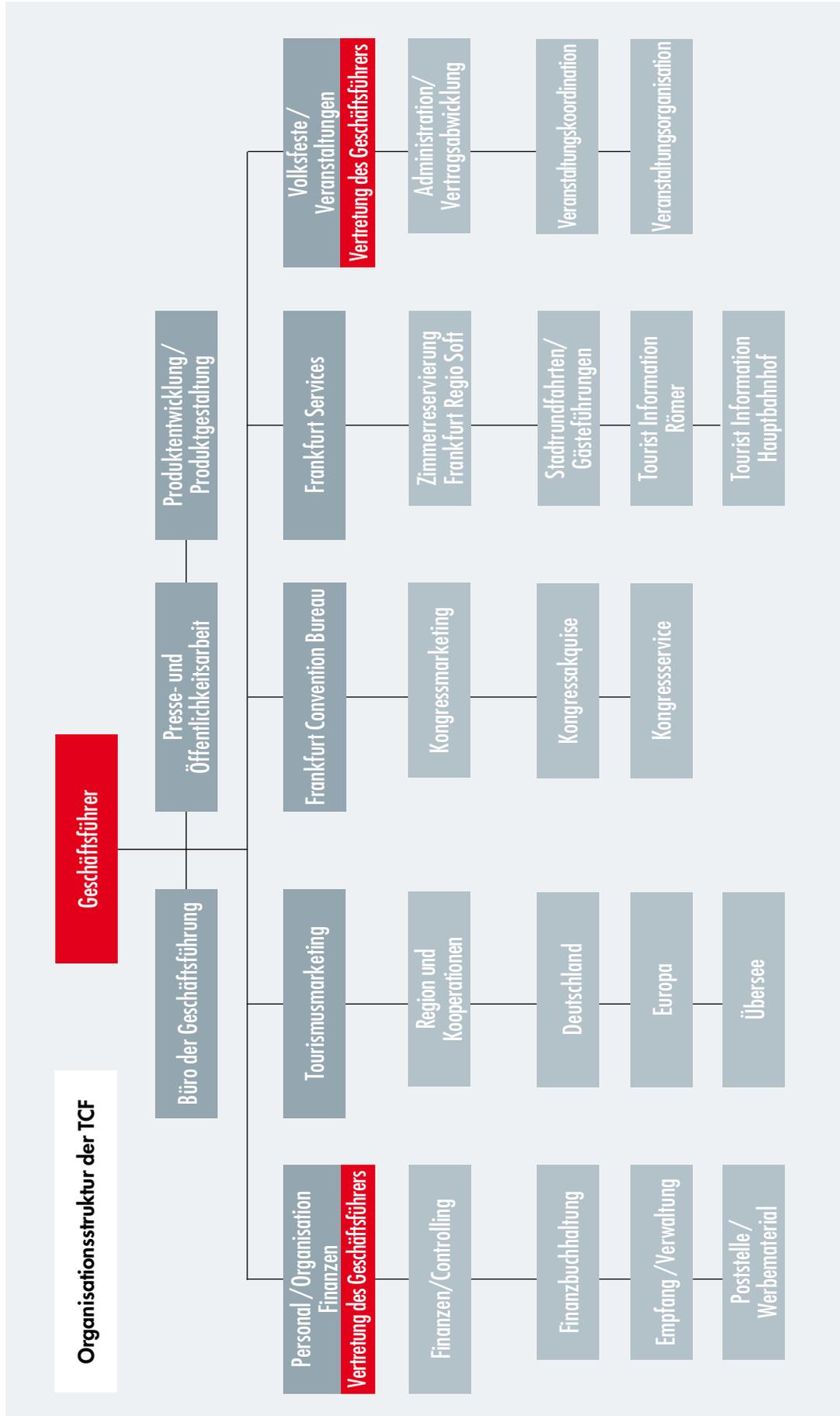
Weiterhin arbeitet die TCF mit freiberuflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, dazu zählen auch 72 Gästeführer, die in über 22 Sprachen Gäste betreuen.

Entsprechend ihren Aufgabengebieten ist die Gesellschaft in fünf Geschäftsbereiche gegliedert:

- Personal/Organisation/Finanzen
- Tourismusmarketing
- Frankfurt Convention Bureau (FCB)
- Frankfurt Services
- Volksfeste/Veranstaltungen

Mitglieder des Aufsichtsrates:

Funktion	Name
Vorsitzender:	Oberbürgermeister Peter Feldmann
Stv. Vorsitzender:	Stadtrat Prof. Dr. Felix Semmelroth
Mitglieder:	Stadtverordnete Hilime Arslaner-Gölbasi Stadtkämmerer Uwe Becker Stadtrat Markus Frank Stadtverordneter Martin Gerhardt Stadtverordnete Ursula auf der Heide Stadtverordnete Christiane Loizides Stadtrat Christian Setzepfandt Stadtverordneter Manuel Stock
Gastmitglieder:	Thomas Reichert, Vertreter der Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main (IHK) Eduard-Michael Singer, Vorsitzender des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands e. V. Frankfurt (DEHOGA Frankfurt)



1.2 Unternehmensziele und -aufgaben

Der Tourismus leistet nicht nur einen wichtigen Beitrag als Imagefaktor, sondern auch als Wirtschaftsfaktor für die Stadt Frankfurt am Main und die gesamte Region. Die TCF stärkt als touristischer Hauptleistungsträger diesen Wirtschaftszweig mit all ihren Aktivitäten.

Das touristische Leitbild:

- Frankfurt am Main wird als weltoffene, lebendige, internationale Finanz- und Wirtschaftsmetropole und touristische Destination mit einem qualitativ hochwertigen und vielseitigen Kulturangebot sowie einem hohen Erholungs- und Freizeitwert wahrgenommen.
- Frankfurt am Main präsentiert sich national und international als idealer, zentraler Veranstaltungsort im Messe-, Kongress- und Eventgeschäft.
- Frankfurt am Main hat die Zentralfunktion für die Metropolregion und ist der Motor für das touristische Wachstum.

Ihre Aufgaben sieht die TCF als städtisches Vermarktungsunternehmen in der Imagebildung für die Stadt Frankfurt am Main sowohl im In- als auch im Ausland, in der Förderung des Tourismus, der Information der Touristen, der Betreuung des Geschäftsreiseverkehrs, der Akquisition von Kongressen und Tagungen sowie in der Durchführung von Veranstaltungen und Volksfesten. Die TCF betreibt die damit verbundenen Dienstleistungen und Handelsgeschäfte zum überwiegenden Teil selbst.

Alle **Unternehmensziele** dienen dazu, ein positives Image der Destination Frankfurt am Main zu schaffen und die touristische Wertschöpfung durch die Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen weiter zu erhöhen.

Die TCF

- positioniert Frankfurt am Main als attraktives Reiseziel für touristische Zielgruppen
- stärkt die Tourismuswirtschaft in Frankfurt Rhein-Main
- stellt Frankfurt am Main als Kulturmetropole und geschichtsträchtigen Ort heraus

- verstärkt und fördert die Positionierung von Frankfurt am Main als Tagungs-, Kongress- und Geschäftsreisedestination
- ist Anbieter und Vermittler von touristischen Dienstleistungen
- veranstaltet städtische Volksfeste, Open-Air-Veranstaltungen und Events

Um diese Ziele zu erreichen, werden folgende **Maßnahmen** durchgeführt:

- Umfassende touristische Beratung rund um das Thema Frankfurt am Main
- Bereitstellung von Serviceangeboten für die Tourismuswirtschaft und die Kongressbranche
- Kooperation mit der Tourismus- und Kongressbranche und Bündelung von Aktivitäten
- Bereitstellung von Kommunikationsplattformen für die Multiplikatoren der Branche
- Bereitstellung vielseitiger Kommunikationsmöglichkeiten (persönlich/Vor-Ort-Beratung, Telefon, Internet, Social Media)
- Kooperation mit Partnern auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene
- Kooperation mit nationalen Vermarktungsgesellschaften im internationalen Wettbewerb

Bei der Stärkung der Tourismuswirtschaft steht die Stadt Frankfurt am Main nicht nur für sich, sondern nimmt durch ihre weltweite Bekanntheit eine wichtige Funktion für die gesamte Region und das Land Hessen ein. Dies stellt an die TCF besondere Herausforderungen in ihrer Arbeit und ihrem Gesamtauftritt.

Deshalb ist die Vernetzung mit Partnern eines der wichtigsten Ziele der Unternehmensstrategie. Dazu gehören nicht nur die enge Kooperation mit der Stadt und ihren Institutionen, sondern auch die Einbindung der Privatwirtschaft bzw. Verbände und Institutionen der Tourismusbranche.

1.3 Partner und Kooperationen

Die Stadt Frankfurt am Main ist einem immer stärker werdenden Wettbewerb mit anderen Städten und Regionen ausgesetzt. Das trifft sowohl für die nationalen als auch für die internationalen Märkte zu, wobei die stärksten Mitbewerber (Berlin, Hamburg, München) mit mehr Personal und Finanzmitteln ausgestattet sind. Für die TCF können diese Nachteile nur durch strategische Kooperationen verringert werden. Dabei ist die Zusammenarbeit mit den lokalen und regionalen Partnern besonders wichtig. Im internationalen Wettbewerb kommt die Kooperation mit nationalen Vermarktungs- und Marketinggesellschaften hinzu.

Wichtige Kooperationspartner der TCF

Lokale Ebene

- Alte Oper Frankfurt
- BäderBetriebe Frankfurt GmbH
- CityForum ProFrankfurt
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Frankfurt am Main
- FHA Frankfurt Hotel Alliance
- Fraport AG
- Goethe-Universität Frankfurt und CAMPUSERVICE GmbH
- HOLM – House of Logistics and Mobility
- Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main
- Köln-Düsseldorfer Rheinschiffahrt AG
- Kulturstadt Frankfurt am Main
- Messe Frankfurt GmbH
- Messe Frankfurt Venue GmbH
- Primus Linie
- Städtische Bühnen Frankfurt am Main GmbH
- traffiQ Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH
- VGF Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main
- Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH

Regionale Ebene

■ Arbeitskreis Tourismus Frankfurt Rhein-Main
Die touristische Vermarktung der Stadt Frankfurt am Main fällt mit der touristischen Vermarktung der Region zusammen. Durch ihre Lage und ihre Bedeutung kommt der Region Frankfurt Rhein-Main in Hessen eine besondere Rolle zu. Der Arbeitskreis setzt sich aus 19 regionalen Partnern zusammen, die an einer aktiven Vermarktung im Segment Tourismus und Kongresse arbeiten. Die geplanten Aktionen des Arbeitskreises werden ab Seite 62 detailliert beschrieben.

- FrankfurtRheinMain GmbH – International Marketing of the Region
- Frankfurt Ticket RheinMain GmbH
- HA Hessen Agentur GmbH
- Hessischer Tourismusverband e. V.
- Regionalpark FrankfurtRheinMain
- Regionalverband FrankfurtRheinMain
- Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH
- Städtekooperation „Starke Städte“ im Hessischen Tourismusverband e. V.

Wichtig ist auch die Kooperation mit rund 220 Beherbergungsbetrieben in unserem Hotelreservierungssystem Frankfurt Regio Soft, die Zusammenarbeit mit der Getränkeindustrie, die Kooperationen mit den Verbänden wie dem IHK-Forum Rhein-Main, dem Einzelhandelsverband sowie den Medien.

Nationale Ebene

■ Arbeitsgemeinschaft Goethe-Straße
Die Arbeitsgemeinschaft dient der Vermarktung der touristischen Themenroute „Goethe-Straße“. Die Goethe-Straße verbindet acht Städte im Zentrum Deutschlands, die mit dem Wirken berühmter Persönlichkeiten wie Johann Wolfgang von Goethe verknüpft sind. Es werden gemeinsame Werbemaßnahmen in den Übersee-Märkten, vor allem in Japan und Korea, durchgeführt.

■ Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)
Die DZT ist wichtigster Partner der TCF bei der touristischen Vermarktung von Frankfurt am Main im Ausland. Die DZT ist mit ihren mehr als 30 Auslandsbüros weltweit für die positive Imagebildung des Reiselandes Deutschland sowie für die Förderung des Tourismus nach Deutschland verantwortlich. Die TCF beteiligt sich in den Auslandsmärkten unter dem Dach der DZT an vielfältigen Marketingaktionen (z. B. Messebeteiligungen, Workshops, Studienreisen).

■ Franken Tourismus – Mainradweg
Frankfurt am Main beteiligt sich an der touristischen Vermarktung des Mainradweges. Der Fahrradtourismus erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Durch die Mitgliedschaft wird Frankfurt am Main in allen Informationsbroschüren und im Internet besser dargestellt und beworben.

■ GCB German Convention Bureau e.V.
Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) ist Mitglied des GCB und arbeitet im Bereich des Kongressmar-

ketings, der PR und der Kongressakquise eng mit dem Verband zusammen. Das GCB, mit Sitz in Frankfurt am Main, New York und Peking, vermarktet Deutschland international und national als Standort für Kongresse, Tagungen, Incentives und Events und ist Ansprechpartner für alle, die in Deutschland Veranstaltungen planen. Als Experte der Kongressbranche beobachtet das GCB den Markt, führt Befragungen durch, erstellt Studien und leitet aus den Daten innovative Strategien und Handlungsempfehlungen ab. Es ist außerdem offizieller Partner der Messe IMEX.

■ Magic Cities Germany

Unter dem Dach der Magic Cities vermarkten sich zehn Großstädte Deutschlands (Dresden, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München, Nürnberg und Stuttgart) gemeinsam in den wichtigsten Übersee-Märkten.

■ Straße der Demokratie

Die Straße der Demokratie hat zum Ziel, die Schauplätze der Revolution von 1848/49 touristisch zu vermarkten. Durch das Paulskirchenparlament kommt der Stadt Frankfurt am Main in der Geschichte eine Schlüsselrolle zu. Zur Vermarktung gehören neben einem gemeinsamen Internetauftritt verschiedene Flyer und der geplante Auftritt auf Inlandsmessen.

■ Deutsche Fachwerkstraße

Die Deutsche Fachwerkstraße, 1990 ins Leben gerufen, ist eine Arbeitsgruppe der Arbeitsgemeinschaft Deutsche Fachwerkstädte. Die Deutsche Fachwerkstraße erstreckt sich inzwischen von der Elbmündung bis zum Bodensee auf einer Länge von über 2.800 Kilometern und berührt dabei sechs Bundesländer. Sie ist unterteilt in sieben Regionalstrecken. Die TCF ist Mitglied der Deutschen Fachwerkstraße mit dem Stadtteil Höchst in der 176 Kilometer langen Regionalroute „Vom Westerwald über Lahntal und Taunus zum Main“.

Verbände

- Deutscher Tourismusverband (DTV)
- Internationaler Bustouristikverband e.V. (RDA)
- DeutscherReiseVerband (DRV)

Internationale Ebene

- International Congress and Convention Association (ICCA)
- Meeting Professionals International (MPI)
- European Tour Operators Association (ETOA)
- United States Tour Operators Association (USTOA)





**INTERNATIONALER FLUGHAFEN
MESSEN UND KONGRESSE
KUNST UND KULTUR
GESCHICHTE UND TRADITION**



2. Die Stadt Frankfurt am Main

2.1 Das touristische Profil – Stadt der Kontraste

In Frankfurt am Main leben über 700.000 Einwohner (Stand: 31.12.2014) auf 248,3 km². Mit einem Ausländeranteil von 27,7 % gehört sie mit zu den internationalsten Großstädten in Deutschland. Die fünftgrößte Stadt Deutschlands und größte in Hessen liegt im Zentrum der Metropolregion Frankfurt Rhein/Main. Im Ballungsgebiet, das sich über Teilgebiete von drei Bundesländern erstreckt, leben mehr als 5,5 Mio. Menschen.

Der internationale Flughafen Frankfurt ist mit ein Grund dafür, dass die Stadt einen weltweiten Bekanntheitsgrad erreicht hat. Hinzu kommt eine der weltgrößten Messen mit wichtigen Veranstaltungen wie z. B. der Internationalen Automobilausstellung (IAA) oder der Frankfurter Buchmesse. Auch als globaler Handels- und Finanzplatz, mit Sitz der Europäischen Zentralbank und der Deutschen Bundesbank, ist die Stadt international bekannt. Bilder der in Europa einmaligen Skyline prägen ihr äußeres Erscheinungsbild.

Darüber hinaus hat die Stadt weitaus mehr zu bieten. Vor allem die Bereiche Kultur, Shopping, Geschichte und Sport bieten ein hohes Potenzial. Diese Besonderheiten und kontrastreichen Angebote sind ein Grund, warum Frankfurt am Main für Städte- und Kulturreisen gut aufgestellt ist. Die Vielfältigkeit der Region Frankfurt Rhein-Main trägt ebenfalls zu der Positionierung als attraktive touristische Destination bei.

Die Bedeutung von Frankfurt am Main als Kunst- und Kulturstadt wird insbesondere durch das Museumsufer, das mit seinem facettenreichen Angebot eine in Europa einmalige Museumslandschaft darstellt, untermauert. Insgesamt bietet die Stadt eine abwechslungsreiche Kulturlandschaft mit einer Vielzahl an Museen und Ausstellungshäusern sowie Theatern, Kunstgalerien, dem Opern- und Schauspielhaus und vielem mehr.

Die Stadt blickt auf eine mehr als 1.200 Jahre alte Geschichte und Tradition zurück, in der sie immer wieder im Mittelpunkt der deutschen Historie stand. Nicht nur durch den Kaiserdom spielt Frankfurt am Main eine tragende Rolle, sondern auch in der Revolution von 1848/49. Diese ereignisreiche Vergangenheit ist eine gute Grundlage, besonders Kultur-

reisende anzusprechen. Eine neue Reisemotivation bietet der aktuelle Wiederaufbau der Altstadt neben Ostzeile und Römer, der die touristische Attraktivität der Innenstadt weiter erhöhen wird.

Zudem verfügt Frankfurt am Main über eine Vielzahl von Großveranstaltungen und Festen, die mediale Aufmerksamkeit genießen und das Bild der Stadt prägen. Diese Events bieten eine gute Chance, noch mehr Gäste für die Stadt zu begeistern und auch nachhaltig einen positiven Imagegewinn zu erreichen.

Frankfurt am Main hat mit 5.000 ha Stadtwald einen der größten Stadtwälder in Deutschland und wird von einem 80 km² großen GrünGürtel umschlossen. Dies und der große Anteil von insgesamt 52 % an Grünflächen lassen Frankfurt am Main auch zu einer grünen Stadt mit großem Freizeit- und Erholungswert werden. Der Rundweg im Frankfurter GrünGürtel ist von der Fachzeitschrift „Wandermagazin“ zu Deutschlands schönstem Wanderweg 2014 in der Kategorie der Routen mit mehreren Tagesetappen gekürt worden.

Durch ihre zentrale Lage in Europa und die gute Verkehrsanbindung mit Flugzeug, Auto und Bahn, das vielfältige Hotelangebot und die große Auswahl an unterschiedlichen Veranstaltungsorten ist die Stadt auch ein idealer Kongress- und Tagungsort.

Frankfurt am Main weist mit über 45.000 Betten in 271 Beherbergungsbetrieben die höchste Betten-dichte aller deutschen Großstädte auf. Das Angebot reicht dabei von Privatzimmern bis hin zu Luxus- und First-Class-Häusern, von Designhotels hin zu traditionellen Häusern. Ergänzt wird dieses Angebot durch eine umfangreiche internationale und regionale Gastronomie.

Aufgrund der dargelegten Merkmale hat Frankfurt am Main ideale Bedingungen, um das touristische Profil als Geschäftsreisedestination und Städtereiseziel weiter erfolgreich am Markt zu positionieren. Je nach Zielgruppe (z. B. Gay and Lesbian) und/oder Thema (z. B. Barrierefreiheit) werden diese Elemente in unterschiedlicher Gewichtung für die Vermarktung genutzt. Die Stadt wird nicht als eindimensional Ganzes mit einem Thema, sondern vielmehr mit all ihren Facetten und unterschiedlichen Kontrasten themen- sowie zielgruppenorientiert beworben.

2.2 SWOT-Analyse

Die **SWOT**-Analyse listet die touristisch bedeutenden Stärken und Schwächen (**Strengths/Weaknesses**) der Destination Frankfurt am Main sowie die Chancen und Risiken (**Opportunities/Threats**) am touristischen Markt auf.

Dieses Instrument einer kritischen Analyse dient nicht nur der Evaluierung der Gesamtsituation der TCF, sondern ist auch die Voraussetzung, um die städtische Vermarktung zu optimieren.

CHANCEN

- Hoher nationaler und internationaler Bekanntheitsgrad (Gateway-Funktion)
- Starke Position als Wirtschafts-, Wissenschafts-, Technologie- und Forschungsstandort
- Zunehmender Trend zu Kurz- und Städtereisen mit Event-, Kultur- und Shopping-Charakter
- Ausbau der Hotelinfrastruktur in allen Segmenten
- Imageverbesserung durch Großveranstaltungen
- Flughafen ausbau mit Erhöhung der Passagierzahlen
- Wiederaufbau des DomRömer-Quartiers mit Altstadt und historischem museum frankfurt
- Höhere Attraktivität durch Investitionen in städtebauliche Maßnahmen (z. B. Hochhausprojekte, Fahrradwege, öffentlicher Personennahverkehr, Deutsches Romantik-Museum)
- Ausbau der touristischen Angebote für barrierefreies Reisen
- Bau des Fernbusbahnhofs
- Weiterer Ausbau im Bereich Green Meetings und nachhaltiges Reisen
- Internationalisierungskonzept der Stadt Frankfurt am Main

STÄRKEN

- Bedeutsamer Finanz- und Messeplatz
- Zentrale Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit
- Internationalität der Stadt
- Einzigartige Hochhausarchitektur in Europa (Skyline als Alleinstellungsmerkmal)
- Vielseitiges landschaftliches Umfeld (Rheingau, Taunus, Spessart, Odenwald etc.)
- Exzellente Hotelinfrastruktur mit höchster Bettendichte deutscher Großstädte
- Leistungsstarke Messe-, Tagungs- und Kongressinfrastruktur
- Mainufer als zentraler Freizeit-, Erholungs- und Kulturraum (Museumsufer)
- Vielfältiges und hochwertiges Kunst- und Kulturangebot
- Geschichte und Tradition einer mehr als 1.200 Jahre alten Metropole
- Umfangreiches internationales und regionales Gastronomieangebot
- Vielfältige Shopping-Möglichkeiten
- Bedeutende Veranstaltungen und Großevents (z. B. Museumsuferfest, IRONMAN European Championship Frankfurt, Frankfurt Marathon, Radrennen)
- Kontrastreiche Stadtteile (z. B. Höchst mit Fachwerkтуризм, Sachsenhausen mit Apfelweinkultur)
- Öffentliches WLAN-Netz an bestimmten Orten in der Innenstadt
- Willkommenskultur

RISIKEN

- Überangebot an Betten durch Hotelinvestitionen
- Einseitige Ausrichtung der Hotelbetriebe auf Geschäftsreisende
- Einbruch des Geschäftsreiseverkehrs durch Konjunkturschwankungen oder Wirtschaftskrisen
- Beeinflussung des Reiseverhaltens durch politische Krisen und Terrorismusgefahren
- Währungsschwankungen im Ausland, die Deutschland zum teuren Reiseziel werden lassen
- Verändertes Reiseverhalten durch Klimawandel und Naturkatastrophen, Flüchtlingszulauf
- Eingeschränktes Reiseverhalten durch Pandemien und Epidemien
- Verkehrsbelastung im Innenstadtbereich durch Zunahme des Individualverkehrs
- Verstärkte Aktivitäten der Konkurrenzstädte und -regionen
- Rückentwicklung des touristischen Angebots durch städtische Sparmaßnahmen

SCHWÄCHEN

- Hohes Verkehrsaufkommen durch Berufspendler
- Geringere Identifikation mit der Stadt durch hohe Bevölkerungsfluktuation
- Image und Klischee der „kühlen Business-Stadt“
- Schlechte PR durch vordere Platzierungen in der bundesdeutschen Kriminalitätsstatistik
- Kongressräumlichkeiten für Kongresse ab 2.500 Personen nur außerhalb der Messezeiten
- Begrenzte Parkmöglichkeiten für Reisebusse in der Innenstadt
- Kaum Möglichkeiten der Nutzung der Hochhäuser durch Besucher (z. B. Gastronomie, Aussichtsplattform, Veranstaltungsräume)
- Weniger ausgeprägtes Profil als klassisches Städtereiseziel
- Geringere Bettenauslastung an den Wochenenden
- Starke Konjunkturabhängigkeit durch hohes Aufkommen an Geschäftsreisetourismus (ca. 70 % der gesamten Übernachtungen)
- Begrenzte Unterkunftsmöglichkeiten für junge Reisende
- Hohe Hotelpreise während der Messezeiten
- Verkehrsbehinderungen durch große Baumaßnahmen

2.3 Touristische Markenbausteine der Stadt Frankfurt am Main

Internationaler Finanz- und
Wirtschaftsstandort



Herausragende
Hochhausarchitektur



Internationaler Messe-,
Kongress- und Handelsplatz



Die Stadt Frankfurt am Main



Abwechslungsreiche
Metropolregion



Attraktive
Shopping-Metropole



Außergewöhnliche internationale
und traditionelle Gastronomie

Internationaler
Verkehrsknotenpunkt



Vielseitiges Freizeitvergnügen
und Erholung in der Natur



Umfangreiches
Spitzen- und Breitensportangebot



Traditionsreiche und
geschichtsträchtige Stadt



Hochwertige und vielfältige
Kunst- und Kulturlandschaft



Gelebte Festkultur
und Großevents



VOLKSFESTE UND EVENTS
GRÜNES FRANKFURT
KUNST- UND KULTURSTADT
SHOPPING



3. Situationsanalyse

3.1 Analyse der touristischen Angebots- und Nachfragestruktur

In der Analyse der touristischen Angebots- und Nachfragestruktur werden die für den Tourismus in Frankfurt am Main wichtigen Kennzahlen identifiziert und dargestellt.

Die Identifizierung dieser Charakteristika ist notwendig, um darauf aufbauend eine Marketingstrategie für den Tourismusstandort Frankfurt am Main zu entwickeln.

3.1.1 Beherbergungsstatistik

Die positive Entwicklung der touristischen Angebots- und Nachfragestruktur im ersten Halbjahr 2015 unterstreicht die Bedeutung des Tourismus für Frankfurt am Main.

Im Juni 2015 erreichte das Übernachtungsangebot mit 271 Beherbergungsbetrieben und 45.151 Betten einen neuen Höchststand hinsichtlich der Betten. Das Beherbergungsgewerbe in Frankfurt am Main stellt sich wie folgt auf:

Beherbergungsbetriebe (Stand: Juni 2015)

Art der Beherbergungsbetriebe	Betriebe	Betten
Hotels total	250	43.378
Hotels Luxus	17	9.422
Hotels First Class	67	16.563
Hotels übrige	166	17.393
Pensionen	9	177
Gasthöfe	3	60
Sonstige*	9	1.315
Insgesamt	271	45.151

*JHB, Campingplätze, Ferienhäuser und -wohnungen, Hütten, Schulungsheime sowie Versorgungs- und Rehabilitationseinrichtungen

Der Frankfurter Hotelmarkt ist weiterhin interessant für Hotelbetreiber und Investoren.

In den kommenden Jahren werden zahlreiche neue Projekte in allen Kategorien das Hotelangebot erweitern und neue Marken nach Frankfurt am Main bringen. Bis Ende 2016 sind Hotelprojekte mit rund 4.000 Zimmern geplant.

Trotz wachsender Kapazitäten ist die Bettenauslastung gestiegen, sie lag von Januar bis Juni 2015 bei 51,70 %. Diese auf den ersten Blick niedrig erscheinende Quote relativiert sich, da zahlreiche Hotels Doppelzimmer als Einzelzimmer verkaufen. In der Folge sind viele Hotels in Frankfurt am Main z. B. während großer Messen ausgebucht, obwohl nicht alle Betten belegt sind. Eine Erfassung der tatsächlichen Zimmerauslastung durch das Hessische Landesamt für Statistik erfolgt nicht. Laut statistischen Erhebungen von STR Global, Fairmas bzw. Deloitte liegt diese in Frankfurt am Main bei durchschnittlich ca. 70 %.

3.1.2 Statistik: Gäste und Übernachtungen

Gesamtergebnis 2014

- **4,8 Mio. Gäste**
(+ 6,7 % im Vergleich zu 2013)
- **8,0 Mio. Übernachtungen**
(+ 8,0 % im Vergleich zu 2013)

Für 2014 konnte Frankfurt am Main bei den Gäste- und Übernachtungszahlen erneut Rekordergebnisse verkünden. Sowohl bei den ausländischen als auch bei den inländischen Übernachtungen wurde ein deutliches Plus verzeichnet. Die Mainmetropole hat ihren Aufwärtstrend als klassische Geschäftsreisestadt gestärkt und gleichzeitig ihr Image als touristisches Städtereiseziel weiter verbessert.

1. Halbjahr 2015

- **2,4 Mio. Gäste**
(+ 7,8 % im Vergleich zu 2014)
- **4,1 Mio. Übernachtungen**
(+ 9,6 % im Vergleich zu 2014)



Angesichts der nur schwer abzuschätzenden Folgen der weltweiten Konjunkturschwankungen fielen die Gäste- und Übernachtungszahlen besser aus als erwartet. Der Tourismus in Frankfurt am Main befindet sich nach dem Rekordjahr 2014 weiter auf Wachstumskurs und übertraf im ersten Halbjahr 2015 bereits die Höchstwerte aus dem Vorjahreszeitraum.

Man kann nach der bisherigen Entwicklung davon ausgehen, dass die Rekordwerte aus 2014 im Jahr 2015 gehalten, wenn nicht sogar noch übertroffen werden. Allerdings ist mit Blick auf die momentan sehr angespannte Lage vieler Krisenherde eine Einschätzung für 2016 schwierig. Die Erfahrung zeigt, dass Frankfurt am Main wegen des hohen Anteils von ausländischen Übernachtungsgästen und als Geschäftsreisedestination besonders stark von weltwirtschaftlichen Schwankungen betroffen ist.

Insgesamt dominieren geschäftlich bedingte Reisen eindeutig mit ca. 70 %. Die Nachfrage nach Hotel- dienstleistungen ist daher stark geprägt von Messen, Tagungen und Kongressen. Durch die überwiegende Belegung an den Werktagen ist Frankfurt am Main ein klassisches Beispiel einer „Di-Mi-Do-Destination“, trotz der Zunahme an den Wochenenden. Mit einem ausländischen Übernachtungsanteil von rund 45 % gehört Frankfurt am Main zu den internationalsten deutschen Städten. Der seit einigen Jahren steigende Anteil der Übernachtungen deutscher Gäste, der ebenfalls im ersten Halbjahr 2015

Rekordwerte erzielte, lässt sich u. a. durch den anhaltenden bundesweiten Trend zu Städte- und Kurzreisen erklären.

Im Gegensatz zum Geschäftsreiseverkehr ist das Privatreisesegment weniger konjunkturabhängig – ein weiterer Grund für die notwendige Stärkung der privat motivierten Reisen nach Frankfurt am Main. Der Anteil an Privatreisen liegt bei ca. 30 %. Zu den Privatreisen zählen klassische Urlaubsreisen, Städtereisen sowie die „Visit Friends and Relatives“-Reisen (VFR). Trotz des geringeren Anteils spielt die Zielgruppe der privat reisenden Touristen weiterhin eine wichtige Rolle bei der Vermarktungsstrategie, bedeutet sie doch einen hohen Wertschöpfungsfaktor für das Image der Stadt.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aller Gäste beträgt 1,71 Tage. Bei den inländischen Gästen ist der Wert naturgemäß kürzer (1,65 Tage) als bei den ausländischen Gästen (1,80 Tage).

Gleiches gilt für Tagestouristen, eine von der TCF 2014 in Auftrag gegebene Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) ermittelte rund 65 Mio. Aufenthaltstage durch Tagestouristen. Sie leisten einen großen ökonomischen Beitrag für die Stadt Frankfurt am Main. Mehr als ein Drittel stammt aus einem Umkreis von über 150 km, d. h., dass Frankfurter Tagestouristen tendenziell größere Anreisedistanzen in Kauf nehmen als bei anderen vergleichbaren Städten.

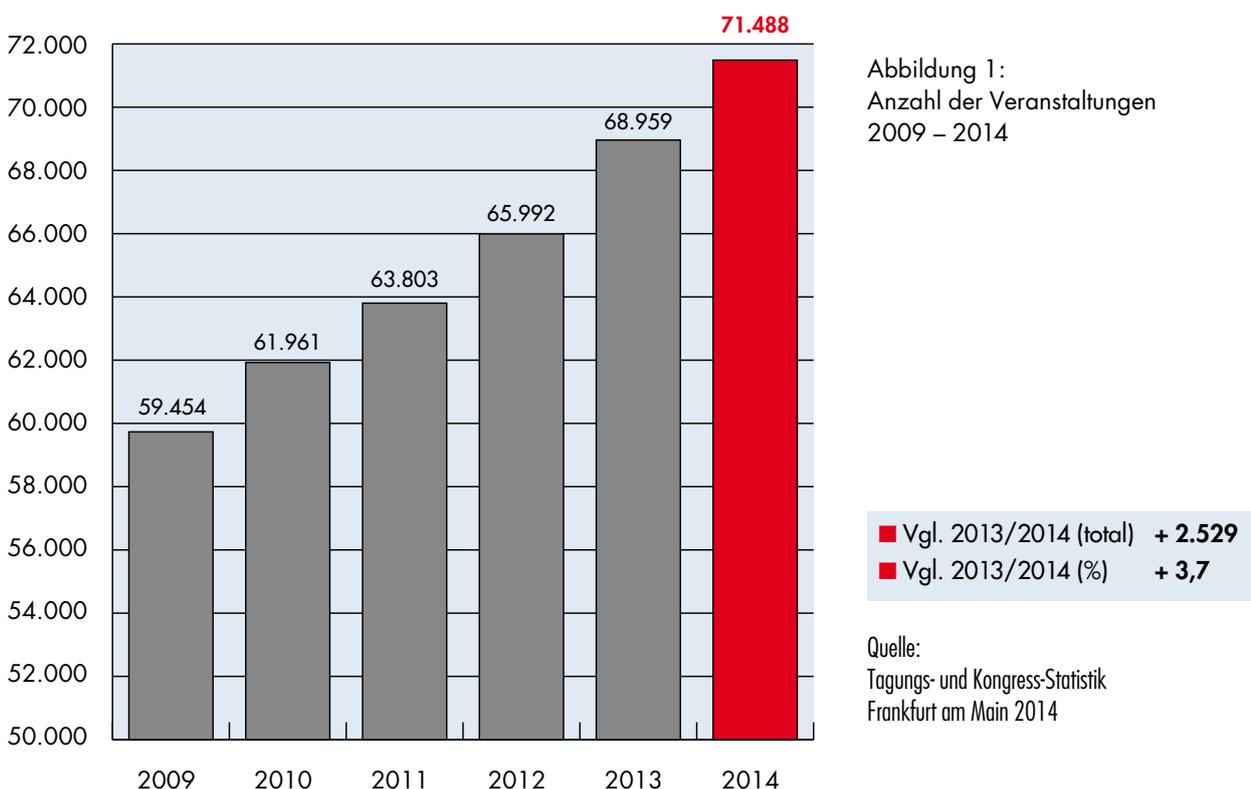
3.1.3 Statistik: Tagungen und Kongresse

Die Kongressbranche in Frankfurt am Main gewinnt stetig an Bedeutung und ist ein wichtiger Wirtschafts- und Imagefaktor für die Stadt. Die Anzahl der Kongresse und Tagungen erreichte mit über 71.000 Veranstaltungen in der Stadt einen neuen Rekordwert. Auch die 1,6 Mio. Übernachtungen stehen für einen erneuten Spitzenwert. Das Frankfurt Convention Bureau holte zusammen mit Partnern wie der Messe Frankfurt und der Hotellerie viele internationale Veranstaltungen in die Stadt und baute so das Renommee im internationalen Wettbewerb weiter aus. Nicht zuletzt ist es im Interesse aller, den Tagungsstandort Frankfurt am Main zu stärken. Von den Gästen bei Tagungen, Kongressen, Schulungen und Seminaren profitieren zum Beispiel die Hotellerie, der Einzelhandel sowie das Kultur- und Freizeitsegment. Darüber hinaus haben wir die Chance, die Geschäftsreisenden während des Aufenthaltes von der Stadt zu begeistern, so dass sie gerne aus privatem Anlass wiederkommen.

Anzahl der Veranstaltungen

2014 wurde mit 71.488 Veranstaltungen in der Mainmetropole mehr getagt denn je. Der neue Rekord bedeutet einen Zuwachs von 3,7% im Vergleich zu 2013. Seit 2009 ist die Zahl der Tagungen und Kongresse um 20% gestiegen.

Im Durchschnitt fanden 2014 rund 195 Veranstaltungen pro Tag statt. Hinzu kommen Seminare von ortsansässigen Unternehmen, die in den eigenen Räumen stattfanden und daher hier nicht berücksichtigt werden konnten. Mit den zahlreichen neuen Hotelprojekten in allen Segmenten bleibt Frankfurt am Main auch in der Zukunft ein gefragter Standort für Tagungen und Kongresse.



Anzahl der Tagungsteilnehmer

Die Anzahl der Teilnehmer an Veranstaltungen in Frankfurt am Main ist über die letzten Jahre hinweg kontinuierlich gestiegen. 2014 waren mehr als 4,3 Mio. (+ 2,4 % im Vergleich zum Jahresergebnis 2013) Gäste in der Stadt. Damit tagten im Durchschnitt täglich mehr als 11.800 Menschen in Frankfurt am Main. Die zentrale Lage mit einer guten Erreichbarkeit und hervorragender Hotelinfrastruktur machen die Mainmetropole zu einer attraktiven MICE-Destination.

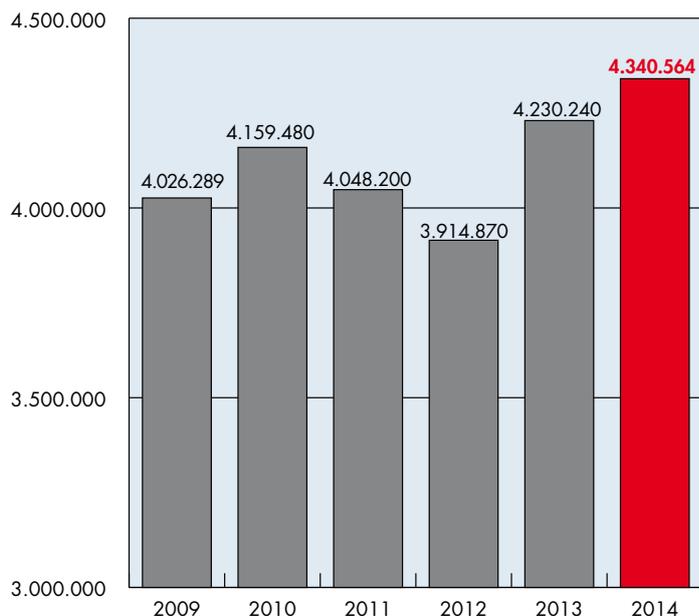


Abbildung 2:
Anzahl der Teilnehmer 2009 – 2014

Jahr	Kongresse
2009	4.026.289
2010	4.159.480
2011	4.048.200
2012	3.914.870
2013	4.230.240
2014	4.340.564

■ Vgl. 2013/2014 (total) + 110.324
 ■ Vgl. 2013/2014 (%) + 2,4

Quelle:
Tagungs- und Kongress-Statistik Frankfurt am Main 2014

Übernachtungen aus dem Tagungsgeschäft

Rund ein Fünftel aller Übernachtungen in Frankfurt am Main stammt aus dem Tagungsgeschäft. Insgesamt wurden über 1,6 Mio. Übernachtungen (+ 4,6 % im Vergleich zum Vorjahresergebnis) generiert, das ist ein neuer Rekordwert. Im Durchschnitt übernachteten somit 2014 rund 4.500 Personen pro Tag in der Stadt. Dank der ausgezeichneten Verkehrsanbindung profitieren auch die umliegenden Kommunen von der positiven Entwicklung der Frankfurter Tagungs- und Kongresswirtschaft.

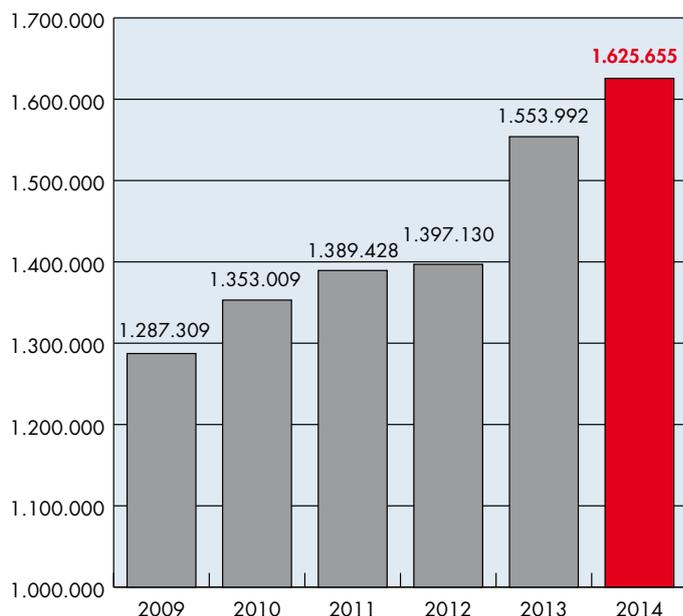


Abbildung 3:
Übernachtungen aus dem Tagungsgeschäft 2009 – 2014

Jahr	Übernachtungen
2009	1.287.309
2010	1.353.009
2011	1.389.428
2012	1.397.130
2013	1.553.992
2014	1.625.655

■ Vgl. 2013/2014 (total) + 71.663
 ■ Vgl. 2013/2014 (%) + 4,6

Quelle:
Tagungs- und Kongress-Statistik Frankfurt am Main 2014

Umsatz aus dem Tagungsgeschäft

Der Gesamtumsatz liegt bei 762,4 Mio. € (+ 8,1 % im Vergleich zum Vorjahresergebnis) und setzt sich aus den Kosten zusammen, die in der Stadt generiert werden, wie zum Beispiel Übernachtung, Tagungspauschale, Gastronomie, Transport und Shopping. Die durchschnittlichen Ausgaben eines Teilnehmers lagen bei 176 € pro Tag. Die Kongressbranche ist somit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt Frankfurt am Main.

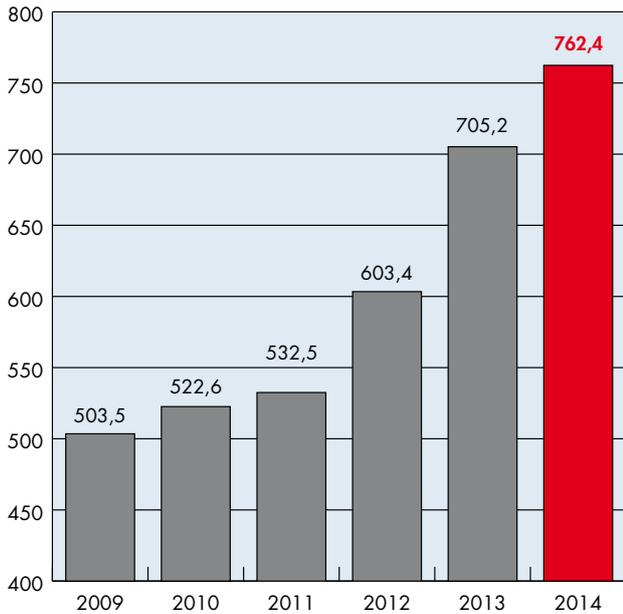


Abbildung 4:
Gesamtumsatz aus Veranstaltungen 2009 – 2014

Jahr	Umsatz Mio. €	pro Kopf €
2009	503,5	114
2010	522,6	125
2011	532,5	131
2012	603,4	154
2013	705,2	167
2014	762,4	176

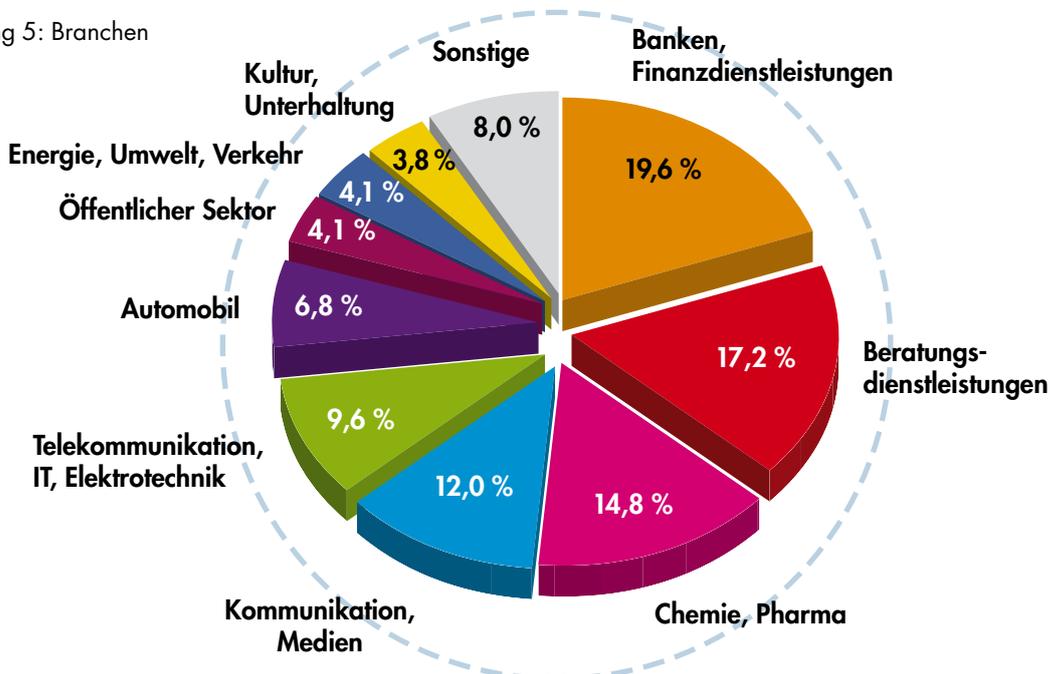
■ Vgl. 2013/2014 (total)	+ 57,2
■ Vgl. 2013/2014 (%)	+ 8,1

Quelle:
Tagungs- und Kongress-Statistik Frankfurt am Main 2014

Branchen und Herkunftsnationen

Bei den Top-Branchen, die in Frankfurt am Main tagten, bleibt der Finanzsektor die Nummer eins. Der Geschäftsbereich Beratungsdienstleistungen rückte auf den zweiten Platz vor und verdrängte von diesem Chemie und Pharma auf den dritten Rang. In den Branchensegmenten ergaben sich Verschiebungen, die sowohl messebedingt als auch konjunkturabhängig waren.

Abbildung 5: Branchen



Viele Veranstaltungsplaner suchen nach Orten, in denen sie spezifische Branchen gebündelt vorfinden und geschäftszweigrelevante Netzwerke nutzen können. Frankfurt beweist unter anderem Stärke in den folgenden Kompetenzfeldern, die sich auch in den obengenannten Bereichen widerspiegeln: Finanzdienstleistungen, Life Science und Biotechnologie, IT und Telekommunikation, Logistik und Mobilität sowie Kreativwirtschaft. Die Mehrzahl der Veranstaltungen, die 2014 organisiert wurden, lag in der Hand deutscher Veranstalter.

Rund 16 % der Tagungen in 2014 wurden von ausländischen Veranstaltern organisiert. Hierbei blieb der stärkste internationale Quellmarkt Großbritannien. Die USA haben wieder traditionell den zweiten Platz eingenommen, der nur 2013 durch die Schweiz belegt wurde, und Österreich konnte erneut den vierten Platz für sich behaupten. Ein wichtiger Zukunftsmarkt ist China, diesem Markt werden überdurchschnittliche Wachstumszahlen prognostiziert.

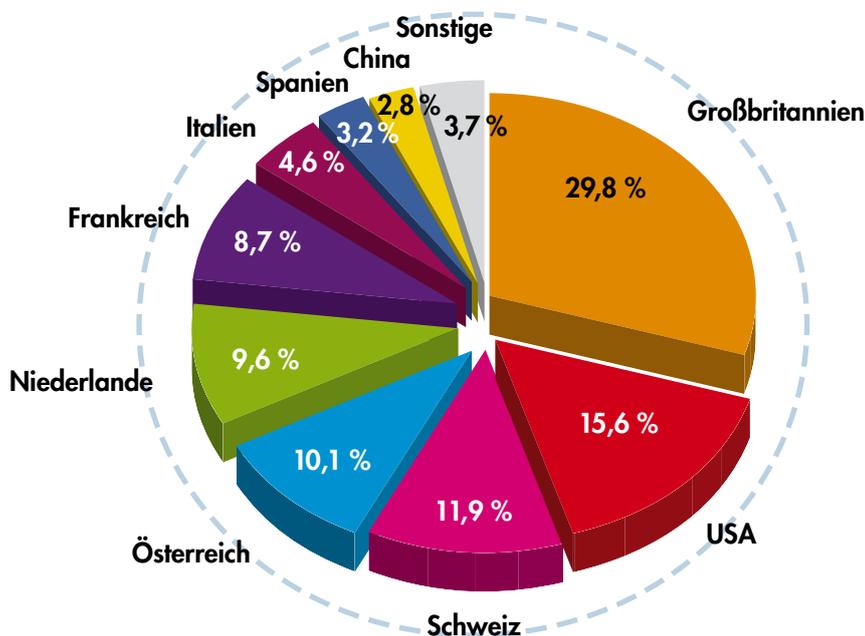
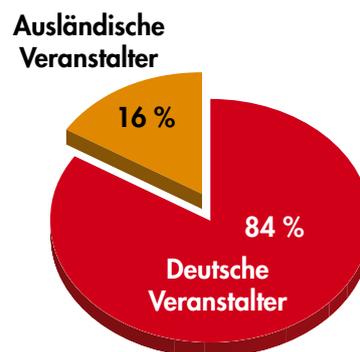


Abbildung 6: Herkunftsnationen der Veranstalter



Schlussfolgerung für 2016

Es wurden 115 Kongresshotels und Veranstaltungshäuser befragt, wie sie die zukünftige Entwicklung einschätzen. Von diesen Betrieben erwarten 43,4 % eine weitere Verbesserung ihrer Geschäftsentwicklung. 50,4 % gehen von einer gleichbleibend stabilen Entwicklung aus und 6,2 % der Häuser erwarten eher rückläufiges Tagungsgeschäft. Somit blickt die Frankfurter Kongressbranche überwiegend positiv in die Zukunft.

Und mit der Branche blickt die Stadt Frankfurt am Main erwartungsvoll nach vorne. Der größte Vermarktungsvorteil, die Erreichbarkeit, wird im Rahmen der Internationalisierung des Standorts in Zukunft noch mehr an Bedeutung gewinnen, so z. B. mit Fraport auf dem Weg zu einem zertifizierten First-Class-Flughafen und mit dem Bau des neuen Terminals 3. Neue S- und U-Bahn-Linien entstehen zu den erst kürzlich erschlossenen Gebieten, wie dem Europa-Viertel und den Gateway Gardens, die beide auch Standorte für neue Hotelprojekte sind. Zudem wird der meist frequentierte Bahnhof in Deutschland, der Frankfurter Hauptbahnhof, umgebaut.

Durch die geplante Intensivierung der Bearbeitung des Quellmarktes China, der zu den dynamischsten weltweit zählt, wird es voraussichtlich zu einer Verschiebung unter den Herkunftsnationen kommen. Auf der IMEX 2016 bieten wir mit einem neuen offenen Standkonzept für Frankfurt Rhein-Main eine erweiterte Kommunikationsplattform und rechnen mit einer höheren Anzahl an Besuchern und potenziellen Kunden.



3.2 Marktanalyse

3.2.1 Quellmärkte nach Übernachtungszahlen

Um eine strategische Bearbeitung von Quellmärkten (= Herkunftsländer der Gäste) zu ermöglichen, muss deren Potenzial frühzeitig erkannt werden. Zur Marktanalyse und -bewertung werden die Fremdenverkehrsstatistiken der TCF herangezogen.

Zusätzlich zu dieser vergangenheitsorientierten und rein quantitativen Bewertung werden weitere Indikatoren beobachtet, die die Entwicklung der touristischen Zahlen entscheidend beeinflussen können, wie z. B. Bevölkerungswachstum, durchschnittliches Wirtschaftswachstum, politische Rahmenbedingungen etc. Zudem werden Prognosen der Deutschen Zentrale für Tourismus berücksichtigt.

Die Einteilung der Quellmärkte erfolgt dabei in vier Gruppen:

Primärmärkte:

Diese Märkte stehen im Fokus der Marktbearbeitung. Sie verfügen über ein hohes Volumen und bringen langfristig den größten Besucheranteil nach Frankfurt am Main. Aktivitäten in diesen Märkten sollen zukünftig weiter auf hohem Niveau gehalten werden.

Sekundärmärkte:

Diese Märkte verfügen über ein solides Volumen und Wachstum. Langfristig sind keine überdurchschnittlichen hohen Wachstumsraten abzusehen. Die Marketingmaßnahmen in diesen Märkten sollen beibehalten und stabilisiert werden.

Zukunftsmärkte:

Von diesen Märkten mit hohem Potenzial ist zukünftig ein überdurchschnittliches Wachstum zu erwarten. Hier gilt es, gezielte Marketingaktionen frühzeitig durchzuführen, Zielgruppen zu erschließen und Frankfurt am Main als Destination langfristig zu positionieren.

Tertiärmärkte:

Diese Märkte sind für Frankfurt am Main weniger bedeutend. Hier ist kein überdurchschnittliches Wachstum zu erwarten. Deshalb erfolgt die Marktbearbeitung stetig, aber reduziert.

Entsprechend dieser Bewertung werden die Quellmärkte für Frankfurt am Main klassifiziert. Anhand dieser Kategorisierung erfolgt die Zuteilung der Budgets zur Bearbeitung der einzelnen Märkte. Die einzelnen Quellmärkte werden in den nachfolgenden Kapiteln genauer analysiert.

3.2.2 Der Quellmarkt Deutschland

Bilanz Deutschland 2014

Rund 82 % der Übernachtungen in Deutschland gehen auf inländische Gäste zurück. Das Statistische Bundesamt verzeichnete für 2014 insgesamt 348 Mio. Inlandsübernachtungen in Beherbergungsbetrieben und damit ein Plus von 2,5 % gegenüber dem Vorjahr.

Bilanz Frankfurt am Main 2014

Der seit Jahren ansteigende Inlandsmarkt ist ein Indiz für die zunehmende Beliebtheit Frankfurts als Destination für Städtereisen. Auf dem Binnenmarkt konnten mit 2,7 Mio. Gästen und mehr als 4,4 Mio. Übernachtungen, im Vergleich zum Vorjahr, abermals neue Spitzenergebnisse erzielt werden. Die inländische Gästebilanz verbesserte sich um 188.000 (+ 7,4 %). Die sich daraus ergebenden Übernachtungen lagen um 265.000 (+ 6,4 %) höher als 2013. Im Verlauf der letzten zehn Jahre erfuhr der Inlandsmarkt eine stetige Aufwärtsentwicklung um weit über 100 %. Die Verweildauer inländischer Gäste pendelte sich bei 1,60 bis 1,65 Tagen ein. Das Ergebnis 2014 lag mit 1,62 Tagen pro Gast im mittleren Bereich und ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken.

Der Anteil deutscher Gäste von 57 % am Gesamtgästeprodukt erhöhte sich gegenüber 2013 nur leicht (+ 0,3 %). Beim Übernachtungsanteil zeigte sich allerdings ein Rückgang um 0,5 % auf 54,8 % in 2014.

Von 4,4 Mio. Übernachtungen deutscher Gäste wurden 14,3 % bzw. 629.000 Nächte (im Vorjahr ebenfalls 14,3 %) in den 17 Hotels der Kategorie „Luxus“ und 38,6 % bzw. 1,7 Mio. Nächte in den 67 Hotels der Kategorie „First Class“ gezählt (im Vorjahr 38,4 %). Die 187 Häuser niedrigerer Kategorien verzeichneten 2 Mio. Übernachtungen bzw. 45,5 % der Übernachtungen deutscher Gäste (im Vorjahr 47,2 %).

Vergleich Magic Cities (siehe Kap. 3.3)

Im Vergleich zu den Magic Cities liegt Frankfurt am Main auch 2014 bei den Übernachtungen inländischer Gäste an vierter Stelle hinter Berlin, München und Hamburg. Bei den prozentualen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr rangiert Frankfurt am Main

(+ 6,4 %) ebenfalls auf Platz vier. Die Internationalität der Frankfurter Gäste wird im Vergleich mit den anderen Großstädten sehr deutlich. Frankfurt am Main generiert 43 % seines Gesamtübernachtungsvolumens durch Übernachtungen internationaler Gäste. Außer München verfügt keine andere deutsche Stadt über einen derart hohen internationalen Anteil am Übernachtungsaufkommen.

Bilanz 1. Halbjahr 2015

Im ersten Halbjahr 2015 kann der positive Trend der letzten Jahre fortgesetzt werden. Frankfurt am Main weist bis Ende Juni 2015 mit fast 1,4 Mio. Gästen und 2,3 Mio. Übernachtungen ein inländisches Gästeplus von 6,4 % und ein Plus an Übernachtungen von 8,6 % auf. Der Anteil der Übernachtungen deutscher Gäste an den Gesamtübernachtungen ist nahezu konstant gegenüber dem Vorjahr bei 54,39 % (2014: 54,89 %). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der deutschen Gäste steigt im Vergleich zu den Vorjahren wieder leicht an auf 1,65 Tage (2014: 1,62 Tage).

Vergleich Magic Cities (siehe Kap. 3.3)

Im Vergleich zu den Magic Cities belegt Frankfurt am Main bis Juni 2015 bei den Übernachtungen inländischer Gäste den vierten Platz hinter Berlin, Hamburg und München.

Schlussfolgerungen für 2016

Um das hohe Niveau der Gäste- und Übernachtungszahlen aus Deutschland zu sichern und die Position von Frankfurt am Main auf dem deutschen Markt weiter auszubauen, wird sich die TCF auch 2016 auf den wichtigsten Fachmessen und Workshops in Deutschland präsentieren.

Vorrangiges Ziel ist es, den Aufwärtstrend als klassische Geschäftsreisestadt weiterhin zu stärken und gleichzeitig die Platzierung der Destination Frankfurt am Main in den Katalogen der Reiseveranstalter zu sichern. Gefragt sind hier, neben Angeboten für Geschäfts- und Messereisen, innovative Programmansätze für Städtereisende in Verbindung mit besonderen Events. Die bereits in 2015 intensivierte Kooperation mit verschiedenen Anbietern von Städtereisen soll verstärkt fortgeführt werden.

Fach- und Publikumsmessen gehören weiterhin zu den Marketingmaßnahmen der TCF im Quellmarkt Deutschland, um das Privatreisesegment auszubauen und Frankfurt am Main als Destination für Städte- und Kurzreisen besser zu positionieren.

3.2.3 Der Quellmarkt Europa

Bilanz Frankfurt 2014: Erneutes Wachstum in europäischen Quellmärkten

Neue Spitzenwerte an Gästen und Nächten kennzeichneten die Bilanz der europäischen Quellmärkte in 2014. Mit 922.493 Gästen und 1.672.757 Übernachtungen aus dem europäischen Ausland verzeichnete die Stadt insgesamt einen Zuwachs von 2,3 % an Gästen und 3,9 % an Übernachtungen im Vergleich zu 2013. Nahezu alle wichtigen europäischen Quellmärkte weisen ein gutes Wachstum auf.

Übersicht: die 20 wichtigsten europäischen Quellmärkte nach Übernachtungszahlen

Quellmarkt	Übernachtungen in 2014	Veränderung 2013/2014
Großbritannien	299.064	8,6 %
Italien	151.063	- 1,1 %
Spanien	134.676	3,6 %
Schweiz	123.568	8,5 %
Frankreich	123.272	0,9 %
Niederlande	93.555	- 1,8 %
Österreich	84.718	11,0 %
Russland	80.783	- 13,5 %
Polen	57.045	4,7 %
Türkei	54.820	6,1 %
Belgien	49.030	5,4 %
Rumänien	36.129	25,0 %
Schweden	33.330	- 7,3 %
Portugal	28.887	16,0 %
Finnland	27.206	6,9 %
Tschechien	26.989	3,4 %
Griechenland	25.909	24,0 %
Irland	24.527	19,2 %
Dänemark	22.426	- 14,1 %
Norwegen	19.502	- 4,7 %

Großbritannien ist nach wie vor mit deutlichem Abstand die führende europäische Anreisestation und nach den USA zweitwichtigster Auslandsquellmarkt von Frankfurt am Main. Die Übernachtungszahlen sind im Vergleich zum Vorjahr erneut um 8,6 % gestiegen.

Italien liegt weiterhin auf Platz zwei der europäischen Quellmärkte. Die Übernachtungszahlen waren im Jahr 2014 mit - 1,1 % leicht rückläufig.

Spanien, als drittwichtigster europäischer Quellmarkt, kann nach einigen Jahren mit rückläufigen Zahlen in 2014 wieder einen Zuwachs an Übernachtungen von 3,6 % aufweisen.

Die weiteren Positionen entfallen auf die direkten Nachbarländer Deutschlands: Österreich (+ 11 %), Frankreich (+ 0,9 %), Schweiz (+ 8,5 %) und Niederlande (- 1,8 %).

Auch viele der europäischen Tertiärmärkte zeigen weiterhin starke Zuwächse an Übernachtungen auf, so z. B. Rumänien (+ 25 %), Slowakei (+ 21,1 %) und Bulgarien (+ 16,8 %). Aufgrund der weiterhin angespannten politischen Situation in Russland, durch die es zu Rückläufen in den Übernachtungszahlen kommt (- 13,5 %), werden diese Märkte sowie andere südosteuropäische Staaten in das Destinationsmarketing einbezogen.

Die Türkei wird mit ihrem stetigen und überdurchschnittlichen Wachstum in den Übernachtungszahlen (+ 6,1 %) weiterhin als Zukunftsmarkt bewertet und in 2016 intensiv bearbeitet.

Vergleich Magic Cities 2014 (siehe Kap. 3.3)

Bei den Übernachtungszahlen aus Europa liegt Frankfurt am Main im Vergleich zu den anderen Magic Cities mit mehr als 1,6 Mio. Übernachtungen an vierter Stelle hinter Berlin, München und Hamburg.

Bilanz europäische Quellmärkte 1. Halbjahr 2015

In den ersten sechs Monaten 2015 stiegen die Übernachtungszahlen aus den europäischen Quellmärkten im Vergleich zum Vorjahr deutlich an. Ende Juni lagen alle wichtigen europäischen Quellmärkte über dem Vorjahresniveau.

Die Übernachtungszahlen aus den bedeutenden Märkten Großbritannien (+ 6,2 %), Italien (+ 19,0 %) und Spanien (+ 15,8 %) entwickelten sich überdurchschnittlich gut. Auch die weiteren Sekundärmärkte Schweiz (+ 9,8 %), Niederlande (+ 8,6 %), Frankreich (+ 6,4 %) und Österreich (+ 4,0 %) zeigen Zuwächse in den Übernachtungszahlen. Der russische Markt weist aufgrund der politisch und wirtschaftlich angespannten Lage erneut Rückgänge auf (- 22,0 %).

Besonders dynamisch entwickeln sich dagegen die Übernachtungszahlen von Gästen aus den südosteuropäischen Märkten wie bspw. Bulgarien (+ 33,3 %), Polen (+ 23,6 %), Slowenien (+ 20,3 %), Ukraine (+ 16,0 %), Slowakei (+ 14,2 %) und Rumänien (+ 13,1 %). Diese Märkte zeigen alle überdurchschnittliches Wachstum und stehen deshalb auch 2016 im Fokus der Marktbearbeitung.

Im Vergleich zu den anderen Magic Cities belegt Frankfurt am Main im ersten Halbjahr 2015 mit 912.434 Übernachtungen aus Europa hinter Berlin, München und Hamburg die vierte Position. Neben den wichtigsten Quellmärkten spielen auch die vielen Tertiärmärkte mit ihren überdurchschnittlich hohen Wachstumsraten eine wichtige Rolle für Frankfurt am Main.

Schlussfolgerungen für 2016

Frankfurt am Main wird sich auch 2016 in den europäischen Quellmärkten präsentieren, um das positive Wachstum aus diesen Märkten zu fördern. Dabei wird weiterhin die Multiplikatoren-Strategie verfolgt, d. h., es werden gezielt Vertreter der Reiseindustrie und Journalisten angesprochen. Hierfür ist besonders die Teilnahme an Fachbesucherveranstaltungen wichtig, um Kontakte herzustellen und zu intensivieren und strategische Partnerschaften aufzubauen. Parallel dazu werden ganzjährig Presse- und Studienreisen organisiert und betreut, um Frankfurt am Main als ein attraktives Reiseziel zu positionieren und ein positives Image der Stadt im Ausland zu erzeugen. Hierzu werden Reisejournalisten und Reisefachleute in die Metropole eingeladen, entweder gezielt durch Kooperationen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. oder anderen touristischen Leistungsträgern, insbesondere Transportunternehmen und Hotels.

Ein Schwerpunkt in der Marktbearbeitung liegt neben den führenden europäischen Quellmärkten insbesondere auf dem Zukunftsmarkt Türkei sowie den südosteuropäischen Staaten, die sich durch überdurchschnittliche Wachstumsraten hinsichtlich der Übernachtungszahlen auszeichnen.

3.2.4 Der Quellmarkt Übersee

Bilanz Frankfurt 2014: Deutlicher Anstieg bei den Übersee-Quellmärkten

Mit einem deutlichen Anstieg bei den Übersee-Quellmärkten von über 1,1 Mio. Gästen und über 1,9 Mio. Übernachtungen stellten die Reisenden aus Übersee weiterhin den größeren Anteil der ausländischen Besucher. Im Vergleich zu 2013 ergab sich bei den Gästezahlen ein Plus von 8,5 %, bei den Übernachtungszahlen ein Plus von 12,5 %.

Große zweistellige Zuwächse verzeichneten die Golfstaaten mit 32 %, Südafrika mit 20 % und Taiwan mit 49,7 %. Eine ebenso dynamische Entwicklung ist in folgenden Ländern festzustellen: China/Hongkong 14 %, Indien 13,6 %, USA 12 %, Südkorea 10,4 %. Es folgen Brasilien mit 3,6 % und Japan mit 5 %.

Übersicht: die Übersee-Quellmärkte nach Übernachtungszahlen

Quellmarkt	Übernachtungen in 2014	Veränderung 2013/2014
USA	511.572	12,36 %
Arabische Golfstaaten	230.416	32,21 %
China	218.337	14,02 %
Japan	171.238	5,27 %
Südkorea	109.906	10,40 %
Indien	75.129	13,58 %
Brasilien	67.590	3,55 %
Kanada	56.390	- 7,79 %
Australien	50.227	0,97 %
Taiwan	43.863	49,69 %
Israel	29.000	- 2,12 %
Mittelamerika und Karibik	21.460	1,15 %
Republik Südafrika	12.895	20,42 %
Neuseeland und Ozeanien	9.854	- 5,50 %

Nach wie vor sind die USA mit Abstand die führende Besuchernation aus Übersee mit einem Plus von 12,4 %. Die arabischen Golfstaaten etablierten sich in 2014 zum zweitwichtigsten Übersee-Markt mit einem großen Zuwachs von 32,2 %.

Bei den asiatischen Quellmärkten positionierte sich die VR China mit Hongkong als drittgrößter Übersee-Markt (+ 14,0 %), gefolgt von Japan (+ 5,0 %). Insgesamt wird die VR China im Tourismussektor der wichtigste Markt in Asien sein mit einem konstanten Wachstumspotenzial, so Prognosen.

Eine dynamische Entwicklung im Übernachtungsvolumen ist in folgenden Märkten zu verzeichnen: Taiwan (+ 49,6 %), Südafrika (+ 20,4 %), Indien (+13,6 %) und Südkorea (+ 10,4 %). Besonders Indien gilt neben China als kommende Reisenation und wird im Destinationsmarketing gezielt bearbeitet.

Eine intensive Marktbearbeitung erfolgt auch in Südkorea mit einem Übernachtungsvolumen von 109.906, so dass Südkorea im europäischen Vergleich mehr Übernachtungen generiert als die Niederlande mit 93.555 Übernachtungen und perspektivisch auf dem Weg ist Frankreich mit 123.272 Übernachtungen und die Schweiz mit 123.568 Übernachtungen einzuholen.

Brasilien wächst stetig mit einem Plus von 3,5 %, wohingegen Kanada (-7,8 %), Israel (-2,0 %) sowie Neuseeland mit Ozeanien (-5,5 %) ein Minus notieren.

Abschließend ist hervorzuheben, dass der gesamte Übersee-Markt deutlich an Fahrt aufgenommen hat mit einem zweistelligen Übernachtungsplus von 12,5 %. Und v. a. vor dem Hintergrund der starken Kaufkraft aus den Überseeländern mit Tax-Refund-Möglichkeit, die auch am Frankfurter Flughafen festzustellen ist, wird die Marktbearbeitung in Übersee weiter gezielt vorangetrieben.

Vergleich Magic Cities 2014 (siehe Kap. 3.3)

Bei den Übernachtungszahlen aus dem Ausland liegt Frankfurt am Main mit 3,6 Mio. Übernachtungen und einem Plus von 8,4 % auf dem dritten Platz hinter München und Berlin.

Auch bei den Übernachtungszahlen aus Asien nimmt Frankfurt am Main den dritten Platz ein mit 1,1 Mio. Übernachtungen und einem Plus von 15,7 %. Mit Abstand folgen die Magic-Cities-Städte Düsseldorf, Hamburg und Köln.

Bilanz Übersee-Quellmärkte 1. Halbjahr 2015

Bei den Gäste- und Übernachtungszahlen aus Übersee konnten die Ergebnisse des Vorjahres im ersten Halbjahr 2015 in den meisten Märkten weiter gesteigert werden.

Der größte Übersee-Markt USA legte aufgrund der guten wirtschaftlichen Entwicklung mit einem Plus von 8,7 % zu.

Die VR China ist mittlerweile der wichtigste Quellmarkt in Asien. Für Frankfurt am Main hat sich die

VR China mit Hongkong als zweitwichtigster Übersee-Markt mit einem Plus von 41,4 % entwickelt und wird in den kommenden Jahren der Motor für die globale Reiseindustrie werden. Chinesen haben sich bereits zum Reiseweltmeister etabliert.

Die arabischen Golfstaaten konsolidierten sich im Übernachtungsaufkommen auf einem hohen Niveau.

Eine dynamische Entwicklung im Übernachtungsvolumen ist für die asiatischen Märkte in Taiwan (+ 33,7 %), Südafrika (+ 36,1 %), Indien (+ 27,0 %), Mittelamerika und Karibik (+ 17,4 %), Südkorea (+ 13,8 %) und Japan (+ 11,6 %) zu konstatieren. Als kontinuierlich steigender Markt erscheint Brasilien (+ 7,7 %), auch Israel konsolidiert sich und verzeichnet ein Plus von 13,2 %.

2015: Im Vergleich mit den Magic-Cities-Städten liegt Frankfurt am Main weiterhin an dritter Stelle mit 1,9 Mio. Übernachtungen hinter München und Berlin. Frankfurt verzeichnet innerhalb der ersten fünf Städte die stärkste prozentuale Veränderung mit einem Plus von 10,9 %.

Schlussfolgerungen für 2016

Frankfurt am Main wird sich auch 2016 in den wichtigsten Quellmärkten positionieren und die Marketingaktivitäten in den Übersee-Märkten vertiefen. Die Übernachtungszahlen, die im ersten Halbjahr 2015 schon Zuwächse hatten, sollen konsolidiert und weiter erhöht werden. Entscheidende Marketinginstrumente stellen dabei weiterhin Workshops, Messen und Akquisebesuche dar: Hier werden wichtige Kontakte zu Reiseveranstaltern und Reise-mittlern geknüpft und strategische Partnerschaften weiter gepflegt. Zusammen mit Fraport sollen in 2016 stärker neue Flugrouten gezielt beworben werden.

Die TCF wird deshalb bei den wichtigsten Workshops und Roadshows der Deutschen Zentrale für Tourismus Präsenz zeigen und in Kooperation mit der Region Rhein-Main zusätzliche Aktivitäten und Akquisebesuche durchführen, um die bestehenden Marketingaktivitäten weiter zu intensivieren und langfristige Partnerschaften aufzubauen. Zukunftsmärkte bei den Übersee-Märkten bleiben Indien und Brasilien, während die VR China und die arabischen Golfstaaten sich inzwischen als Primär-märkte etabliert haben.

3.3 Frankfurt im Wettbewerb

Grundlage für den nationalen Städtevergleich sind die Übernachtungszahlen der Magic Cities, die im Folgenden miteinander verglichen werden. Berlin ist seit 2015 kein Mitglied mehr der Magic Cities, wird aber aus Gründen der besseren Vergleichbarkeit mitaufgeführt.

I) Gesamtübernachtungszahlen

2014			Januar bis Juni 2015		
		Diff. in %			Diff. in %
1. Berlin	28,68 Mio.	6,5 %	1. Berlin	13,80 Mio.	4,8 %
2. München	13,44 Mio.	4,3 %	2. München	6,31 Mio.	4,3 %
3. Hamburg	12,00 Mio.	3,5 %	3. Hamburg	5,83 Mio.	5,6 %
4. Frankfurt	8,04 Mio.	7,3 %	4. Frankfurt	4,17 Mio.	9,6 %
5. Köln	5,73 Mio.	13,0 %	5. Köln	2,87 Mio.	8,2 %
6. Düsseldorf	4,49 Mio.	5,8 %	6. Düsseldorf	2,15 Mio.	- 1,9 %
7. Dresden	4,44 Mio.	7,6 %	7. Dresden	1,84 Mio.	- 3,2 %
8. Stuttgart	3,46 Mio.	8,3 %	8. Stuttgart	1,67 Mio.	4,9 %
9. Nürnberg	2,82 Mio.	5,9 %	9. Nürnberg	1,35 Mio.	3,8 %
10. Leipzig	2,76 Mio.	2,5 %	10. Leipzig	1,32 Mio.	2,2 %
11. Hannover	2,08 Mio.	0,0 %	11. Hannover	1,10 Mio.	10,1 %

II) Übernachtungen aus Deutschland

2014			Januar bis Juni 2015		
		Diff. in %			Diff. in %
1. Berlin	16,19 Mio.	5,3 %	1. Berlin	7,71 Mio.	2,1 %
2. Hamburg	9,07 Mio.	1,5 %	2. Hamburg	4,47 Mio.	5,7 %
3. München	6,79 Mio.	3,5 %	3. München	3,34 Mio.	6,4 %
4. Frankfurt	4,41 Mio.	6,4 %	4. Frankfurt	2,26 Mio.	8,6 %
5. Köln	3,78 Mio.	14,8 %	5. Köln	1,91 Mio.	7,6 %
6. Dresden	3,61 Mio.	7,8 %	6. Dresden	1,50 Mio.	- 3,4 %
7. Düsseldorf	2,64 Mio.	3,7 %	7. Düsseldorf	1,30 Mio.	0,6 %
8. Stuttgart	2,45 Mio.	8,0 %	8. Stuttgart	1,17 Mio.	1,8 %
9. Leipzig	2,37 Mio.	4,8 %	9. Leipzig	1,11 Mio.	0,9 %
10. Nürnberg	1,91 Mio.	5,1 %	10. Nürnberg	0,91 Mio.	5,4 %
11. Hannover	1,62 Mio.	- 0,4 %	11. Hannover	0,84 Mio.	7,3 %

III) Übernachtungszahlen Ausland

2014			Januar bis Juni 2015		
		Diff. in %			Diff. in %
1. Berlin	12,49 Mio.	8,1 %	1. Berlin	6,09 Mio.	8,5 %
2. München	6,65 Mio.	5,1 %	2. München	2,97 Mio.	2,0 %
3. Frankfurt	3,63 Mio.	8,4 %	3. Frankfurt	1,90 Mio.	10,9 %
4. Hamburg	2,93 Mio.	10,3 %	4. Hamburg	1,35 Mio.	5,4 %
5. Köln	1,95 Mio.	9,6 %	5. Köln	0,96 Mio.	9,4 %
6. Düsseldorf	1,85 Mio.	9,1 %	6. Düsseldorf	0,85 Mio.	- 5,4 %
7. Stuttgart	1,01 Mio.	9,1 %	7. Stuttgart	0,49 Mio.	12,8 %
8. Nürnberg	0,91 Mio.	7,6 %	8. Nürnberg	0,43 Mio.	0,6 %
9. Dresden	0,82 Mio.	6,7 %	9. Dresden	0,34 Mio.	- 2,1 %
10. Hannover	0,45 Mio.	1,7 %	10. Hannover	0,26 Mio.	20,1 %
11. Leipzig	0,39 Mio.	- 9,7 %	11. Leipzig	0,20 Mio.	10,0 %

a) Übernachtungen aus Europa

2014			Januar bis Juni 2015		
		Diff. in %			Diff. in %
1. Berlin	8,96 Mio.	7,1 %	1. Berlin	4,32 Mio.	5,4 %
2. München	3,79 Mio.	2,9 %	2. München	1,71 Mio.	- 0,7 %
3. Hamburg	2,18 Mio.	11,5 %	3. Hamburg	1,02 Mio.	7,6 %
4. Frankfurt	1,66 Mio.	3,9 %	4. Frankfurt	0,91 Mio.	9,6 %
5. Köln	1,31 Mio.	6,1 %	5. Köln	0,64 Mio.	10,9 %
6. Düsseldorf	1,23 Mio.	8,6 %	6. Düsseldorf	0,56 Mio.	- 8,2 %
7. Nürnberg	0,63 Mio.	6,8 %	7. Stuttgart	0,29 Mio.	14,7 %
8. Stuttgart	0,60 Mio.	7,5 %	8. Nürnberg	0,29 Mio.	- 2,2 %
9. Dresden	0,57 Mio.	7,3 %	9. Dresden	0,23 Mio.	- 3,4 %
10. Hannover	0,31 Mio.	0,7 %	10. Hannover	0,16 Mio.	14,2 %
11. Leipzig	0,28 Mio.	- 8,5 %	11. Leipzig	0,15 Mio.	10,0 %

b) Übernachtungen aus Asien

2014			Januar bis Juni 2015		
		Diff. in %			Diff. in %
1. München	1,52 Mio.	8,8 %	1. München	0,65 Mio.	4,2 %
2. Berlin	1,17 Mio.	16,6 %	2. Berlin	0,59 Mio.	22,6 %
3. Frankfurt	1,11 Mio.	15,7 %	3. Frankfurt	0,56 Mio.	16,8 %
4. Düsseldorf	0,32 Mio.	14,9 %	4. Düsseldorf	0,15 Mio.	8,5 %
5. Hamburg	0,28 Mio.	9,2 %	5. Köln	0,12 Mio.	3,7 %
6. Köln	0,26 Mio.	19,0 %	6. Hamburg	0,11 Mio.	0,8 %
7. Stuttgart	0,18 Mio.	12,5 %	7. Stuttgart	0,09 Mio.	20,3 %
8. Nürnberg	0,11 Mio.	7,1 %	8. Nürnberg	0,06 Mio.	12,0 %
9. Dresden	0,11 Mio.	9,5 %	9. Dresden	0,04 Mio.	2,7 %
10. Hannover	0,06 Mio.	6,4 %	10. Hannover	0,04 Mio.	47,1 %
11. Leipzig	0,04 Mio.	- 12,0 %	11. Leipzig	0,02 Mio.	31,8 %

c) Übernachtungen aus Amerika

2014			Januar bis Juni 2015		
		Diff. in %			Diff. in %
1. Berlin	1,53 Mio.	9,9 %	1. Berlin	0,80 Mio.	18,7 %
2. München	1,07 Mio.	7,8 %	2. München	0,49 Mio.	8,4 %
3. Frankfurt	0,71 Mio.	8,9 %	3. Frankfurt	0,34 Mio.	6,7 %
4. Hamburg	0,27 Mio.	9,8 %	4. Köln	0,12 Mio.	9,8 %
5. Köln	0,24 Mio.	6,0 %	5. Hamburg	0,12 Mio.	- 2,7 %
6. Stuttgart	0,19 Mio.	11,8 %	6. Stuttgart	0,08 Mio.	2,5 %
7. Düsseldorf	0,17 Mio.	2,1 %	7. Düsseldorf	0,07 Mio.	- 12,9 %
8. Nürnberg	0,13 Mio.	12,1 %	8. Nürnberg	0,06 Mio.	- 0,1 %
9. Dresden	0,11 Mio.	1,6 %	9. Dresden	0,04 Mio.	- 3,6 %
10. Leipzig	0,05 Mio.	- 11,5 %	10. Hannover	0,03 Mio.	20,6 %
11. Hannover	0,05 Mio.	- 2,4 %	11. Leipzig	0,02 Mio.	- 8,3 %

IV) Prozentualer Anteil der Übernachtungen aus dem In- und Ausland im Zeitraum Januar – Juni 2015 im Städtevergleich

	Ausland	Inland		Ausland	Inland
1. München	47,1 %	52,9 %	7. Stuttgart	29,6 %	70,4 %
2. Frankfurt	45,6 %	54,4 %	8. Hannover	23,6 %	76,4 %
3. Berlin	44,1 %	55,9 %	9. Hamburg	23,2 %	76,8 %
4. Düsseldorf	39,4 %	60,6 %	10. Dresden	18,5 %	81,5 %
5. Köln	33,4 %	66,6 %	11. Leipzig	15,5 %	84,5 %
6. Nürnberg	32,4 %	67,6 %			



FRANKFURT RHEIN-MAIN
FRANKFURT HÖCHST
EINKAUFSDESTINATION
KOMPETENZFELDER

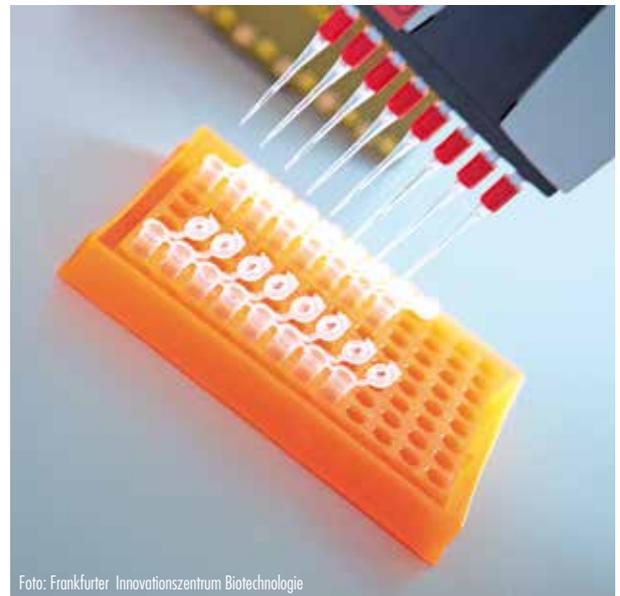
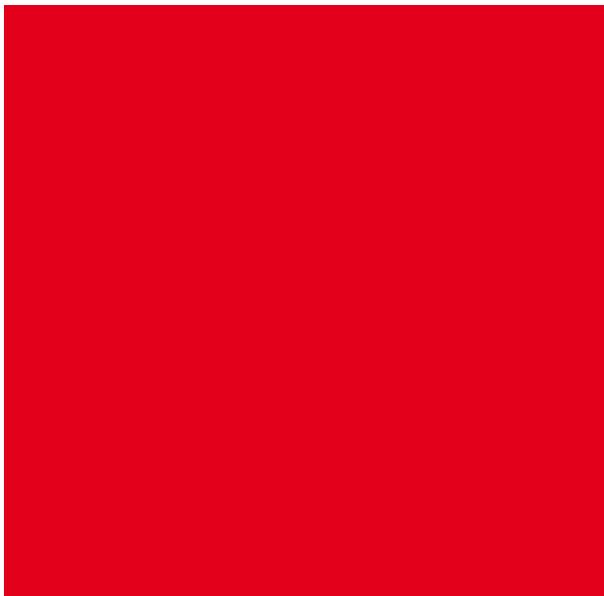


Foto: Frankfurter Innovationszentrum Biotechnologie

4. Marketingstrategie

4.1 Vermarktungsziele

Als Orientierungsgrößen für das unternehmerische Handeln der TCF dienen die nachfolgenden Vermarktungsziele, die in quantitative und qualitative unterteilt werden.



QUANTITATIVE VERMARKTUNGSZIELE

- Mehr als 5,0 Mio. Gäste mit über 8,0 Mio. Übernachtungen pro Jahr
- Stärkung des Privatreiseverkehrs auf über 30 % am Gesamtreisevolumen
- Steigerung der Kapazitätsauslastung in den Hotels an Wochenenden und in belegungsschwachen Monaten
- Steigerung der Übernachtungsgäste mit Schwerpunkt auf den Märkten Deutschland, USA, China und arabische Golfstaaten
- Gewinnung von Großkongressen und Tagungen mit mehr als 1.000 Teilnehmern
- Umsatzsteigerung beim Verkauf der TCF-eigenen Produkte (Weekends, Frankfurt Card, Sightseeing)
- Ausweitung der Kooperationen mit Reise- und Kongressveranstaltern
- Steigerung der Tagestouristen
- Ausbau der Programme „Frankfurter Kongress-Botschafter“ und „Frankfurter Kongress-Fördertopf“
- Ausbau der sozialen und digitalen Medien

QUALITATIVE VERMARKTUNGSZIELE

- Attraktivitätssteigerung als Städtereiseziel
- Verbesserung der Positionierung als Kunst-, Kultur- und historischer Standort
- Ansprache spezieller Zielgruppen durch themenorientierte Angebote (barrierefreies Reisen, Gay and Lesbian Travel, Rad- und Wandertourismus)
- Herausstellung der Einkaufsdestination
- Herausstellung des neuen städtebaulichen Konzepts „DomRömer-Quartier“
- Positionierung des Stadtteils Höchst als Mitglied in der Deutschen Fachwerkstraße
- Einbindung der Kompetenzfelder der Stadt zur Stärkung der Destination als Tagungs- und Kongressstandort
- Vermarktung der Stadt als nachhaltiges Reiseziel und als Standort für Green Meetings
- Verstärkte Information und Einbindung der Multiplikatoren der Frankfurter Tourismusbranche
- Verstärktes Cross-Marketing und Verbindung mit anderen Unternehmen und Destinationen
- Einbindung regionaler Partner bei der Vermarktung der Stadt Frankfurt am Main

4.2 Marketingschwerpunkte



IMEX Frankfurt

■ Kunst und Kultur

Die Steigerung des Anteils der Privatreisenden am Gesamtreisevolumen wird nur gelingen, wenn weiterhin dem Trend zu Kurz- und Städtereisen entgegengekommen wird. Die Stadt Frankfurt am Main muss dafür als Kulturmetropole mit positivem Image präsentiert werden.

Die Stadt bietet eine abwechslungsreiche Kulturlandschaft mit einer Vielzahl an Ausstellungshäusern, Kunstgalerien, Ateliers, Theatern, Performancegruppen und dem Opern- und Schauspielhaus. Kernstück für die Vermarktung der Mainmetropole als Kulturreiseziel bildet das bundesweit einzigartige Museumsufer, welches auf Messen und Roadshows besonders herausgestellt wird.

Seit den Erweiterungs- und Umbauarbeiten im Städel Museum und weiteren Ausstellungshäusern gewann das Museumsufer kontinuierlich an Ansehen und Publikum. Besucheranreize für Kulturreisende garantieren die künftigen Veränderungen der Institutionen und Dauerausstellungen am Museumsufer, beispielsweise die Erweiterung des Jüdischen Museums, die Sanierung und Erweiterung des historischen Museums Frankfurt oder der Neubau des Romantikmuseums. In 2016 werden dazu große Ausstellungen

von überregionaler Bedeutung wie etwa „MIRÓ“ in der SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT in den kulturrainen Quellmärkten beworben. Die daran orientierten Wochenendangebote richten sich an Kulturtouristen, die als wichtige Multiplikatoren fungieren. So trägt der Ausbau der Frankfurter Kulturinstitutionen und deren Vermarktung Beträchtliches zum positiven Image der Stadt bei.

Die TCF strebt durch den Ausbau der Kultur-Wochenendangebote (u. a. Apfelwein, Städel Museum, Goethe, Museumsufer) und durch Präsenz auf den entsprechenden Endverbraucher messen auch weiterhin ein verstärktes Engagement für Privatreisende an.

■ Tagungen, Kongresse und Events

Die Kongressbranche ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für Frankfurt am Main. Neben den Veranstaltungsstätten und den Hotels profitiert eine Vielzahl an Dienstleistern und Anbietern in der Stadt von den rund 72.000 Kongressen und Tagungen, die jährlich in der Mainmetropole stattfinden. Die direkten Ausgaben der Teilnehmer kommen in erster Linie dem Gastgewerbe, dem Einzelhandel, den Transport- und Taxiunternehmen sowie Museen, Theatern und Anbietern spezieller Dienstleistungen, wie z. B. Wellness und Massage, zugute. Wichtig ist es daher, die größten Player in der Mainmetropole mit ins Boot zu holen, wenn es um die Vermarktung als Kongressstandort geht.

Mit dem „Frankfurter Kongress-Fördertopf“, der von der TCF, der Messe Frankfurt und der IHK gemeinsam mit weiteren Multiplikatoren der Branche einmalig eingerichtet wurde, soll das Kongressgeschäft weiter gefördert und die Position Frankfurts im internationalen Wettbewerb gestärkt werden. Mithilfe dieser finanziellen Mittel können u. a. die Aktivitäten des Frankfurt Convention Bureaus (FCB) in den USA und China ausgebaut sowie Kongressbewerbungen aktiv gefördert werden.

Laut Meeting- & EventBarometer 2015 zählt Frankfurt am Main nach wie vor neben Berlin und München zu den drei bevorzugten Großstadt- und Wirtschaftsregionen in Deutschland. Die wichtigsten



Foto: Frankfurter Innovationszentrum Biotechnologie

Wissenschaftsstandort Frankfurt am Main

Kriterien für Veranstalter sind die Erreichbarkeit und die Hotelkapazität – Punkte, die für die Wahl unserer Stadt als Tagungsort sprechen. Durch intensivierte Aktivitäten auf den Märkten USA und Kanada, den wichtigsten Übersee-Quellmärkten für Tagungen und Kongresse, sollen diese Aspekte zusammen mit den wirtschaftlichen Standortfaktoren verstärkt nach Übersee kommuniziert werden.

Gemeinsam mit dem German Convention Bureau (GCB) sind PR-Aktionen geplant, und das FCB wird zusammen mit der Messe Frankfurt Venue GmbH erneut Aussteller auf der IMEX America sein. Auch in China, einem wichtigen Zukunftsmarkt der deutschen Kongressbranche, plant das FCB in Zusammenarbeit mit dem neu eröffneten Büro des GCB diverse PR- und Marketingaktionen.

Ein weiteres Kriterium für die Wahl einer Kongressdestination sind deren wirtschaftliche und wissenschaftliche Kompetenzen. Veranstaltungsplaner suchen nach Orten, in denen sie nicht nur die Tagungsinfrastruktur, sondern auch relevante Branchen vorfinden und somit geschäftszweigrelevante Netzwerke nutzen können. Diese fünf Kompetenzfelder spielen in Frankfurt am Main eine wichtige Rolle: Logistik/Mobilität, Chemie/Pharma/Life Sciences,

IT/Telekommunikation, Finanzdienstleistungen und Kreativwirtschaft. Hier sind vor allem die IHK und die Wirtschaftsförderer der Stadt und der Region wichtige Partner.

Ein weiteres Ergebnis des Meeting- & EventBarometers ist, dass sich Veranstalter über Anbieter-Websites und persönliche Empfehlungen informieren. Mit dem 2011 durch die TCF, die Messe Frankfurt und die IHK Frankfurt am Main initiierten Projekt „Frankfurter Kongress-Botschafter“ baut das FCB auf dem Empfehlungsmarketing auf. Das Programm hat das Ziel, Multiplikatoren in Führungspositionen aus Wirtschaft und Wissenschaft zu motivieren, sich für Frankfurt am Main als Standort für Kongresse einzusetzen. Mit dem neuen Internetauftritt des FCB wird außerdem dem Informationsmedium „Anbieter-Websites“ Rechnung getragen. Aus einem Portfolio von 479 Veranstaltungsorten und Kongresshotels und 127 Incentive-Ideen kann der Veranstalter das passende Angebot filtern und auswählen.

Der wichtigste Partner des FCB in der Kongressakquise ist die Messe Frankfurt Venue GmbH. Gemeinsam werden Strategien erarbeitet, Messeauftritte geplant und Veranstaltungen für Frankfurt am Main akquiriert. Gemeinsam wurde eine Kooperation mit der CAMPUSERVICE GmbH ins Leben gerufen, die für die Vermarktung der Veranstaltungsräume in der Universität zuständig ist.

Nachdem 2015 die „greenmeetings- und events Konferenz“ in Frankfurt am Main stattfand, bleibt das Thema Nachhaltigkeit in der Kongressbranche weiterhin auf der Agenda des FCB. Im Zuge dessen werden alle Mitarbeiterinnen des FCB zu Nachhaltigkeitsberaterinnen geschult.

Die wichtigste Messe für das FCB ist die internationale Kongressmesse IMEX, die seit 2003 in Frankfurt am Main stattfindet. Mit einer der größten Standflächen innerhalb des Deutschlandbereiches in der Halle 8 bietet das FCB optimale Beteiligungsmöglichkeiten für Frankfurter Partnerunternehmen. 2016 werden die Aussteller der Stadt und der Region mit einem neuen Standkonzept werben.

Weiterhin ist das FCB Mitglied in der International Congress and Convention Association (ICCA) und engagiert sich aktiv in dessen Central European Chapter. Durch die Vernetzung mit Partnern aus aller Welt entstehen neue Kontakte und Ideen. Der Mitgliedschaft kommt eine große Bedeutung zu, denn 40 % des Tagungsvolumens in Deutschland werden durch Verbände generiert.

■ Volksfeste, Festivals und Feste

Die Ausrichtung von Festen in Frankfurt am Main bringt einen doppelten Mehrwert bei der Vermarktung der Stadt. Feste wandeln den öffentlichen Raum zum lebendigen Erlebnisraum und zum Ort der Begegnung. Weiterhin stellen die traditionellen Volksfeste, wie zum Beispiel der Wäldchestag, deren Ursprünge bis in das Mittelalter zurückreichen, aktive Brauchtumpflege dar.

Dies fördert die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt. Feste sind gleichzeitig touristische Akzente, die gezielt die Motivation zum Besuch der Stadt auslösen, wie der Weihnachtsmarkt oder das Museumsuferfest. Sie werden auch von internationalen Gästen besucht, da sie das typische Gepräge für Frankfurt am Main vermitteln, wie das Apfelweinfestival, das Mainfest oder der Rheingauer Weinmarkt.

Veranstaltungen aktivieren große Besucherströme aus Frankfurt Rhein-Main, Deutschland sowie dem Ausland und wirken sich positiv auf das Image der Stadt aus. Die mediale und touristische Vermarktung dieser wirtschaftlichen Leistungsträger bleibt auch zukünftig eine wichtige Aufgabe. Die TCF investiert in klassische Medienwerbung zur Bekanntmachung des jeweiligen Events. Daneben werden die größeren Feste, wie beispielsweise das Museumsuferfest oder der Weihnachtsmarkt, genutzt, um mit Wochenend-Arrangements den Frankfurt-Besuch zu initiieren.



Frankfurter Apfelweinfestival

Veränderte Trends und Besuchererwartungen werden beobachtet, analysiert und fließen in das Konzept sowie die Organisation der gesamten Event-Jahresplanung ein.

Als wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Stadt gilt der Apfelwein, welchem seit 2011 ein eigenes Fest gewidmet wird. Auf dem Frankfurter Apfelweinfestival werden regionale wie internationale Apfelweine und Produkte sowie traditionelle und trendige Variationen rund um das Frankfurter Nationalgetränk präsentiert.

Die Frankfurt Christmas Markets, die seit 1997 jährlich in Großbritannien von der TCF veranstaltet werden, belegen die Anziehungskraft der Frankfurter Veranstaltungen im Ausland. Der Weihnachtsmarkt in Birmingham zählt mittlerweile ca. 5 Mio. Besucher und hat damit sogar mehr Gäste als das Frankfurter Original.

4.3 Controlling

Das Marketingcontrolling nimmt bei der Arbeit der TCF einen hohen Stellenwert ein. Es ist ein wesentliches Steuerungselement für die Geschäftsführung, um die begrenzten personellen und finanziellen Mittel für das Tourismus- und Kongressmarketing optimal einzusetzen.

Deshalb kommt der Ausnutzung aller verfügbaren Informationssysteme und -quellen eine hohe Priorität zu, um etwa aktuelle Trends zu erkennen, zu beobachten und bei Bedarf rechtzeitig Gegenmaßnahmen einzuleiten oder Unterstützungsmaßnahmen aufzunehmen.

Hierbei bedient sich die TCF aller verfügbaren Statistiken sowie der laufenden Monats- und Quartalsberichterstattung von Verbänden der Tourismusbranche.

Das Controlling ist dabei mehrstufig aufgebaut.

1. Statistiken

Zunächst werden im Rahmen eines laufenden Monitorings die aktuellen Zahlen des Statistischen Landesamtes zur Fremdenverkehrsstatistik innerhalb eines Tourist-Telegramms für eigene Zwecke stets aufbereitet und an die hiesige Tourismusbranche weitergegeben.

Das **Tourist-Telegramm** erscheint monatlich und untersucht die Entwicklung der Gästezahlen nach ausgewählten Kriterien. Dabei wird ein detaillierter Vorjahresvergleich eingearbeitet, um mögliche Trends erkennen zu können.

Die Ergebnisse der Tourist-Telegramme werden in der jährlichen **Fremdenverkehrsstatistik** (Gäste- und Übernachtungszahlen) zusammengefasst. Diese dokumentiert die Entwicklung der touristischen Kennzahlen in Frankfurt am Main und bildet eine jährliche Grundlage zur Analyse der Angebots- und Nachfragestruktur.

Die jährliche **Tagungs- und Kongress-Statistik** wird vom Frankfurt Convention Bureau (FCB) selbst erhoben. Diese Statistik enthält die wichtigsten Kennzahlen (u. a. Anzahl der Übernachtungen, Veranstaltungen und Teilnehmer) zum Kongress- und Tagungsmarkt.

2. Bewertung der Marketingprojekte

2.a Bericht

Über die einzelnen Marketingaktionen wie etwa Messebesuche oder Workshops werden durch die TCF detaillierte Beurteilungen und Bewertungen zur Ausstellerstruktur, der Besucherfrequenz sowie der Bedeutung der Gesprächspartner und des Publikums erstellt.

2.b Projektabrechnung

Nach Beendigung einer Aktion wird eine Projektabrechnung erstellt, um den finanziellen Aufwand für die Maßnahme feststellen zu können.

2.c Empfehlung

Ausgehend von diesem Bericht und der Abrechnung wird eine entsprechende Empfehlung für die Geschäftsführung über die weitere Durchführung der Maßnahme vor dem Hintergrund einer Kosten-Nutzen-Bewertung abgegeben.

3. Berichterstattung an die Tourismusbranche

Die touristische Vermarktung der Stadt wird in einem **Marketingplan** der TCF zusammengefasst und dargestellt.

Über alle Marketingaktionen berichtet die TCF dann ausführlich in ihren **Quartalsberichten**. Die einzelnen Aktivitäten werden dargestellt und bewertet.

4. Finanzcontrolling

Im Rahmen des Beteiligungsmanagements der Stadt Frankfurt am Main berichtet die TCF regelmäßig über die wirtschaftlichen Ergebnisse des jeweiligen Berichtszeitraumes. Es werden jeweils zum Quartalsende die erreichten Umsatzzahlen mit den dem Wirtschaftsplan zugrundeliegenden Planungen verglichen und analysiert, um bei eventuellen Fehlentwicklungen Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Die Berichte dienen der Information des Aufsichtsrates und der Stadt Frankfurt am Main.

Die Geschäftsführung hat darüber hinaus Risikofelder identifiziert, die im Rahmen eines Risikomanagements für die einzelnen Geschäftsbereiche dokumentiert und überwacht werden, um Fehlentwicklungen zeitnah zu erkennen.



5. Aktionsplan

Tourismus Deutschland

5.1 Messen, Workshops und Akquisetermine

Internationale Tourismus Börse (ITB)

www.itb-berlin.com

Veranstaltung:	Fachbesucher- und Endverbrauchermesse
Ort:	Berlin
Datum:	09. – 13.03.2016
Reichweite:	weltweit
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse, Firmen
Besucher:	114.000 Fachbesucher und 60.000 Endverbraucher
Aussteller:	11.000
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	Unteranschießer aus Hotellerie und Incoming-Bereich am Stand der TCF (Kosten 1.150 €), Tourismusorganisationen und Unternehmen als Partner auf Anfrage

Mit über 170.000 Besuchern aus rund 185 Ländern, darunter 115.000 Fachbesuchern, ist die ITB die weltgrößte und wichtigste Messe der internationalen Tourismuswirtschaft. Für die TCF hat diese Messe zu Beginn des Jahres einen sehr hohen Stellenwert. Sie richtet sich primär an Reiseveranstalter, Reisemittler sowie Journalisten und am Wochenende an Endverbraucher.

Die ITB Berlin ist eine optimale Plattform für neue Kundenkontakte sowie zur Intensivierung bestehender Kontakte. Der „Virtual Market Place“ auf der Website der ITB dient als Informations- und Kommunikationsplattform und stellt ganzjährig aktuelle Informationen zu allen Ausstellern und ihren Angeboten zur Verfügung. Zudem können darüber gezielt Termine für die ITB geplant und vereinbart werden.

Die HA Hessen Agentur GmbH wird gemeinsam mit der Region Frankfurt Rhein-Main ab 2016 mit einem neuen Messestand auftreten. Ein modernes frisches



Standkonzept soll die einzigartige Vielfalt der touristischen Angebote der hessischen Destinationen vermitteln. Ziel ist die Darstellung des Landes Hessen und der Region Frankfurt Rhein-Main als traditionsreiche und gleichzeitig moderne Destination mit Zukunftsorientierung.

Die Präsentation des Landes Hessen und der Region Frankfurt Rhein-Main – weiterhin exklusiv in der Halle 7.2c – gliedert sich auch zukünftig in einen großzügigen Innenbereich, der ausschließlich für geladene Gäste und Fachpublikum reserviert ist, und einen offenen, informativen Außenbereich mit Destinations-Countern. Ein Schwerpunkt bei der Präsentation wird das Thema Kulinarik bilden.

Anschließer werden auf den Übersichtsplänen und im Messekatalog mit ihrem Firmennamen genannt und können sich an den frei zugänglichen Prospektständen mit Informations- und Verkaufsbroschüren präsentieren. Zudem haben sie die Möglichkeit, den Fachbesucherbereich des Standes für ihre individuellen Termine zu nutzen.

Die Abendveranstaltung, bei der sich rund 500 Gäste der Reisebranche zum Netzwerken treffen, findet voraussichtlich am zweiten Messetag statt.



CMT – Internationale Ausstellung für Caravan, Motor, Touristik

www.cmt-stuttgart.de

Veranstaltung:	Endverbrauchermesse
Ort:	Stuttgart
Datum:	16. – 24.01.2016
Reichweite:	Deutschland
Zielgruppe:	Endverbraucher
Besucher:	ca. 241.000
Aussteller:	2.000
Kontakt:	Vanessa Liebig Tel.: 069/21 23 76 05 liebig@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	über die HA Hessen Agentur GmbH

Die weltweit größte Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit ist für die gesamte Branche ein wichtiges Stimmungsbarometer. Mehr als 2.000 Aussteller aus 90 Nationen treffen auf ein kaufkräftiges Publikum auf der Suche nach neuen Reisezielen und neuen Urlaubsideen. Sonderreisetemen wie Fahrrad, Golf, Wellness, Kreuzfahrt und Kultur werden an beiden Wochenenden in eigenen Ausstellungsbereichen präsentiert. Dazu gibt es ein touristisches Rahmenprogramm sowie interessante Weiterbildungsmöglichkeiten für Fachbesucher in Form von Workshops, Vorträgen und Foren.

RDA-Workshop Friedrichshafen

Datum:	07. – 08.04.2016
Reichweite:	Deutschland, Österreich und Schweiz
Zielgruppe:	Busunternehmen, Gruppenreiseveranstalter, Fachpresse
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Germany Travel Mart (GTM)

www.germany-travel-mart.de

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	Magdeburg
Datum:	17. – 19.04.2016
Reichweite:	weltweit
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fachpresse
Besucher:	600 Fachbesucher
Aussteller:	340
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Der Germany Travel Mart ist die wichtigste touristische Incoming-Veranstaltung für das Reiseland Deutschland. Die Veranstaltung findet jährlich wechselnd in einer anderen Stadt statt. Bei dem mehrtägigen Workshop können sich rund 600 Reiseveranstalter, Reisebüroinhaber und Journalisten aus aller Welt bei den ca. 340 deutschen Ausstellern über die touristischen Angebote informieren. Zu den Ausstellern zählen neben Destinationen auch Leistungsträger, wie z. B. Hotels, Incoming-Agenturen oder Transportunternehmen.

Die TCF nimmt seit mehreren Jahren regelmäßig an dieser bedeutenden Veranstaltung teil und konnte dadurch gute Kontakte zur internationalen Reisebranche knüpfen.



Akquisetour Busveranstalter Baden-Württemberg

Veranstaltung:	eigens initiierte Akquisetour ansässiger Busveranstalter in Baden-Württemberg
Ort:	diverse Orte in Baden-Württemberg
Datum:	06. – 08.06.2016
Reichweite:	Deutschland, Schweiz
Zielgruppe:	Busunternehmen, Gruppenreiseveranstalter
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Die TCF plant die Durchführung einer Akquisetour durch verschiedene Orte in Baden-Württemberg. Ziel dieser Tour ist es, die eigenen Gruppenangebote in dem direkten Einzugsgebiet vor Busveranstaltern zu präsentieren und damit ein breiteres Bewusstsein für die Frankfurt-Angebote zu schaffen.

RDA-Workshop 2016

www.rda-workshop.de

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop für die Gruppentouristik
Ort:	Köln
Datum:	05. – 07.07.2016
Reichweite:	Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien, Niederlande, Luxemburg
Zielgruppe:	Busunternehmen, Gruppenreiseveranstalter, Fachpresse
Besucher:	11.000
Aussteller:	900
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	Anschließer am Gemeinschaftsstand (Kosten auf Anfrage)

Der RDA-Workshop ist Europas größte Bus- und Gruppentouristikmesse. Das Land Hessen, die Region Frankfurt Rhein-Main und die Stadt Wiesbaden präsentieren sich 2016 wieder gemeinsam den Fachbesuchern. Die Gestaltung des Standes basiert auf dem Konzept des auf der ITB eingesetzten Standes und gewährleistet eine visuelle Wiedererkennung. Auf einer Fläche von 100 m² werden zentrale Komponenten wieder aufgenommen. So arbeitet die Standkonzeption mit den gleichen emotionalen Motiven für Frankfurt am Main, die Rhein-Main-Region und das Land Hessen. Daneben präsentierten sich 2015 folgende Anschließer: Darmstadt, Fraport AG, Fulda, GrimmHeimat NordHessen, Daheim im Lorsbacher Thal Frankfurt, Nerobergbahn Wiesbaden, Rüdesheim Tourist AG, Seligenstadt und Städel Museum.

Für Partner, die im Gruppengeschäft tätig sind und neue Kontakte knüpfen oder bestehende vertiefen wollen, ist der Workshop sehr zu empfehlen.



Workshop mit busreisen.cc

Veranstaltung:	Bus- und Reisebüro-Workshop
Ort:	k. A.
Datum:	k. A.
Reichweite:	Deutschland
Zielgruppe:	Busunternehmen, Gruppenreiseveranstalter
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Die TCF plant die Durchführung einer Verkaufsreise in Zusammenarbeit mit busreisen.cc durch verschiedene Orte in Süddeutschland. Ziel dieser Tour ist es, die eigenen Gruppenangebote vor Busveranstaltern und Reisebüroleitern zu präsentieren und diese auch direkt verkaufen zu können.

Akquisetour Busveranstalter Nordrhein-Westfalen

Veranstaltung:	eigens initiierte Akquisetour ansässiger Busveranstalter in Nordrhein-Westfalen
Ort:	diverse Orte in Nordrhein-Westfalen
Datum:	27. – 29.09.2016
Reichweite:	Deutschland
Zielgruppe:	Busunternehmen, Gruppenreiseveranstalter
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Die TCF plant die Durchführung einer Akquisetour durch verschiedene Orte in Nordrhein-Westfalen.

DERPART-Programmpräsentation 2016

Veranstaltung:	firmeneigene Programmpräsentation
Ort:	Frankfurt am Main
Datum:	k. A.
Reichweite:	Deutschland
Zielgruppe:	Reisebüroleiter und -expedienten
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Auch in 2016 möchte das Unternehmen DERPART seine Programmpräsentation in Frankfurt am Main ausrichten. Bereits im vergangenen Jahr unterstützte die TCF das Unternehmen mit einem individuellen Rahmenprogramm zum Ende der Veranstaltung. Eine engere Zusammenarbeit wird angestrebt, sodass auch zukünftige Programmpräsentationen in Frankfurt am Main abgehalten werden und sich weitere Kooperationsmöglichkeiten ergeben.

Broschürenservice erfolgt auf folgenden Messen:

- Dresdner ReiseMarkt
- Reisen Hamburg
- f.re.e. München
- Freizeit Messe Nürnberg
- Reiselust Bremen
- Touristik & Caravanning Leipzig

Tourismus Europa



Germany Travel Show London (GTS)

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	London
Datum:	11. – 12.02.2016
Reichweite:	Großbritannien
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fachpresse
Besucher:	120 Fachbesucher
Aussteller:	50
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Großbritannien stellt mit über 299.000 Übernachtungen in 2014 nach wie vor den zweitwichtigsten Auslandsmarkt für Frankfurt am Main dar und wird somit von der TCF als Primärmarkt eingestuft.

Die Germany Travel Show ist der einzige deutschlandbezogene Workshop in Großbritannien mit ca. 50 deutschen Ausstellern und 120 Fachbesuchern. Zum ersten Mal wird er aufgrund der sehr guten Resonanz auf zwei Tage ausgeweitet. Die Veranstaltung zeugt von einer hohen Qualität und macht die GTS damit zur wichtigen Plattform, um Kontakte zur britischen Reisebranche und Fachpresse zu knüpfen.

Martinengo Press Workshop

Veranstaltung:	Presseworkshop
Ort:	Mailand
Datum:	Frühjahr und Sommer 2016
Reichweite:	Italien
Zielgruppe:	Fach- und Endverbraucherpresse
Besucher:	jeweils ca. 30 Journalisten
Aussteller:	jeweils ca. 10
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Italien zählt mit einem Übernachtungsvolumen von mehr als 151.000 in 2014 zu den bedeutendsten Sekundärmärkten und wird deshalb intensiv bearbeitet. Unterstützt wird die TCF hierbei von einer Presseagentur, die regelmäßig Presseworkshops mit Vertretern qualitativ hochwertiger Fach- und Endverbrauchermedien durchführt.

In 2016 werden wieder zwei Workshops in Mailand stattfinden, an denen die TCF teilnimmt, um persönliche Gespräche mit den Journalisten zu führen und ihnen die Neuigkeiten in Frankfurt am Main, insbesondere aus den Bereichen Events, Kultur und Gastronomie, präsentieren zu können.



Türkei Roadshow Frankfurt Rhein-Main

Veranstaltung:	Joint-Präsentationen mit Airline
Ort:	Istanbul, Bursa, Izmir
Datum:	Ende April/Anfang Mai
Reichweite:	Türkei
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisebüros
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Aufgrund von steigenden Übernachtungszahlen in 2014 mit rund 54.820 Übernachtungen (+ 6,05 %) wird die TCF auch 2016 auf dem türkischen Markt präsent sein. In Kooperation mit der Fraport AG und einer Airline sowie dem türkischen Reiseverband TURSAB wird die TCF die Städte Istanbul, Bursa und Izmir bewerben.

Izmir ist die drittgrößte Stadt in der Türkei, Bursa die viertgrößte Stadt. Es bestehen tägliche Direktverbindungen mit dem Flugzeug von Izmir nach Frankfurt am Main.

Deutschland-Workshop Paris

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	Paris
Datum:	Herbst 2016
Reichweite:	Frankreich
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse
Besucher:	150 Fachbesucher
Aussteller:	45
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	ja

Der Deutschland-Workshop in Paris findet jährlich statt und ist eine wichtige Plattform zur Kontaktaufnahme mit französischen Vertretern der Reisebranche und Presse. Insbesondere die gute Erreichbarkeit von Frankfurt am Main durch direkte Zug-, Bus- und Flugverbindungen spielt hierbei eine große Rolle und erhöht die Attraktivität als Städtereiseziel.

Der französische Markt weist kontinuierlich steigende Übernachtungszahlen auf und stellt mit über 123.000 Übernachtungen in 2014 einen der wichtigsten europäischen Quellmärkte dar.



PR-Workshop Städtereisen, Niederlande

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	vrs. Amsterdam
Datum:	vrs. 20.09.2016
Reichweite:	Niederlande
Zielgruppe:	Medienvertreter
Besucher:	noch offen
Aussteller:	noch offen
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Das Thema Städtereisen gewinnt bei den niederländischen Reisenden immer mehr an Bedeutung und wird deshalb im Jahr 2016 gezielt angesprochen. Gemeinsam mit anderen deutschen Städten wird sich Frankfurt am Main an der umfassenden Städte- und Kulturkampagne der Deutschen Zentrale für Tourismus beteiligen, die u. a. einen Presse-Workshop beinhaltet.

Die Niederlande zählen für Frankfurt am Main mit über 93.000 Übernachtungen in 2014 zu den bedeutenden europäischen Quellmärkten. Die räumliche Nähe und geringe Sprachbarriere spielen hierbei eine wichtige Rolle.



DZT-Roadshow Russland

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	St. Petersburg, Moskau und eine weitere Stadt
Datum:	Oktober 2016
Reichweite:	Russland
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Medienvertreter
Besucher:	rund 70 Fachbesucher pro Workshop
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	ja

Die Roadshow in Russland wird jährlich von der Deutschen Zentrale für Tourismus angeboten. Bisher wurde in folgenden Städten geworben: Moskau, St. Petersburg, Jekaterinburg, Samara, Kazan, Rostow am Don, Novosibirsk und Kiew (Ukraine).

Russland ist für Frankfurt am Main trotz der angespannten politischen Lage weiterhin ein Zukunftsmarkt und verzeichnete 2013 ein Übernachtungsvolumen von rund 93.400 Übernachtungen (+ 12 %). Seit Januar 2014 ist jedoch ein stetiger Rückgang zu verzeichnen. Von Januar bis Juni 2015 zählte Frankfurt am Main rund 34.300 Übernachtungen mit einem Minus von 21,98 %. In 2016 plant die TCF zusammen mit der Fraport AG eine exklusive Präsentation in Moskau, um dem derzeitigen Trend entgegenzuwirken.

Zu den zu bewerbenden Themen zählen u. a. Shopping und Medizintourismus. Eine spezielle Gesundheitsbroschüre für Frankfurt Rhein-Main, die die TCF plant, wird auch in russischer Sprachfassung vorliegen.



Meet Germany

Veranstaltung:	Workshopreihe
Ort:	Barcelona, Madrid
Datum:	Oktober 2016
Reichweite:	Spanien
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse
Besucher:	ca. 250 Fachbesucher
Aussteller:	ca. 30
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	ja

Spanien ist für Frankfurt am Main einer der wichtigsten europäischen Märkte. Nach Einbrüchen durch die dortige Wirtschaftssituation verzeichnet der Markt jedoch seit Mitte letzten Jahres wieder Zuwächse und auch im ersten Halbjahr 2015 sind die Übernachtungszahlen mit rund 73.400 wieder gestiegen, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sind dies 15,75 %.

Die Meet Germany-Roadshow wird jährlich von der DZT in Spanien organisiert. Eingeladen werden Reiseveranstalter und -büros sowie Journalisten. Die Workshops bieten eine hervorragende Plattform, um in den beiden wichtigsten Städten Spaniens Kontakte zu den einflussreichsten Reiseveranstaltern, -agenten und Medien zu intensivieren.

ETOA Global European Marketplace (GEM)

	www.etoa.org
Veranstaltung:	Workshop mit Reiseveranstaltern (ETOA-Mitglieder)
Ort:	London
Datum:	Oktober 2016
Reichweite:	weltweit
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen
Besucher:	ca. 350
Aussteller:	ca. 150
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Der jährlich stattfindende ETOA Global European Marketplace (GEM) ist ausschließlich Mitgliedern der ETOA vorbehalten. Er findet jeweils im Vorfeld des World Travel Market (WTM) in London statt. Zur Vorbereitung der Veranstaltung werden gezielt Termine mit Reiseveranstaltern vereinbart, die Programme in Europa anbieten oder planen und Informationen von Destinationen oder touristischen Leistungsträgern suchen.

Die TCF ist seit 2008 Mitglied der ETOA und wird infolgedessen im Jahr 2016 erneut am größten Zusammenkommen des Verbandes teilnehmen, um gezielt Kontakte zu Reiseveranstaltern zu knüpfen.



World Travel Market (WTM)

www.wtmlondon.com
Veranstaltung: Fachbesuchermesse
Ort: London
Datum: November 2016
Reichweite: weltweit
Zielgruppe: Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse
Besucher: 30.000
Aussteller: 5.000
Kontakt: Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit: ja

Der WTM ist nach der ITB die bedeutendste touristische Fachveranstaltung weltweit. Er gilt als Plattform für die weltweite Reiseindustrie. Vor allem Fachbesucher der Primärmärkte Großbritannien, USA und Arabien sowie der asiatischen Quellmärkte sind auf dem WTM stark vertreten.

Jährlich präsentieren ca. 45 deutsche Aussteller die aktuellen Deutschlandprodukte am gemeinsamen DZT-Stand. Die TCF nimmt seit mehreren Jahren kontinuierlich am WTM teil, dessen Bedeutung als sehr hoch eingeschätzt wird.

Sales Calls Italien

Veranstaltung: Sales Calls
Ort: noch offen
Datum: noch offen
Reichweite: Italien
Zielgruppe: Reiseveranstalter
Kontakt: Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit: nein

Neben den regelmäßigen Veranstaltungen für die italienische Presse wird die TCF in 2016 auch Sales Calls in Italien organisieren, um den Reiseveranstaltern die neuen Produkte und Angebote zu präsentieren.

Trotz eines leichten Rückgangs von 1,1 % in den Übernachtungszahlen 2014 stellt Italien weiterhin mit fast 98.000 Übernachtungen im ersten Halbjahr 2015 (+ 19,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) den zweitwichtigsten europäischen Quellmarkt dar und wird deshalb intensiv bearbeitet.



Sales Calls Skandinavien

Veranstaltung:	Sales Calls
Ort:	noch offen
Datum:	noch offen
Reichweite:	Schweden, Dänemark
Zielgruppe:	Reiseveranstalter
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	auf Anfrage

Veranstaltung Schweiz

Veranstaltung:	noch offen
Ort:	noch offen
Datum:	noch offen
Reichweite:	Schweiz
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisebüros
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	auf Anfrage

Die skandinavischen Länder werden für Frankfurt am Main als Tertiärmärkte eingestuft und dementsprechend bisher nur gering bearbeitet. Im Jahr 2015 wurden gemeinsam mit der Rudesheim Tourist AG und der Köln-Düsseldorfer Rheinschiffahrt AG erstmals Sales Calls durchgeführt, um die Region und insbesondere Frankfurt am Main als attraktives Städtereiseziel vorzustellen. Die Gespräche mit den Reiseveranstaltern wurden als positiv bewertet, da viele Fragen persönlich geklärt und Tipps zu Reiseprogrammen gegeben werden konnten. Es hat sich auch gezeigt, dass Frankfurt am Main in den skandinavischen Ländern als Reisedestination noch relativ unbekannt und damit noch großes Potenzial vorhanden ist. Aufgrund dessen werden die Märkte auch in 2016 erneut mithilfe von Sales Calls bearbeitet.

Der Schweizer Markt ist mit über 123.000 Übernachtungen und einem Zuwachs von 8,5 % in 2014 als wichtiger Sekundärmarkt einzustufen. Frankfurt am Main stellt aufgrund direkter Zugverbindungen, eines guten Preis-Leistungs-Verhältnisses und des vielfältigen kulturellen Angebots ein attraktives Städtereiseziel dar.

Gemeinsam mit Kooperationspartnern wird im Jahr 2016 eine Veranstaltung organisiert, um die Expendienten von Schweizer Reiseveranstaltern und -büros über die Destination zu informieren.



Sales Calls Belgien

Veranstaltung:	Sales Calls
Ort:	noch offen
Datum:	noch offen
Reichweite:	Belgien, evtl. Niederlande
Zielgruppe:	Reiseveranstalter
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	auf Anfrage

Belgien zählt für Frankfurt am Main mit mehr als 49.000 Übernachtungen in 2014 zu den europäischen Sekundärmärkten. Die räumliche Nähe und geringe Sprachbarriere spielen hierbei eine wichtige Rolle. Insbesondere der Weihnachtsmarkt zieht jährlich viele Touristen aus dem Nachbarland an.

In 2016 sind erneut Sales Calls bei Reiseveranstaltern geplant, um Kooperationsmöglichkeiten zu vereinbaren und die Stadt Frankfurt am Main verstärkt als eine Reisedestination zu vermarkten. Die Sales Calls werden voraussichtlich mit weiteren Partnern der Region durchgeführt, um so auch die Attraktivität der Region Frankfurt Rhein-Main mit abwechslungsreichen und sich ergänzenden Angeboten zu präsentieren.

Tourismus Übersee



Outbound Travel Workshop

Veranstaltung:	Workshop
Ort:	Indien
Datum:	13. – 21.01.2016
Reichweite:	Mumbai, Bangalore, Chennai, Delhi
Zielgruppe:	Reiseveranstalter und Medien
Besucher:	rund 100
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Die Roadshow durch die vier wichtigen Städte Mumbai, Bangalore, Chennai und Delhi wird durch einen erfahrenen indischen Veranstalter organisiert. In jeder Stadt präsentieren sich die Partner während eines Tages-Workshops und bei einem Cocktail-Abend. Der B2B-Travel-Workshop lädt indische Touristiker ein, die im Bereich Outbound-Tourismus tätig sind.

Der indische Markt gilt als Zukunftsmarkt mit einem Übernachtungsvolumen von rund 66.000 Übernachtungen in 2014. Dieser positive Trend setzt sich auch in 2015 (Januar bis Juni) fort mit 75.130 Übernachtungen, einem Plus von 27 %.



Dallal Fi Almania

Veranstaltung:	Roadshow
Ort:	voraussichtlich Saudi-Arabien, Kuwait, Dubai, Abu Dhabi
Datum:	Februar 2016
Reichweite:	arabische Golfstaaten
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse, Firmen
Besucher:	ca. 150 pro Workshop
Aussteller:	15
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	auf Anfrage

Der arabische Markt verzeichnet in den vergangenen Jahren ein kontinuierliches Wachstum. 2014 schloss er mit einem Zuwachs von 32,21 % auf 230.400 Übernachtungen ab und ist für die TCF damit inzwischen einer der wichtigsten Primärmärkte. Von Januar bis Juni 2015 wurden 92.300 Übernachtungen generiert.

Die Golfstaaten-Roadshow der Deutschen Zentrale für Tourismus ist eine ideale Plattform zur Pflege und Intensivierung schon bestehender sowie zur Akquise neuer wichtiger Kontakte auf dem arabischen Markt. Die Veranstaltungen bestehen aus einem dreistündigen Workshop mit Deutschlandpräsentation. Die TCF wird ihre Aktivitäten in diesem Markt 2016 weiterhin intensivieren und wieder an der Roadshow teilnehmen.



Arabian Travel Market

www.arabiantravelmarket.com

Veranstaltung:	Messe
Ort:	Dubai
Datum:	09. – 12.05.2016
Reichweite:	arabische Golfstaaten
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse, Firmen
Besucher:	ca. 22.000
Aussteller:	ca. 2.300
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

Der Arabian Travel Market (ATM) ist eine Reise- und Tourismusmesse, die das Geschäftspotenzial im Mittleren Osten und ganz Arabien für Profis im Inbound- und Outbound-Tourismus erschließen soll.

Tourismusdestinationen aus der ganzen Welt präsentieren eine breit gefächerte Auswahl an touristischen Angeboten. Der ATM ist eine gute Ergänzung zur arabischen Roadshow, da hier auch Kunden aus dem besonders wichtigen und buchungsstärksten Markt, Saudi-Arabien, anzutreffen sind. Die TCF wird daher auch 2016 mit weiteren deutschen Partnern in Form eines Deutschland-Gemeinschaftsstandes auf dem ATM auftreten.

Home Based Travel Agent Forum

Veranstaltung:	Messe/Workshop
Ort:	Tampa
Datum:	03. – 05.10.2016
Reichweite:	USA
Zielgruppe:	Reisemittler, Reiseagenten
Besucher:	ca. 1.200
Aussteller:	ca. 200
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Die USA stellen mit rund 511.572 Übernachtungen in 2014 für Frankfurt am Main nach wie vor den wichtigsten Auslands-Quellmarkt dar. Um ergänzend zur USTOA-Konferenz, die sich auf die größten Reiseveranstalter konzentriert, auch die Reiseagenten zu erreichen, nimmt die TCF seit 2014 in Kooperation mit weiteren deutschen Partnern am Home Based Travel Agent Forum teil.

Die B2B-Messe bietet Destinationen und Dienstleistern die Möglichkeit sich den bedeutendsten amerikanischen Reisebüros und der in den USA wichtigsten Gruppe der sogenannten „Home based Travel Agents“ zu präsentieren. Das Forum beinhaltet einen zweitägigen B2B-Workshop sowie Roundtables, bei denen ausgewählte Destinationen zusätzlich einem interessierten Publikum ihr Produkt sowie Networking-Events vorstellen können.



Sales Calls Japan

Veranstaltung:	Akquisebesuche
Ort:	Tokio
Datum:	noch offen
Reichweite:	Japan
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

Der japanische Markt ist für Frankfurt nach wie vor ein wichtiger Übersee-Markt. Auf hohem Niveau hat Japan mit 171.200 Übernachtungen und mit über 5 % Zuwachs 2014 wieder im Plus abgeschlossen. Auch das erste Halbjahr 2015 verzeichnete Zuwächse (11,6 %) mit über 80.000 Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Da die von der DZT organisierte Roadshow nur im zweijährigen Turnus stattfindet, plant die TCF 2016 Sales Calls in Tokio, um auf diesem wichtigen Markt präsent zu bleiben.



Airline-Event mit Fraport

Veranstaltung:	Joint-Präsentation mit Airline
Ort:	noch offen
Datum:	erste Jahreshälfte 2016
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Medienvertreter
Besucher:	20 Fachbesucher
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

In Kooperation mit der Fraport AG und einem Airline-Partner soll ein neuer Zukunftsmarkt für Frankfurt am Main und die Region Rhein-Main bearbeitet werden.

Zum eingeladenen Personenkreis zählen neben Reiseveranstaltern und Reisebüros auch Fachjournalisten. Die Joint-Präsentation findet in einem Hotel statt.

Anfang 2016 entscheidet sich die TCF zusammen mit Fraport, welcher neue Zukunftsmarkt mit einer kooperierenden Airline bearbeitet wird.



Destino Alemanha

Veranstaltung:	Workshop, Roadshow
Ort:	São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte
Datum:	September 2016
Reichweite:	Brasilien
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fachpresse
Besucher:	ca. 160 pro Stadt
Aussteller:	ca. 15
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Die von der Deutschen Zentrale für Tourismus organisierte Roadshow „Destino Alemanha“ findet jährlich im Herbst in São Paulo und ein bis zwei weiteren wirtschaftlichen Ballungszentren Brasiliens statt. Die TCF wird auch 2016 wieder an dieser für den südamerikanischen Markt einzigen Roadshow teilnehmen.

Die Veranstaltungen setzen sich jeweils aus einer Pressekonferenz, in der sich die teilnehmenden Destinationen persönlich präsentieren, und einem darauf folgenden Workshop zusammen. Während des Workshops haben die eingeladenen Reiseveranstalter und Reiseagenten Gelegenheit, gezielte Fragen zu der jeweiligen Destination zu stellen und Informationsmaterial zu erhalten. Zeitgleich zum Workshop finden außerdem Seminare zu den einzelnen Destinationen statt. Den Abschluss bildet ein Networking-Dinner.



China Roadshow Frankfurt Rhein-Main

Veranstaltung:	Sales Calls, Präsentationen
Ort:	Beijing, Xi'an und eine weitere Stadt
Datum:	31.10. – 04.11.2016
Reichweite:	VR China
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Airlines, Fachpresse
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

In Kooperation mit Fraport, Wiesbaden Marketing und der Region plant die TCF, Sales Calls in Beijing, Xi'an und einer weiteren Stadt durchzuführen.

Gezielt werden Touristiker über Reisebausteine und Shopping-Möglichkeiten informiert. Xi'an ist die Hauptstadt der chinesischen Provinz Shaanxi. Der Flughafen in Xi'an – mit einer Fraport-Beteiligung von 24,50 % – verzeichnete in der ersten Jahreshälfte 2015 rund 15,7 Mio. Passagiere (+ 15,3 %). Präsentationen mit touristischen Fachmedien sind ebenso geplant.

Die VR China ist der wichtigste Quellmarkt in Asien mit einer dynamischen Entwicklung. Für das Jahr 2020 wird ein Übernachtungsvolumen von 2,2 Mio. für Deutschland prognostiziert. Auch für Frankfurt am Main hat sich die VR China zum zweitwichtigsten Übersee-Markt mit einem Übernachtungsvolumen im Zeitraum Januar bis Juni 2015 von 131.010 (+ 41,40 %) entwickelt und wird in den kommenden Jahren der Motor für die globale Reiseindustrie werden.



Korea Roadshow Frankfurt Rhein-Main

Veranstaltung:	Joint-Präsentationen mit Airline, Sales Calls
Ort:	Seoul, Busan
Datum:	07. – 11.11.2016
Reichweite:	Südkorea
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Airlines, Fachpresse
Besucher:	rund 50
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

Im Anschluss an die China Roadshow Frankfurt Rhein-Main planen die Kooperationspartner eine Roadshow in Südkorea in den Städten Seoul und Busan. Busan ist zweitgrößte Stadt in Südkorea, wohlhabender Küstenort und prosperierende Industriestadt.

Südkorea ist für Frankfurt am Main und weiteren hessischen Reisezielen wie z. B. die Märchenstraße ein Wachstumsmarkt mit einem Zuwachs von 10,40 %, bei 109.906 Übernachtungen in 2014. Infolge der jährlichen Marktbearbeitung konnten die Übernachtungszahlen kontinuierlich gesteigert werden. Auch in 2015 (Januar bis Juni) hält dieser positive Trend an mit 60.342 Übernachtungen, einem Plus von 13,87 %.

Kulturgeschichte und Musikthemen sind in Südkorea besonders bei Reiseprogrammen beliebt. Presstexte in koreanischer Sprachfassung sind wichtig bei der Marktbearbeitung.



USTOA Annual Conference 2016

Veranstaltung:	Workshop mit Reiseveranstaltern (USTOA-Mitglieder)
Ort:	Scottsdale
Datum:	06. – 09.12.2016
Reichweite:	USA
Zielgruppe:	Reiseveranstalter
Besucher:	ca. 500
Aussteller:	ca. 350
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Die jährlich im Dezember stattfindende United States Tour Operator Association (USTOA-) Konferenz ist ausschließlich Mitgliedern vorbehalten und ist kein Workshop im klassischen Stil, sondern eine Veranstaltung für den Aufbau und die Pflege eines intensiven Netzwerks zu amerikanischen Reiseanbietern. Zur Vorbereitung werden gezielt Termine mit Veranstaltern vereinbart, die dann in Vieraugen-gesprächen stattfinden. Am Vorabend des Workshops findet eine Networking-Veranstaltung statt, während der dreitägigen Konferenz werden außerdem Seminare zu verschiedenen aktuellen Themen der Reisebranche abgehalten.

Seit 2009 ist die TCF Mitglied bei der USTOA und plant auch für 2016 wieder die Teilnahme an der Jahreskonferenz, um gezielte Kontakte zu den bedeutendsten amerikanischen Reiseveranstaltern zu knüpfen und zu intensivieren.





Tagungs- und Kongressmarkt



IMEX

www.imex-frankfurt.de

Veranstaltung:	Fachmesse für den Kongress- und Incentivebereich
Ort:	Frankfurt am Main
Datum:	19. – 21.04.2016
Reichweite:	weltweit
Zielgruppe:	professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentiveveranstalter, Reisebüros, Agenturen, Firmen, Verbände, Fachpresse
Besucher:	9.000 Fachbesucher
Aussteller:	über 3.500 insgesamt, max. 14 Unteranschießer am Stand Frankfurt Rhein-Main
Kontakt:	Jutta Heinrich Tel.: 069/21 23 03 96 heinrich@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

Die internationale Fachmesse IMEX, die größte europäische Fachmesse für den deutschen und internationalen Markt im Bereich Kongresse, Tagungen und Incentives, findet seit 2003 erfolgreich in Frankfurt am Main statt und erfreut sich seitdem steigender Aussteller- und Besucherzahlen (3.500 Aussteller). Rund 9.000 Besucher, darunter fast 4.000 Hosted Buyers, kamen 2015 zur Messe und tauschten

sich in mehr als 62.000 individuellen Terminen, Stand-Präsentationen und Gruppen-Treffen aus oder nahmen am Seminarprogramm teil.

Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) organisierte 2015 einen Frankfurt Rhein-Main-Stand auf 99 m² mit dem Hauptpartner Messe Frankfurt sowie 14 weiteren ortsansässigen Partnern und der Region Frankfurt Rhein-Main. Zusammen mit der Frankfurter Destination Management Company cornerstone meetings gmbh und der Frankfurter Hotellerie führte das FCB zudem eine Pre-IMEX-Frankfurt-Tour durch, um 30 internationalen Hosted Buyers aus der ganzen Welt die Destination Frankfurt am Main näherzubringen. Spielerisch konnten die Gäste im Rahmen einer Rallye die Stadt erkunden. Auch kostenfreie Stadtrundfahrten und Rundgänge wurden den Ausstellern und Besuchern der IMEX angeboten. Wie in den vergangenen Jahren war die IMEX erneut für das FCB sehr erfolgreich.

2016 wird es wieder eine Pre-IMEX-Frankfurt-Tour und einen Frankfurt Rhein-Main-Stand geben, um gemeinsam für die Destination zu werben und die Bedeutung der Messe für Stadt und Region zu unterstreichen. Der Stand wird wieder über das FCB in Kooperation mit der Messe Frankfurt organisiert und mit einem neuen Standdesign und -konzept auf die Tagungsdestination Frankfurt Rhein-Main aufmerksam machen.



B2B Destination Workshop, London

www.moulden-marketing.co.uk

Veranstaltung:	Workshop für Fachbesucher aus Großbritannien
Ort:	London
Datum:	28.01.2016
Reichweite:	Großbritannien
Zielgruppe:	Firmen, Verbände, Agenturen
Besucher:	rund 90
Aussteller:	über 50
Kontakt:	Kirsten Bialonski Tel.: 069/21 24 51 81 bialonski@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	wird noch bekannt gegeben, u. a. auch über das GCB

Dieser B2B-Workshop, der für Mitglieder des German Convention Bureaus (GCB) in Kooperation mit dem britischen Veranstalter Moulden Marketing organisiert wird, bietet eine Plattform für einen aktiven Austausch zwischen britischen Kunden und europäischen Anbietern. Während der eintägigen Veranstaltung gibt es festgebuchte Termine, so dass die Aussteller mit zahlreichen Kunden Kontakte knüpfen können. Der Deutschlandbereich war in 2015 der größte Destinationsbereich. Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) war 2015 bei beiden Workshops vor Ort und berichtete über Neuigkeiten aus der Veranstaltungsdestination Frankfurt am Main.

Da der britische Markt für die Frankfurter Kongress- und Tagungsbranche einen der Hauptmärkte darstellt, wird sich das FCB 2016 erneut an diesem Workshop beteiligen.

Successful Meetings University – SMU International

www.successfulmeetings.com/Events/SMU-International/Home/

Veranstaltung:	Workshop für den Kongress- und Incentivebereich
Ort:	New York City
Datum:	20. – 22.02.2016
Reichweite:	Kunden aus Nordamerika (überwiegend USA)
Zielgruppe:	international agierende professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentiveveranstalter, Reisebüros, Agenturen, Firmen, Verbände, Fachpresse
Besucher:	75
Aussteller:	75
Kontakt:	Jutta Heinrich Tel.: 069/21 23 03 96 heinrich@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Dieser Workshop richtet sich ausschließlich an Anbieter und Kunden, die international agieren. Die Anbieter müssen derzeit aktuelle internationale Anfragen vorweisen, um an dieser Veranstaltung teilnehmen zu dürfen, und die Kunden können sich nur für diesen weltweiten Workshop qualifizieren, wenn sie über aktuelle Eventanfragen verfügen, für die noch keine internationale Destination ausgewählt wurde. Im Rahmen des Workshops finden neben Seminaren vor allem intensive Gespräche in kleiner Runde statt. Abgerundet wird das Programm durch zahlreiche Networkingveranstaltungen. Das Frankfurt Convention Bureau wird aufgrund der stärkeren Bearbeitung des US-amerikanischen Marktes nach längerer Zeit erneut an dieser Veranstaltung teilnehmen.



M&I European Summer Forum

www.mi-forums.com

Veranstaltung:	Workshop für den Kongress- und Incentivebereich
Ort:	Madrid
Datum:	28.06. – 02.07.2016
Reichweite:	Europa, mit Schwerpunkt UK
Zielgruppe:	Meeting- und Eventplaner, professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentiveveranstalter
Besucher:	über 400
Aussteller:	rund 180
Kontakt:	Kirsten Bialonski Tel.: 069/21 24 51 81 bialonski@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	auf Anfrage

Das M&I European Summer Forum ist einer der wichtigsten Workshops für den europäischen Markt, bei dem europäische Anbieter und europäische Kunden zusammentreffen. Sowohl die Anbieter als auch die Kunden werden zunächst durch den Veranstalter qualifiziert und erst danach für diese fünftägige Veranstaltung zugelassen, bei der jeweils fest vereinbarte Gespräche geführt werden. 2015 präsentierte sich das Frankfurt Convention Bureau zusammen mit der Frankfurter Destination Management Company cornerstone meetings gmbh.

Eine Beteiligung für 2016 ist wieder geplant, da sich diese Form der Kundenveranstaltung als sehr erfolgreich erwiesen hat.



Event Destinations Roadshows innerhalb Deutschlands

www.event-destinations.com

Veranstaltung:	Location-Besichtigungstouren mit Fachbesuchermessen
Ort:	verschiedene deutsche Städte
Datum:	über das Jahr verteilt
Reichweite:	Deutschland
Zielgruppe:	Veranstaltungsplaner aus der Privatwirtschaft, öffentlichen Verwaltung und Agenturen (PCOs, DMCs, Incentive- und Eventagenturen), Fachpresse
Besucher:	100
Aussteller:	ca. 35
Kontakt:	Sandra Pause/Jasmin Seibel Tel.: 069/21 23 87 03 congress@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Die Event Destinations Roadshows finden seit über fünf Jahren erfolgreich in verschiedenen Städten Deutschlands statt. Das Veranstaltungsformat verbindet die Komponenten einer traditionellen Messe mit einer Location-Besichtigungstour. Zielgruppe sind Veranstaltungsplaner aus dem gesamten Bundesgebiet, die tagsüber Eventlocations und Kongress-hotels in der gastgebenden Stadt besichtigen und am späten Nachmittag im Rahmen der Ausstellung weitere Anbieter aus dem gesamten Bundesgebiet treffen. Das Frankfurt Convention Bureau wird an ausgewählten Event Destinations Roadshows als Partner der HA Hessen Agentur GmbH teilnehmen und beim Frankfurter Event, MEET FRANKFURT, wieder eng mit dem Veranstalter zusammenarbeiten.



IMEX America

www.imexamerica.com

Veranstaltung:	Fachmesse für den Kongress- und Incentivebereich
Ort:	Las Vegas
Datum:	18. – 20.10.2016
Reichweite:	USA, Kanada
Zielgruppe:	Meeting- und Eventplaner aus Unternehmen und Verbänden, professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentiveveranstalter, Fachpresse
Besucher:	7.000
Aussteller:	2.900
Kontakt:	Jutta Heinrich Tel.: 069/21 23 03 96 heinrich@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	Anschließer am Deutschlandstand, Buchung über die durchführende Agentur

Im Oktober 2016 wird die IMEX America zum sechsten Mal in Las Vegas stattfinden – ein Zeichen dafür, dass sich das Abbild der erfolgreichen Frankfurter Messe IMEX auf dem amerikanischen Markt fest etabliert hat und zu einer der bedeutendsten Messen der MICE-Branche auf diesem Markt zählt. Erwartet werden über 7.000 Fachbesucher aus Nordamerika. Am Hosted-Buyers-Programm werden rund 2.900 qualifizierte Kunden teilnehmen, die auf ebenso viele Aussteller treffen. Am deutschen Gemeinschaftsstand präsentierten sich 2015 auf einer rund 207 m² großen Fläche über 23 Partner. Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) war zusammen mit der Messe Frankfurt sowie weiteren Partnern aus der Region Frankfurt Rhein-Main vor Ort. Auch 2016 wird das FCB wieder dabei sein, da der amerikanische Markt als wichtigster Übersee-Quellmarkt von großer Bedeutung ist.



Locations Rhein-Main

www.locations-rhein-main.de

Veranstaltung:	regionale Fachbesuchermesse für außergewöhnliche Veranstaltungsräume und Event-Services
Ort:	Frankfurt am Main
Datum:	voraussichtlich Anfang November 2016
Reichweite:	Deutschland, Region Rhein-Main
Zielgruppe:	Firmen, professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentiveveranstalter, Eventagenturen, Fachpresse
Besucher:	750
Aussteller:	100 Aussteller, die über 100 Locations repräsentieren
Kontakt:	Mareike Kitz Tel.: 069/21 23 37 26 kitz@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	Anschließer der SINNI! Veranstaltungsagentur, Buchung über den Veranstalter

Diese verhältnismäßig kleine Messe hat sich als lokale MICE-Plattform in der Region fest etabliert und erfreut sich stetig wachsender Besucher- und Ausstellerzahlen. Nach dem Umzug aus der Alten Lokhalle in Mainz in den Congress Park Hanau im Jahr 2012 fand die Messe in 2015 zum ersten Mal in der Fraport Arena statt. Der Fokus dieser Messe liegt auf den außergewöhnlichen Veranstaltungsorten und Hotels der Rhein-Main-Region. Durch einen Vortrag des Frankfurt Convention Bureaus (FCB) über neue Locations werden Besucher auf den Stand und das Frankfurter Angebot aufmerksam gemacht. Das FCB wird auch 2016 wieder mit dem Veranstalter „SINNI!“ kooperieren und neben der Präsentation am Stand einen Vortrag über neue Locations in Frankfurt am Main halten.



ibtm world

www.ibtmworld.com

Veranstaltung:	Fachmesse für den Kongress- und Incentivebereich
Ort:	Barcelona
Datum:	29.11. – 01.12.2016
Reichweite:	Europa, USA, Asien
Zielgruppe:	professionelle Kongressveranstalter, (PCOs), Incentiveveranstalter, Reisebüros, Agenturen, Firmen, Verbände, Fachpresse
Besucher:	rund 8.700
Aussteller:	knapp 3.000
Kontakt:	Mareike Kitz Tel.: 069/21 23 37 26 kitz@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	Anschließer am Deutschlandstand, Buchung über die durchführende Agentur

Neben der IMEX bleibt die ibtm world, die bis 2014 den Namen EIBTM trug, eine der bedeutenden Messen für den MICE-Sektor. Insgesamt präsentierten sich den rund 8.700 Fachbesuchern in 2014 5.000 Aussteller aus 100 Ländern auf dem Messegelände der Fira Gran Via. Auf dem 500 m² großen Deutschlandstand wiederum warben 39 Aussteller für Deutschland als Kongress- und Tagungsdestination, und das Frankfurt Convention Bureau (FCB) war mit Congress Frankfurt/Messe Frankfurt Venue GmbH vor Ort vertreten.

Aufgrund der Bedeutung dieser Messe auch für den Standort Frankfurt am Main wird das FCB sich auch 2016 wieder am Deutschlandstand präsentieren.

5.2 Region Frankfurt Rhein-Main

Die gemeinsame touristische Vermarktung von Frankfurt Rhein-Main als Tourismus- und Kongressdestination erfolgt seit 2002 durch den Arbeitskreis Tourismus FrankfurtRheinMain, welcher im Rahmen der Regionalkonferenz gegründet wurde. Der Arbeitskreis Tourismus wird ehrenamtlich geleitet vom Geschäftsführer der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main, den Vorsitz hat der Landrat des Rheingau-Taunus-Kreises.

20 Partner gehören dem Arbeitskreis Tourismus an:

- Aschaffenburg
- Bad Homburg v. d. Höhe
- Bingen am Rhein
- Darmstadt
- Frankfurt am Main
- Fraport AG
- Hanau
- IHK Frankfurt am Main
- IHK Forum Rhein-Main
- Kreis Limburg-Weilburg
- Messe Frankfurt GmbH
- Odenwald Tourismus GmbH
- Rhein-Main-Verkehrsverbund
- Rheingau-Taunus-Kreis
- Rüdesheim Tourist AG
- Rüsselsheim
- Stadt und Kreis Offenbach
- Taunus
- Wetteraukreis
- Wiesbaden

Zu den Marketingmaßnahmen des Arbeitskreises Tourismus zählen neben den gemeinsamen Präsentationen auf den Leitmesen ITB (siehe Seite 39), IMEX (siehe Seite 57) und RDA (siehe Seite 41) auch weitere Tourismusmessen im Ausland.

Folgende Hauptquellmärkte hat der Arbeitskreis Tourismus dabei für die Region definiert: China, Niederlande, Österreich, USA und UK. Hinzu kommen nationale und internationale Presseaussendungen, Presse- und Studienreisen, Newsletter und Anzeigenschaltungen.



Messen, Workshops und sonstige Akquisebesuche

Vakantiebeurs Niederlande

www.vakantiebeurs.nl

Veranstaltung:	Fachbesucher- und Endverbrauchermesse
Ort:	Utrecht
Datum:	12. – 17.01.2016
Reichweite:	Niederlande
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse, Endverbraucher
Besucher:	ca. 117.000, davon 19.000 Fachbesucher
Aussteller:	1.400
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Deutschland hält in den Niederlanden konsequent die Rolle der führenden Reisedestination. Die wichtigste nationale Tourismusmesse kann als Plattform genutzt werden, um Endverbraucher und Fachbesucher über neue Produkte zu informieren und die Attraktivität und Vielseitigkeit der Region Frankfurt Rhein-Main darzustellen. Die Region Frankfurt Rhein-Main wird im Rahmen der Hessen-Kooperation an der Messe teilnehmen.



FERIEN-Messe, Österreich

Veranstaltung:	Messe
Ort:	Wien
Datum:	13. – 17.01.2016
Reichweite:	Österreich, Südosteuropa
Zielgruppe:	Reiseveranstalter und Reisebüros, Fach- und Tagespresse, Endverbraucher
Besucher:	knapp 150.000 Endverbraucher
Aussteller:	750
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja (Prospektservice)

Die FERIEN-Messe in Wien ist die führende Publikumsmesse für Tourismus in Österreich, auf der sich neben Endverbrauchern auch Reisejournalisten und Reisebüros aus Österreich und Entscheider aus Südosteuropa treffen. Die TCF besucht diese Messe für die Region Frankfurt Rhein-Main. Unter dem Dach der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) hat die Region einen Stand. Am Vorabend der Messe findet ein Deutschlandabend statt, der 2016 unter der DZT-Themenkampagne steht: „Faszination Natururlaub in Deutschland: Natur und Nationalparks.“

Der österreichische Markt ist aufgrund seiner geografischen Nähe zu Deutschland ein wichtiger Quellmarkt für Hessen und das Rhein-Main-Gebiet. Deutschland gehört zu den beliebtesten Auslandsreizezielen der Österreicher. Frankfurt am Main zählt in 2014 rund 84.720 Übernachtungen mit einem Plus von 10,99 %.

Fiets- en Wandelbeurs Niederlande

www.fietsenwandelbeurs.nl

Veranstaltung:	Endverbrauchermesse
Ort:	Utrecht
Datum:	20. – 21.02.2016
Reichweite:	Niederlande
Zielgruppe:	Endverbraucher
Besucher:	19.000
Aussteller:	500
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Die Fiets- en Wandelbeurs ist die wichtigste Aktivmesse der Niederlande mit den Schwerpunkten Wandern und Radfahren. Die Region Frankfurt Rhein-Main präsentiert hier im Rahmen der Hessen-Kooperation die vielfältigen Angebote aus diesen Bereichen.



ReisMarkt Duitsland

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	Amsterdam
Datum:	noch offen
Reichweite:	Niederlande
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Busunternehmen
Besucher:	ca. 100
Aussteller:	55
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Der ReisMarkt Duitsland ist ein Fachbesucherworkshop, der jährlich von der Deutschen Zentrale für Tourismus durchgeführt wird. Er bietet die Möglichkeit, in direkten Kontakt mit den Vertretern der niederländischen Reiseindustrie zu treten und so gezielt touristische Produkte zu vermarkten. Die Region Frankfurt Rhein-Main wird im Rahmen der Hessen-Kooperation an der Messe teilnehmen.

Germany Travel Mart (GTM)

Veranstaltung:	Fachbesucherworkshop
Ort:	Magdeburg
Datum:	17. – 19.04.2016
Reichweite:	weltweit
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fachpresse
Besucher:	600 Fachbesucher
Aussteller:	340
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	nein

Der Germany Travel Mart (GTM) ist die wichtigste Incoming-Veranstaltung für das Reiseland Deutschland, die jährlich in einer anderen Stadt stattfindet. Jährlich wird die Region Frankfurt Rhein-Main über die Hessen-Kooperation mitpräsentiert.

So können Reiseexpedienten und Medienvertreter insbesondere aus den Niederlanden und Belgien über die touristischen Angebote der Destination informiert werden.



MLT University Trade Show

Veranstaltung:	Messe
Ort:	Minneapolis
Datum:	September 2016
Reichweite:	USA und Kanada
Zielgruppe:	Travel Agents
Besucher:	2.500
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Die MLT University ist eine Messe des Veranstalters MLT Vacations und findet seit mehr als 15 Jahren jährlich im September in Minneapolis statt. An drei Tagen informieren sich die Travel Agents aus den USA und Kanada über die MLT-Produkte. Vertreter verschiedener Destinationen haben die Möglichkeit, sich auf dieser Veranstaltung zu präsentieren. Die Region Frankfurt Rhein-Main nimmt zum ersten Mal an der MLT University teil und versucht dadurch, neue Kontakte zu erschließen.

Akquisebesuche und Telesales Großbritannien

Veranstaltung:	Akquisebesuche und Telesales
Ort:	Großbritannien
Datum:	noch offen
Zielgruppe:	Reiseveranstalter
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

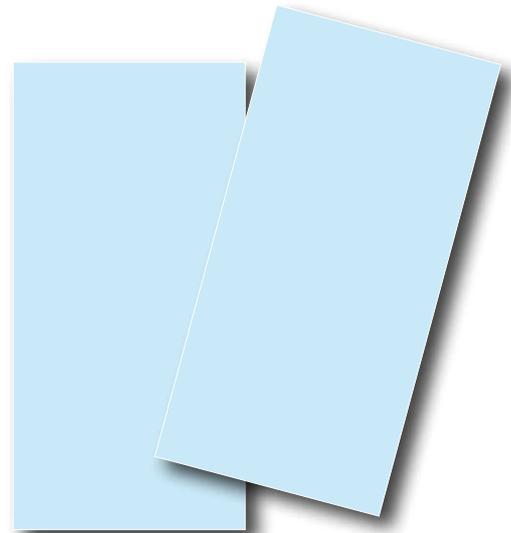
Um den für die Region wichtigen englischen Markt abzudecken und die Reiseveranstalter gezielter anzusprechen, plant der Arbeitskreis Tourismus FrankfurtRheinMain für 2016 erneut, einzelne Reiseveranstalter hinsichtlich der Destination und der einzelnen Produkte zu briefen. Dies wird in Form von Telesales und Akquisitionsbesuchen organisiert.

Großbritannien ist ein Hauptquellmarkt für Frankfurt Rhein-Main und soll kontinuierlich bearbeitet werden. Insbesondere der Erfolg bereits durchgeführter ähnlicher Maßnahmen in den vergangenen Jahren legt diese Aktion nahe.

Telesales und Webinare in den USA

Veranstaltung:	Telesales und Webinare
Ort:	USA
Datum:	noch offen
Zielgruppe:	Reiseveranstalter
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	nein

Der Arbeitskreis Tourismus FrankfurtRheinMain wird auch 2016 den für die Region wichtigen US-amerikanischen Markt abdecken. Der Hauptquellmarkt wird kontinuierlich bearbeitet, so werden einzelne Reiseveranstalter geschult in Form von Telesales und Webinaren. Hierbei werden die touristischen Angebote aus der Region Frankfurt Rhein-Main vorgestellt.



Produkte

■ www.frankfurt-rhein-main.de

Zielgruppe: Tourismusindustrie, Firmen, Endverbraucher, Kongress- und Incentiveorganisatoren

Leistungen: touristisches Informationsportal

Kooperationsmöglichkeiten: Bannerschaltung

Kontakt: Nina Cordt
Tel.: 069/21 23 03 95
cordt@infofrankfurt.de

Der Internetauftritt der Region dient als Plattform zur gemeinsamen touristischen Vermarktung der Städte und Landkreise in Frankfurt Rhein-Main und wurde 2015 einem Relaunch unterzogen. Der Veranstaltungskalender auf www.frankfurt-rhein-main.de erfreut sich bereits seit einigen Jahren großer Beliebtheit sowohl bei den Besuchern der Region als auch bei den Einwohnern. Die Nutzer finden wichtige Informationen zu Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten in der Region.

Publikationen

Informations-Broschüre Frankfurt Rhein-Main

Zielgruppe: Fachbranche, Endverbraucher

Sprache: deutsch/englisch

Auflage: noch offen

Format: DIN lang

Vertrieb: Tourist-Informationen in der Region Frankfurt Rhein-Main, Messen und Workshops weltweit

Erscheinungstermin: nach Bedarf

Anzeigenschaltung: ja

Anzeigenpreise: auf Anfrage

Kontakt: Nina Cordt
Tel.: 069/21 23 03 95
cordt@infofrankfurt.de

Die neue Informations-Broschüre Frankfurt Rhein-Main kombiniert die beiden bisherigen Broschüren, den Faltplan und die Image-Broschüre. Sie ist als faltbare DIN lang-Broschüre aufgebaut – handlich und leicht zu verstauen. Ziel dieser Broschüre ist es, den Besuchern einen allgemeinen Überblick über die Region Frankfurt Rhein-Main zu verschaffen. Kurztex te beschreiben die wichtigsten Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten der jeweiligen Städte und Regionen. Ein Pluspunkt ist der große übersichtliche Plan der gesamten Region.



**Veranstaltungskalender
„Highlights 2017 Frankfurt Rhein-Main“**

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	50.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen in der Region Frankfurt Rhein-Main, Messen und Workshops weltweit
Erscheinungstermin:	Dezember 2016
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	1/1-Seite: U4, 4c, 4.500 € 1/1-Seite: Innenseite, 4c 2.500 €
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Der Veranstaltungskalender „Highlights 2017 Frankfurt Rhein-Main“ beinhaltet die bedeutendsten Ereignisse aus unterschiedlichen Themenbereichen: von Ausstellungen, Ballett und Oper, Volksfesten und Festivals, besonderen Kinderangeboten über Messen, Konzerte und Bälle, Sportveranstaltungen bis hin zum Theater auf kleinen und großen Bühnen. Die Broschüre gibt einen erstklassigen Überblick über die breite Veranstaltungsvielfalt im Rhein-Main-Gebiet von Wiesbaden bis Aschaffenburg und richtet sich damit an die Einwohner in der Region sowie an Geschäftsreisende und Touristen.



Frankfurt am Main – Barrierefreies Reisen



5.3 Frankfurt am Main barrierefrei

Die TCF engagiert sich seit 2011 gezielt für Reisende mit Behinderung und deren Bedürfnisse. Anfangs standen insbesondere die Mitarbeiterschulungen sowie Sensibilisierungsmaßnahmen für Leistungsträger im Vordergrund. Im Bereich der Produktentwicklung wurden die TCF-Gästeführungen angepasst. Auch die Tourist-Informationen wurden barrierefrei umgebaut und verfügen nun über verschiedene Hilfsmittel, die für Gäste mit einer Behinderung notwendig sind. Im Jahr 2012 wurde erstmals eine umfangreiche Broschüre mit Informationen zur Barrierefreiheit des touristischen Angebots in Frankfurt am Main in deutscher und englischer Sprache herausgegeben. Diese Broschüre wurde 2014 aufgrund der hohen Nachfrage aktualisiert und neu aufgelegt (nur deutsche Sprache).

Zu den Marketingmaßnahmen zählen die umfassende Betreuung und Information von Fachpresse, Reiseveranstaltern und -büros sowie Endverbrauchern. Die TCF präsentiert ihre barrierefreien Angebote regelmäßig auf verschiedenen Fachmessen und -veranstaltungen.

Auch zukünftig steht die Angebotserweiterung und Bereitstellung von Informationsmaterial im Fokus. Zudem wird die Zusammenarbeit mit verschiedenen Leistungsträgern und regionalen Partnern sowie die Unterstützung und Umsetzung von themenbezogenen Veranstaltungen verstärkt. Ein Schwerpunkt in 2016 wird die Umsetzung des bundeseinheitlichen Kennzeichnungssystems sein.

- Referentin „Frankfurt am Main barrierefrei“:
Mareike Vöhl
Tel.: 069/21 23 03 98
barrierefrei@infofrankfurt.de

Messen

SightCity Frankfurt

www.sightcity.net

Veranstaltung:	Endverbrauchermesse
Ort:	Frankfurt am Main
Datum:	18. – 20.05.2016
Reichweite:	besonders Rhein-Main-Gebiet, aber auch weltweit
Zielgruppe:	Endverbraucher
Besucher:	4.000
Aussteller:	130
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 barrierefrei@infofrankfurt.de
Beteiligungs- möglichkeit:	ja

Die SightCity ist die größte Fachmesse für Hilfsmittel für blinde und sehbehinderte Menschen in Deutschland. Die Messe findet jährlich am Frankfurter Flughafen statt und richtet sich an Menschen mit Sehbehinderungen und deren Angehörige sowie Vertreter sozialer Einrichtungen.

Die internationalen Aussteller präsentieren Neuheiten insbesondere technischer Art. Vor Ort sind jedoch auch verschiedene Behindertenverbände, Freizeitanbieter und Spezialreiseveranstalter. Die TCF nimmt an der Messe teil, um ihre barrierefreien Angebote, insbesondere den Stadtrundgang „Frankfurt begreifen“ für Blinde und Sehbehinderte, zu bewerben.



REHACARE Düsseldorf

www.rehacare.de

Veranstaltung:	Fachbesucher- und Endverbrauchermesse
Ort:	Düsseldorf
Datum:	28.09. – 01.10.2016
Reichweite:	weltweit
Zielgruppe:	Reiseveranstalter, Reisemittler, Fachpresse, Endverbraucher
Besucher:	51.000
Aussteller:	900
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 barrierefrei@infofrankfurt.de
Beteiligungsmöglichkeit:	ja

Die jährlich stattfindende REHACARE ist die bedeutendste Fachmesse für Rehabilitation, Prävention, Inklusion und Pflege weltweit und richtet sich an Menschen mit Behinderung sowie Verantwortliche aus den Bereichen Wirtschaft, Medizin, Verbandswesen u. a. In dem speziellen Messebereich Reisen+ Mobilität präsentieren touristische Unternehmen ihre Produkte und barrierefreien Angebote.

Nach den erfolgreichen Teilnahmen in den Jahren 2012 und 2014 wird sich die TCF auch 2016 wieder auf der REHACARE mit einem Stand präsentieren und ihre Angebote für mobilitätseingeschränkte Gäste vorstellen.



Publikationen

Frankfurt am Main barrierefrei – Postkarte

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch, englisch
Auflage:	Nachdruck nach Bedarf
Format:	DIN A6
Vertrieb:	Tourist-Informationen Frankfurt, Messen und Workshops weltweit, Versand über die DZT-Auslandsvertretungen, Auslage bei Partnern und Leistungsträgern
Erscheinungstermin:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de

Die Postkarte weist mit ansprechenden Motiven auf die Unterseite „Frankfurt am Main barrierefrei“ der TCF-Homepage hin sowie auf die Broschüre. Bedruckt ist sie außerdem mit den Kontaktdaten der TCF, nach Bedarf auch in Braille-Schrift.

Die Postkarte kann auf Messen und Workshops sowie in den Tourist-Informationen und bei Partnern ausgelegt, vielfach verteilt und verschickt werden.



Frankfurt am Main – Reise-Planer in Leichter Sprache

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch
Vertrieb:	Tourist-Informationen Frankfurt, Messen und Workshops Deutschland, Versand an Spezialreiseveranstalter und Endverbraucher
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Mareike Vöhl Tel.: 069/21 23 03 98 voehl@infofrankfurt.de

Der Stadtführer „Reise-Planer in Leichter Sprache“ wurde gemeinsam mit dem Verein Lebenshilfe Main-Taunus nach den Grundsätzen der Leichten Sprache erstellt und enthält Informationen über touristische Sehenswürdigkeiten in Frankfurt am Main, speziell für Besucher mit einer Lernbehinderung oder Leseschwäche.



5.4 Presse- und Studienreisen

Einen wichtigen Bestandteil der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der TCF stellen Presse- und Studienreisen dar. Durch eigene Reiseerfahrungen gewinnen bzw. vertiefen die Teilnehmer (Journalisten bzw. Reisefachleute) persönliche Eindrücke von Frankfurt am Main und tragen so erheblich zur positiven Imagebildung im In- und Ausland bei.

Vor allem die Einladung von Kongressveranstaltern wirkt imagebildend. Vertreter aus Agenturen, Firmen und Verbänden werden vom Frankfurt Convention Bureau (FCB) und Frankfurt-Partnern zu Informationsreisen und Site-Inspections eingeladen, um die Vielfalt der Möglichkeiten vor Ort kennenzulernen. Außerdem bietet das FCB im Vorfeld der IMEX Meetingplanern die Möglichkeit, sich für eine Tour anzumelden, um die Stadt und die Region kennenzulernen. Im Rahmen von Kongressbewerbungen werden die Veranstalter nach Frankfurt am Main eingeladen, um die Möglichkeiten vor Ort besser einschätzen zu können.

Im Jahr 2015 wurden rund 200 nationale und internationale Journalisten bei ca. 70 Pressereisen sowie mehr als 500 Reisefachleute und Kongressveranstalter im Rahmen von Studienreisen intensiv betreut. Diese Reisen und Fam-Trips werden teilweise in Kooperation mit Partnern wie der Deutschen Zentrale

für Tourismus, dem German Convention Bureau, der Messe Frankfurt, der HA Hessen Agentur GmbH, der IMEX, den europäischen Staatsbahnen oder Fluglinien, Reiseveranstaltern, Fachmagazinen und teilweise in Eigeninitiative durchgeführt. Die Programme berücksichtigen dabei sowohl das saisonale Angebot der Stadt als auch die spezifischen Interessen der Zielgruppen. Die Durchführung dieser hochwertigen Presse- und Studienreisen ist ohne starke Partner in der Tourismusindustrie nicht realisierbar. Möglichkeiten für die Beteiligung an Journalisten- und Fachbesucherreisen bestehen insbesondere durch die Bereitstellung (kostenlos oder zu ermäßigten Preisen) von:

- Hotelzimmern
- Besichtigungstouren und Site-Inspections
- Bewirtung in Restaurants/Bars
- Ausflugsprogrammen (z. B. Schiffsrundfahrten)
- Veranstaltungstickets für Theater, Oper, Varieté
- Transfers (Velotaxi, Taxi, Busse)

Die TCF bietet in diesem Zusammenhang folgende Kooperationsleistungen an:

- Präsentation des Unternehmens im Rahmen des Studienreiseprogramms (z. B. Hausführung)
- Beilage von Prospektmaterial in die Begrüßungsmappen für die Gäste
- Nennung in begleitenden Pressetexten



■ **Studien- und Pressereisen aus Deutschland**

Nina Cordt

Tel.: 069/21 23 03 95

cordt@infofrankfurt.de

Elena Holschier-Rupprecht

Tel.: 069/21 24 30 10

rupprecht@infofrankfurt.de

■ **Studien- und Pressereisen aus dem Ausland**

(Aufteilung Auslandsmarketing nach Ländern
siehe Seite 104)

Dr. Annette Biener

Tel.: 069/21 23 55 15

biener@infofrankfurt.de

Jasmin Bischoff

Tel.: 069/21 23 41 37

bischoff@infofrankfurt.de

Mareike Vöhl

Tel.: 069/21 23 03 98

voehl@infofrankfurt.de



■ **Informationsreisen und Site-Inspections für
Kongressveranstalter**

Jutta Heinrich

Tel.: 069/21 23 03 96

heinrich@infofrankfurt.de



NETWORKING
PRÄSENTATIONEN
WORKSHOPS
FRANKFURTER TOURISMUSPREIS





5.5 Kommunikationsplattformen

Die TCF baut ihre Aktivitäten im Bereich der Kundenbindung permanent aus. Hierbei wird ein besonderer Schwerpunkt auf die Kommunikation mit den touristischen Leistungsträgern vor Ort gesetzt, um die Vernetzung untereinander zu fördern. Dadurch können Synergien besser erkannt und genutzt werden. Partnerhotels sowie Kooperationspartner werden zu Ausstellungen in der SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT, im Städel Museum und anderen Einrichtungen eingeladen. Mit diesen Veranstaltungen möchte die TCF die Multiplikatoren aus der Tourismusbranche mit dem Kulturangebot der Stadt vertraut machen und neue Programmanregungen liefern. Die TCF organisiert regelmäßig den Frankfurter Tourismustag als Forum für regionale Partner und Kunden. Die ganztägige Veranstaltung beinhaltet Vorträge, Präsentationen und Workshops zu aktuellen touristischen Themen am Standort Frankfurt am Main. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit zum gegenseitigen Kennenlernen, Erfahrungs- und Informationsaustausch.

Auf dem Tourismustag 2016 vergibt die TCF erneut den Frankfurter Tourismuspreis. Zusammen mit der IHK und der DEHOGA Frankfurt soll die Auszeichnung zeigen, wie wichtig die Bedeutung des Tourismus für die Stadt Frankfurt am Main ist, und die Branche motivieren weiter nach innovativen Ideen zu suchen. Die TCF ist zudem auf verschiedenen Social-Media-Plattformen aktiv. Dort werden Bilder, Texte, Videos und Neuigkeiten aus Frankfurt am Main sowie die weltweiten Marketingmaßnahmen der TCF veröffentlicht. Der User kann sich über diese Kanäle ein Bild



von der Stadt machen, findet touristisch attraktive Angebote und kann direkt mit der TCF Kontakt aufnehmen. Die von der TCF durchgeführten Feste und Veranstaltungen haben auf diesen Plattformen einen besonderen Stellenwert.

Social-Media-Kanäle der TCF:

- www.facebook.com/inf frankfurt
- www.youtube.com/visit frankfurt
- www.scribd.com/visit frankfurt
- www.twitter.com/inf frankfurt (Deutsch/German)
- www.twitter.com/visit frankfurt (Englisch/English)
- www.twitter.com/meet frankfurt (Frankfurt Convention Bureau)
- www.weibo.com/frankfurt tourism (Chinesisch/Chinese)
- WeChat: Frankfurt (Chinesisch/Chinese)
- LinkedIn: www.linkedin.com/company/frankfurt-convention-bureau-frankfurt-tourist-congress-board

MUSE|UMS|UFER|FEST



5.6 Volksfeste und Veranstaltungen

Die Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF) ist Veranstalterin der traditionellen Volksfeste der Stadt Frankfurt am Main sowie zahlreicher Stadtfeste. Hiermit betreibt sie aktiv Brauchtumpflege und setzt neue Akzente. Feste als Freizeiteinrichtungen steigern die Urbanität und schaffen durch die Begegnung im öffentlichen Raum ein hohes Identifikationspotenzial. Die traditionellen und national bekannten Feste schaffen Reiseanlässe, primär für den Binnen- bzw. Tagestourismus. Auch im Jahr 2016 wird in Frankfurt am Main gefeiert.



Museumsuferfest

Datum:	26. – 28.08.2016
Besucherszahl:	ca. 2,0 Mio.
Anzahl Stände:	ca. 800
Publikationen:	Programmflyer, Plakate, Buttons, Anzeigen
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Das Frankfurter Museumsuferfest zählt mit vielen hundert Programmpunkten auf den Open-Air-Bühnen und in den Museen zu den größten europäischen Kulturfestivals. Drei Tage lang öffnen die Museen bis in den späten Abend ihre Pforten und laden ein, die vielfältige und reiche Kultur- und Museumslandschaft von Frankfurt am Main zu entdecken.

Ergänzt wird die Museumskultur mit 18 Live-Bühnen, Projekten und Inszenierungen, Ständen mit kunsthandwerklichen und gastronomischen Angeboten an den Ufern des Mains und auf dem Schaumainkai. Die TCF bietet zu diesem Event Pauschalarrangements für Einzelreisende und Gruppen ab 15 Personen an.

Dippemess im Frühling

Datum:	18.03. – 10.04.2016
Besucherszahl:	ca. 1,2 Mio.
Anzahl Stände:	156
Publikationen:	Plakate
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Die Dippemess ist ein klassisches Volksfest mit langer Tradition. Auf dem Festplatz am Ratsweg bieten spektakuläre Fahrgeschäfte, Klassiker wie Riesenrad und Autoskooter, Spielgeschäfte, Verlosungen, Süßwaren- und Imbissstände Rummelspaß für die ganze Familie. Die Geschichte dieser Veranstaltung geht bis ins Mittelalter zurück. Erstmals urkundlich erwähnt wurde sie 1392. Seinerzeit war das Fest ein Verkaufsmarkt für Haushaltswaren. Töpfer aus dem Westerwald, dem Kannebäckerland und Urberach verkauften vor allem Keramikschrüsseln, Frankfurterisch „Dippe“, die hier neue Besitzer fanden. Im Laufe der Zeit veränderte sich das Angebot von einer reinen Haushaltsmesse durch immer mehr Jahrmarktbuden hin zu einem Volksfest. Heute eröffnet das größte Volksfest im Rhein-Main-Gebiet alljährlich die Open-Air-Saison.



Wäldchestag

Datum:	14. – 17.05.2016
Besucherzahl:	ca. 300.000
Anzahl Stände:	142
Publikationen:	Plakate, Anzeigen
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Traditionelles Volksfest im Frankfurter Stadtwald anlässlich des Frankfurter „Nationalfeiertags“, des Wäldchestags, mit Alleinstellungsmerkmal. Das gastronomische Angebot wird mit Live-Bühnen und Fahrgeschäften ergänzt.



Opernplatzfest

Datum:	22.06. – 01.07.2016
Besucherzahl:	ca. 350.000
Anzahl Stände:	50
Publikationen:	Plakate, Flyer, Anzeigen
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Sommerfest mit Live-Bühne und Walk Acts vor Frankfurts schönster Kulisse, der Alten Oper. Das Bühnenprogramm reicht von Klavierkonzerten bis zu Pop und Rock. Die gleiche Vielfalt bietet das kulinarische Angebot, von der Bratwurst bis zum Hummer, vom Cocktail oder dem Champagner bis zum Apfelwein.



Mainfest

Datum:	05. – 08.08.2016
Besucherzahl:	ca. 250.000
Anzahl Stände:	141
Publikationen:	Plakate, Anzeigen
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Ältestes, traditionelles Volksfest, welches am nördlichen Mainufer und auf dem Römerberg mit Bühnenproduktion, Fahrgeschäften, Imbissangebot und spektakulärem Abschlussfeuerwerk stattfindet.

Frankfurter Apfelweinfestival

Datum:	12. – 21.08.2016
Besucherschiff:	ca. 120.000
Anzahl Stände:	24
Publikationen:	Plakate, Anzeigen
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

So vielfältig wie Frankfurt am Main selbst ist auch sein Nationalgetränk. Auf dem Frankfurter Apfelweinfestival findet sich diese Vielfalt der Apfelweine und der Apfelprodukte wieder. Sowohl die regionale und hessische Apfelweinkultur als auch die Internationalität des Apfelweinkonsums werden dargestellt. Bei dem Sommerfest auf dem Roßmarkt wird verdeutlicht, dass Brauchtum und Tradition der Apfelweinkultur kein Gegensatz zu dem Anspruch sind, den Apfelwein in trendigen und hippen Cocktails zu verkosten. Eine Live-Bühne sorgt für die gesellige Feierlaune.



Rheingauer Weinmarkt

Datum:	31.08. – 09.09.2016
Besucherschiff:	ca. 300.000
Anzahl Stände:	44
Publikationen:	Plakate
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Winzerinnen und Winzer aus dem Rheingau präsentieren auf der Freßgass' über 600 Weine und Sekte des Rheingaus. Ziel der Veranstaltung ist, die Verbraucher und Erzeuger zusammen und ins Gespräch zu bringen. Bewusst wird auf jegliches Entertainment verzichtet, da die Kommunikation und das Kennenlernen dem Fest das Alleinstellungsmerkmal geben.



Dippemess im Herbst

Datum:	09. – 18.09.2016
Besucherschiff:	ca. 350.000
Anzahl Stände:	140
Publikationen:	Plakate
Kontakt:	Tel.: 069/21 23 89 90 feste@infofrankfurt.de

Traditionelles Volksfest wie im Frühjahr mit spektakulären Fahrgeschäften sowie Dippe- und Händlermarkt





Frankfurter Weihnachtsmarkt

Datum: 23.11. – 22.12.2016

Besucherszahl: ca. 3 Mio.

Anzahl Stände: 280

Publikationen: Plakate, Flyer, Anzeigen

Kontakt: Tel.: 069/21 23 89 90
feste@infofrankfurt.de

Der Frankfurter Weihnachtsmarkt gehört zu den ältesten und größten Weihnachtsmärkten Deutschlands. Die Produktvielfalt wird dem jahrhundertealten Anspruch gerecht, hier seine Weihnachtsgeschenke einzukaufen. Klassische Artikel wie Weihnachtsschmuck und -dekoration, erzgebirgisches Kunsthandwerk, Kerzen oder Marionetten werden ebenso angeboten wie neuzeitliches Kunsthandwerk.

In seiner Entwicklungsgeschichte hat sich der Weihnachtsmarkt von einem reinen Verkaufsmarkt in einen gesellschaftlichen Treffpunkt mit langer Verweildauer gewandelt. Glühweinstände und Imbissangebote in kaum zu überbietender Vielfalt und beheizte Gaststuben bieten den Rahmen, sich zu treffen und den Weihnachtsmarkt zu einem Erlebnis werden zu lassen. Das kulinarische Angebot beinhaltet rustikale wie auch internationale Produkte.

Frankfurter Spezialitäten wie Beth- und Quetschemännchen geben dem Frankfurter Weihnachtsmarkt sein typisches und traditionelles Gepräge. Auch humanitäre Ziele werden auf dem Weihnachtsmarkt verfolgt. Gemeinnützige Einrichtungen, die hier Gewinne für ihre karitativen Zielsetzungen erwirtschaften, betreiben eigene Stände.

Seit 2012 wird der Friedrich-Stoltze-Platz mit der „Rosa Weihnacht“ bebaut. Mittels Illumination, Dekoration und Gestaltung wird bei dem gastronomischen Angebot ein Flair entfaltet, das für die Zielgruppe der Gay Community Anziehungskraft und einen breiten Wirkungsradius schafft.

Der Frankfurter Weihnachtsmarkt ist nicht nur in seiner Heimat ein großer Erfolg, sondern ist auch ein echter Exportschlager. Seit 1997 veranstaltet die TCF Weihnachtsmärkte nach seinem Vorbild in Großbritannien, die wahre Publikumsmagneten sind und Besucher aus dem gesamten Vereinigten Königreich anlocken. Die Besucherzahlen sind ein Beleg dafür. Neben der positiven Imagebildung sind diese Weihnachtsmärkte wichtige Plattformen für weitere Marketingaktionen der TCF.



Foto: Andreas Arnold

Frankfurt Christmas Market Birmingham

Datum: November/Dezember 2016

Besucherschiff: ca. 5 Mio.

Anzahl Stände: 100

Kontakt: Tel.: 069/21 23 89 90
feste@infofrankfurt.de

Seit 1997 – zunächst als einmaliges städtepartnerschaftliches Projekt angelegt – veranstaltet die Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main einen Frankfurter Weihnachtsmarkt in der englischen Stadt Birmingham. Seit 2001 wird er alljährlich durchgeführt und ist zum festen Bestandteil der Adventszeit in Birmingham geworden. Idee dieses Gemeinschaftsprojektes ist es, das Frankfurter Adventsbrauchtum mit den Einwohnern und Gästen Birminghams zu teilen. Ein authentisches und typisches Frankfurter Erscheinungsbild in Gestaltung und Angebotsmischung ist bei der Realisierung Vorbild. Hierzu gehört ebenso die Frankfurter Weihnachtsmarktasse.



Foto: Andreas Arnold



Foto: Andreas Arnold

Frankfurt Christmas Market Leeds

Datum: November/Dezember 2016

Besucherschiff: ca. 800.000

Anzahl Stände: 36

Kontakt: Tel.: 069/21 23 89 90
feste@infofrankfurt.de



5.7 Produkte und Services



■ Zimmerreservierung

Zielgruppe:	Tourismusindustrie, Firmen, Kongress- und Incentive-organisatoren, Endverbraucher
Leistungen:	Zimmerreservierungssystem für Frankfurt am Main und die Region
Vertrieb:	Call Center der TCF, Online-Reservierung, Tourist-Informationen, Service Center Messe Frankfurt (während großer Messen)
Publikation:	Frankfurt Hotels
Kooperationsmöglichkeiten:	Aufnahme als Partnerhotel
Kontakt:	Susanne Kleier Tel.: 069/21 23 66 63 kleier@infofrankfurt.de

Die TCF hat 2015 ihr Zimmerreservierungssystem auf ein bewährtes, seit Jahren von anderen Messestandorten und touristischen Destinationen genutztes System umgestellt. Die für den Touristen und Kongress Teilnehmer sowie Messebesucher und -aussteller notwendigen Dienstleistungen werden schnell, kompetent und für den Kunden unentgeltlich erbracht.

Gruppen- und Abrufkontingente beliebigen Umfangs können über die Buchungsplattform der TCF abgewickelt werden. Ebenso werden zu Messezeiten

Privatzimmer, Unterkünfte in Fort- und Weiterbildungsstätten und in ehemaligen Kur- und Klinikeinrichtungen vermittelt. Damit wird ein Segment abgedeckt, das die Hotelangebote bezüglich der Preisstruktur nicht erreichen können.

Über 220 Hotels in Frankfurt und der Region arbeiten mit der TCF zusammen. Die flexible Raten- und Kontingentverwaltung bietet den Hotels die Möglichkeit, ihre individuellen Angebote über das System zu vermarkten. Die Datenpflege im neuen Buchungssystem ist durch eine Schnittstelle zu über 60 Channelmanagern für die Hoteliers attraktiver geworden.

Die Zimmerreservierung ist schon seit Jahren als regionaler Marktführer positioniert. Dabei nimmt der Internetauftritt der TCF eine wichtige Stellung ein. Das Reservierungssystem ist selbstverständlich auch über die zentrale Internetpräsenz der Stadt Frankfurt am Main abrufbar (www.frankfurt.de).

Die TCF arbeitet kontinuierlich an der Optimierung des Systems, insbesondere der Buchungsabläufe sowie der Kommunikationswege zu Kunden und Leistungsträgern. Ziel ist, das System ständig weiterzuentwickeln, damit es auch zukünftigen Marktanforderungen gerecht wird.



■ **Sightseeing Services**

Zielgruppe:	Tourismusindustrie, Firmen, Endverbraucher, Kongress-, Event- und Incentiveorganisatoren
Leistungen:	<i>Gruppenangebote:</i> Stadtrundfahrten und -rundgänge, Tagesausflüge in die Rhein-Main-Region <i>Öffentliche Touren:</i> Frankfurt-Rundgänge inklusive Aussichtsplattform des MAIN TOWERS in Deutsch und an Zusatzterminen in Englisch, Weihnachtsmarkt-Rundgänge an den Adventswochenenden in Deutsch und Englisch
Vertrieb:	nur Direktvertrieb
Publikationen:	Frankfurt Sightseeing Tours, Frankfurt Group Tours
Kooperationsmöglichkeiten:	Anzeigenschaltung
Kontakt:	Jessica Jaekel-Badouin Tel.: 069/21 23 89 53 citytours@infofrankfurt.de

Die im Schnitt 70 – 80 geprüften Frankfurter Gästeführer stellen die vielseitige Stadt im Rahmen der Gruppenangebote aktuell in über 20 Sprachen vor. Ein laufendes Gästeführer-Seminar endet mit Zertifizierung nach erfolgreich absolvierten Prüfungen im März 2016.

Neben klassischen Stadtrundfahrten und Stadtrundgängen bietet die TCF auch speziell für Schüler konzipierte Rundgänge an, welche die historische Altstadt sowie die moderne Metropole altersgerecht mit Geschichten und Anekdoten vermitteln.

Für Gruppen werden eine Vielzahl weiterer Touren zu frankfurtspezifischen Themen angeboten. Der Rundgang „Frankfurt begreifen“ wurde speziell für Blinde und Sehbehinderte entwickelt.

„Das Frankfurter Ostend rund um die EZB“ heißt der neue Rundgang für Gruppen, der das Programmangebot seit Juni 2015 erweitert und das neue Hochhaus sowie den sich schnell verändernden Stadtteil in direkter Nachbarschaft zur neuen EZB vorstellt.

Zum DomRömer-Quartier auf dem Römer-Areal werden zwei neue Touren mit unterschiedlichen Schwerpunkten konzipiert und ab Frühjahr 2016 das Angebot bereichern.

Des Weiteren begleiten die Gästeführer Tagesausflüge in die Rhein-Main-Region, speziell in den Rheingau, in den Taunus und nach Heidelberg. Bei Bedarf können für Touren Busse mitgebucht werden.



Als Einzelpersonen oder mit einer kleineren Gruppe kann sich der Frankfurt-Besucher einem öffentlichen Rundgang anschließen. Der Frankfurt-Rundgang wird von den Frankfurter Gästeführern in deutscher Sprache und an Zusatzterminen in englischer Sprache geführt. Dieser vermittelt einen ersten Eindruck der touristischen und kulturellen Highlights. Die Strecke führt von der Altstadt bis in das Bankenviertel und endet auf der Aussichtsplattform des MAIN TOWERS in 200 Meter Höhe.

Saisonal von April bis November werden zusätzliche Thementouren an ausgesuchten Terminen im Rahmen von Veranstaltungen angeboten.

An den Adventswochenenden finden Rundgänge über den Weihnachtsmarkt in Deutsch und Englisch statt. Diese sind in weiteren Sprachen auch als Gruppenangebot buchbar. Am dritten Adventssonntag gibt es einen Zusatztermin für Blinde und Sehbehinderte.

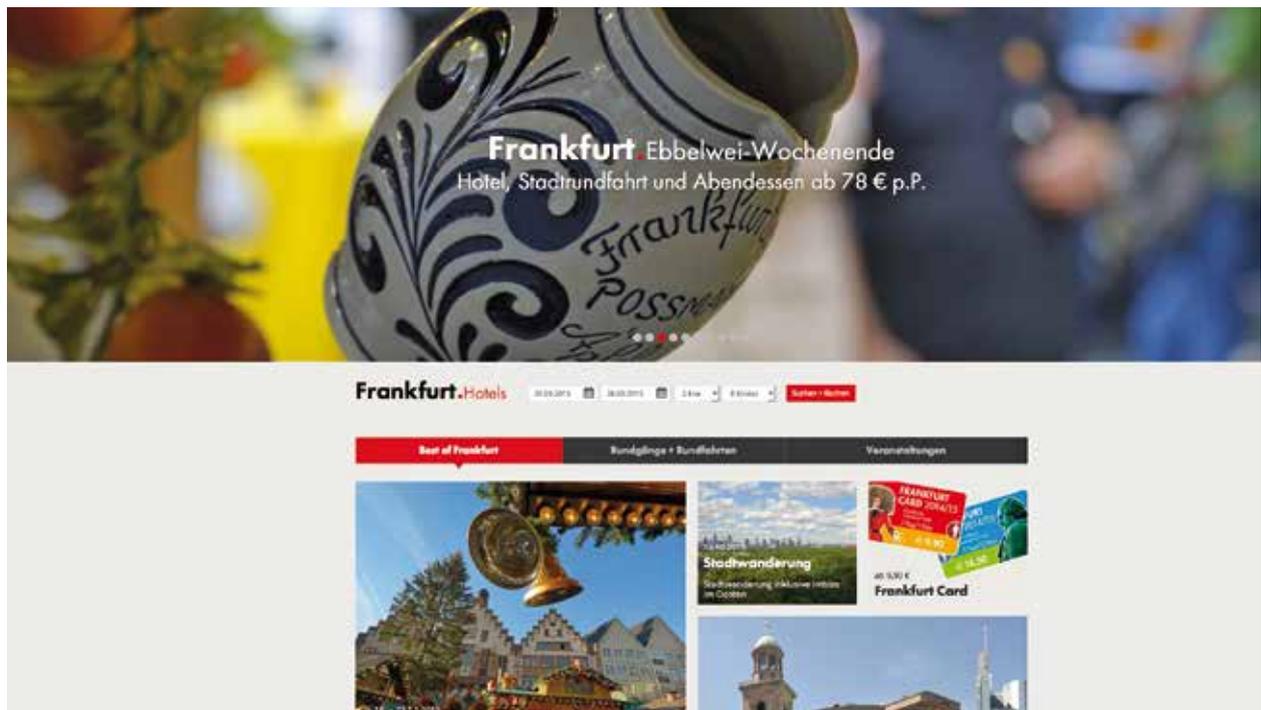
Das Tourenangebot wird kontinuierlich erweitert und zielgruppenorientiert in Zusammenarbeit mit den Frankfurter Gästeführern entwickelt.

■ Pauschalangebote

Zielgruppe:	Tourismusindustrie, Endverbraucher
Leistungen:	Arrangements für Gruppen und Individualreisende
Vertrieb:	Call Center der TCF, Online-Reservierung, Reisebüros
Publikationen:	Frankfurt für Gruppen (ab 15 Personen), Frankfurt Weekends für Individualreisende
Kooperationsmöglichkeiten:	Aufnahme als Partnerhotel
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Die Pauschalangebote Frankfurt Weekends für Individualreisende und Frankfurt für Gruppen beinhalten neben der Übernachtung weitere Zusatzleistungen wie Frankfurt Card, Stadtrundfahrt und Eintrittskarten für diverse Veranstaltungen.

Einen wichtigen Bestandteil bilden imageaufwertende Angebote wie z. B. Sport- und Kulturarrangements.



■ www.frankfurt-tourismus.de

Zielgruppe:	Endverbraucher, Tourismusindustrie, Firmen, Verbände, Kongress-, Event- und Incentiveorganisatoren, Presse
Leistungen:	touristisches Informationsportal, Online-Zimmerreservierungssystem, Suchmaschine für Veranstaltungsräume und Incentiveideen, Präsentation aller Produkte und Dienstleistungen der TCF
Kooperationsmöglichkeiten:	Aufnahme als Partnerhotel, Veranstaltungsort, Incentiveidee
Hotels:	Susanne Kleier Tel.: 069/21 23 66 63 kleier@infofrankfurt.de
Frankfurt Convention Bureau:	Jasmin Seibel Tel.: 069/21 23 53 55 seibel@infofrankfurt.de
Öffentlichkeitsarbeit:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Die Internetseite www.frankfurt-tourismus.de bietet vielfältige Informationen über Hotels, Locations, Agenturen, Incentives, Kultureinrichtungen, Veranstaltungen, Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Ausflugstipps und Einkaufsmöglichkeiten. Hier findet jeder Frankfurt-Besucher das Passende für seinen Aufenthalt. Der Internetauftritt dient gleichzeitig als Vertriebs- und Verkaufsinstrument. Hotels, Pauschalarrangements und sämtliche Tickets der TCF – wie z. B. die Frankfurt Card oder das Kongress-Ticket – können online bestellt werden.

Die Website www.frankfurt-tourismus.de wurde 2015 komplett neu konzipiert und überarbeitet sowie den Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst. Die Internetseite ist im Responsive-Web-Design und kann somit optimal auch über Tablet und mobile Endgeräte angesehen werden.



■ www.frankfurt-convention-bureau.de/com
www.meetfrankfurt.com

Zielgruppe:	Kongress-, Event- und Incentive-organisatoren, Geschäftsreisende
Leistungen:	Suchmaschine für Veranstaltungsorte und Kongresshotels, Online-Zimmerreservierungssystem, Kontingente speziell für Kongresse und Tagungen, Incentiveideen, Präsentation aller Produkte und Dienstleistungen des FCB, Kongress-Tickets, GrünerTagen-Portal, Frankfurter Kongress-Botschafter, Partneragenturen, MICE-Messen und -Workshops
Kooperationsmöglichkeiten:	Aufnahme als Partnerhotel, Veranstaltungsort, Incentiveidee
Kontakt:	Jutta Heinrich Tel.: 069/21 23 03 96 heinrich@infofrankfurt.de

Diese Internetseiten sind speziell auf den Meetings- und Incentivebereich ausgerichtet und informieren gezielt über die wichtigsten Belange hinsichtlich Veranstaltungsplanungen in Frankfurt Rhein-Main. Neben der Suchmaschine für Veranstaltungshäuser und Kongresshotels findet der Tagungs- und Kongresskunde Informationen über Hotelsonderkontingente für Veranstaltungen, die schnell und unkompliziert eingerichtet werden können, sowie Details über veranstaltungsspezifische Tickets, das Thema „Green Meetings“ oder Incentive- und Rahmenprogramme.

Auf dem Direktlink www.meetfrankfurt.com wird neben der Messepräsenz des FCB auf den weltweiten MICE-Messen über die wichtigste Branchenmesse, IMEX, berichtet, auf der das FCB jährlich einen großen Frankfurt Rhein-Main-Stand platziert.



■ www.frankfurter-kongressbotschafter.de

Zielgruppe:	Partner der Initiative und potenzielle Botschafter
Leistungen:	Informationsseite, Liste der aktuellen Botschafter
Kontakt:	Kirsten Bialonski Tel.: 069/21 24 51 81 botschafter@infofrankfurt.de

Die Seite wirbt für die Initiative „Frankfurter Kongress-Botschafter“ und spricht potenzielle Bewerber an.



■ www.museumsuferfest.de

Zielgruppe:	Endverbraucher
Leistungen:	Informationsportal mit Datenbank zum Museumsuferfest
Kontakt:	Ines Philipp Tel.: 069/21 23 31 20 philipp@infofrankfurt.de

Diese Seite gibt Auskunft zu Angeboten und Programmen der Museen und Live-Bühnen.

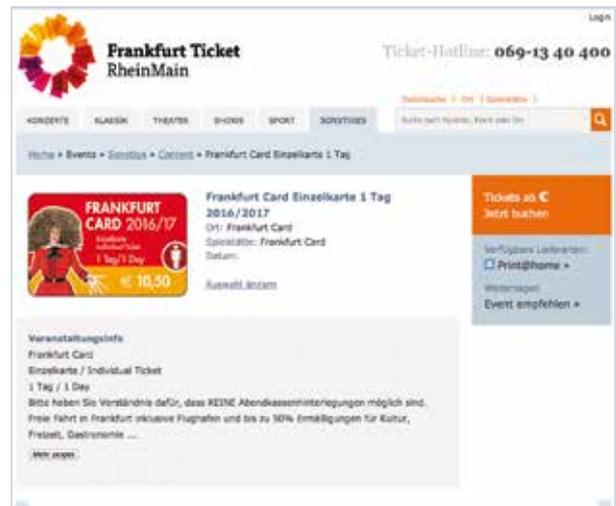


Frankfurt Card

Zielgruppe:	Reisebüros, Reiseveranstalter, Hotels, Endverbraucher
Leistungen:	ÖPNV-Ticket und zahlreiche Ermäßigungen in Museen
Vertrieb:	Reisebüros, Tourist-Informationen, Online-Vertrieb, Vorverkaufsstellen, Hotels
Publikationen:	Frankfurt Card, Frankfurt Card-Flyer
Kooperationsmöglichkeiten:	als Partner mit Rabattangebot auf eigene Produkte und Dienstleistungen
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Die Frankfurt Card wird als 1-Tages- und 2-Tages-Karte für Einzelreisende und Gruppen bis fünf Personen angeboten und beinhaltet ein Ticket für beliebig viele Fahrten auf allen RMV-Linien im Stadtgebiet Frankfurt am Main inkl. Flughafen sowie diverse Ermäßigungen in verschiedenen Frankfurter Einrichtungen.

Die Frankfurt Card wird auf internationalen touristischen Messen beworben. In Frankfurt am Main ist sie in den Tourist Informationen Römer, Hauptbahn-



hof und Höchst, der Verkehrsinsel Hauptwache, in vielen Vorverkaufsstellen und Hotels erhältlich, bundesweit und international bei renommierten Reiseveranstaltern und bei diversen Online-Anbietern.



■ Kongress-Ticket

Zielgruppe:	Kongress- und Tagungsveranstalter, Agenturen
Leistungen:	ÖPNV-Ticket
Vertrieb:	nur Direktvertrieb
Publikationen:	keine
Kooperationsmöglichkeiten:	keine
Kontakt:	Sandra Pause Tel.: 069/21 23 87 03 congress@infofrankfurt.de

Mit dem Angebot des Kongress-Tickets gestaltet Frankfurt am Main seinen Tagungsbesuchern den Aufenthalt in der Stadt noch bequemer.

Das Kongress-Ticket gibt es als 1-Tages-Ticket oder 2-Tages-Ticket für das komplette Stadtgebiet Frankfurt am Main inkl. Flughafen auf allen Linien des ÖPNV. Es ist deutlich preiswerter als eine vergleichbare Tageskarte.

■ Kongress-Museums-Ticket

Zielgruppe:	Kongress- und Tagungsveranstalter, Agenturen
Leistungen:	Ticket für Museen in Frankfurt am Main und Offenbach
Vertrieb:	nur Direktvertrieb
Publikationen:	keine
Kooperationsmöglichkeiten:	keine
Kontakt:	Sandra Pause Tel.: 069/21 23 87 03 congress@infofrankfurt.de

Um die kulturellen Einrichtungen in Frankfurt am Main auch für Konferenzteilnehmer noch attraktiver zu machen, hat die TCF in Kooperation mit dem Kulturdezernat das Kongress-Museums-Ticket entwickelt.

Für nur 1,00 € pro Person berechtigt es zum Einlass in 34 Museen und kulturelle Einrichtungen.



Kongress-Kombi-Ticket

Zielgruppe:	Kongress- und Tagungsveranstalter, Agenturen
Leistungen:	ÖPNV-Ticket
Vertrieb:	nur Direktvertrieb
Publikationen:	keine
Kooperationsmöglichkeiten:	keine
Kontakt:	Sandra Pause Tel.: 069/21 23 87 03 congress@infofrankfurt.de

Neben dem Kongress-Ticket bietet die TCF in Kooperation mit dem RMV auch ein vergünstigtes Kombi-Ticket für Kongressveranstalter an. Das Kongress-Kombi-Ticket gilt für das komplette Stadtgebiet Frankfurt am Main inkl. Flughafen auf allen Linien des ÖPNV und kann mit bis zu siebenjähriger Gültigkeitsdauer bestellt werden. Der Druck des Tickets, bei dem auch das Logo der entsprechenden Veranstaltung abbildbar ist, kann direkt durch den Veranstalter erfolgen oder durch den RMV.



Frankfurt Tourist News

Zielgruppe:	Fach- und Endverbraucher
Leistungen:	elektronischer Newsletterdienst im html-Format
Vertrieb:	direkt an Fachkunden sowie an Newsletter-Abonnenten
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Regelmäßige Informationen zu Veranstaltungen und Stadtentwicklung, Neuigkeiten aus Hotellerie, zu Veranstaltungsorten und aus der Gastronomie sowie aktuelle Angebote und Leistungen der TCF



Frankfurt Congress News

Zielgruppe:	Tagungs-, Kongress- und Incentiveorganisatoren weltweit, Fachpresse
Leistungen:	elektronischer Newsletterdienst auf Deutsch und Englisch im html-Format
Vertrieb:	viermal jährlich an Newsletter-Abonnenten
Kontakt:	Jasmin Seibel Tel.: 069/21 23 53 55 seibel@infofrankfurt.de

Neuigkeiten aus dem Frankfurt Convention Bureau (FCB): Informationen über die neuesten Entwicklungen in Frankfurt am Main, neue Dienstleistungen, Hotels und Locations, Feste und Ausstellungen; Ankündigung von Messeauftritten des FCB und Veranstaltungen in Frankfurt am Main. Zudem wird über Branchen-Neuigkeiten aus der Region Frankfurt Rhein-Main berichtet.



Frankfurt Rhein-Main **Guide 2016/2017**

Offizielles Verkaufshandbuch für Kongress-, Reise- und Incentive-Veranstalter
Official Sales Manual for Congress, Travel and Incentive Organisers





5.8 Publikationen

Broschüren der TCF

Frankfurt Information

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch, spanisch/portugiesisch, französisch/italienisch, chinesisch
Auflage:	nach Bedarf
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Messen und Workshops weltweit, Versand über die DZT- Auslandsvertretungen
Erscheinungstermin:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 23 31 20 rupprecht@infofrankfurt.de

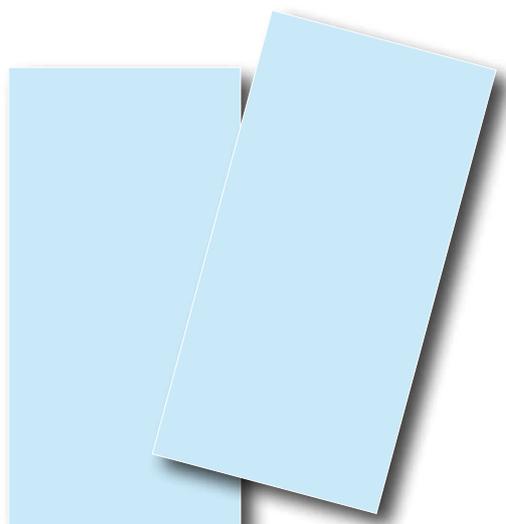
Frankfurt Information ist die Basisbroschüre für den Aufenthalt in der Stadt. Kurztexte beschreiben die jeweiligen Sehenswürdigkeiten. Darüber hinaus finden sich in der Publikation Informationen zu den Museen und Theatern sowie Shopping-Tipps, Freizeitmöglichkeiten und Hinweise zum kulinarischen Angebot der Stadt.

Außerdem beinhaltet die Broschüre eine Innenstadtkarte sowie einen ÖPNV-Plan. Zwei Stadtrundgänge bieten Besuchern zusätzlich die Möglichkeit, Frankfurt am Main individuell zu entdecken.

Frankfurt für Gruppen 2017

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	18.000
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Messen und Workshops, Kundenmailing, Tourist- Informationen
Erscheinungstermin:	Juli 2016
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	1/1-Seite, U4, 4c, 2.500 € zzgl. MwSt., 1/1-Seite innen, 4c, 2.000 € zzgl. MwSt.
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Pauschalarrangements für Gruppen ab 15 Personen. Dabei handelt es sich um Frankfurt-Aufenthalte, die neben den Grundbausteinen Übernachtung und Stadtführung weitere Leistungen beinhalten, z. B. Eintritt und Führung zu Ausstellungen in diversen Museen, Kulturevents, Flughafenrundfahrt u. v. m.



Frankfurt Weekends 2017

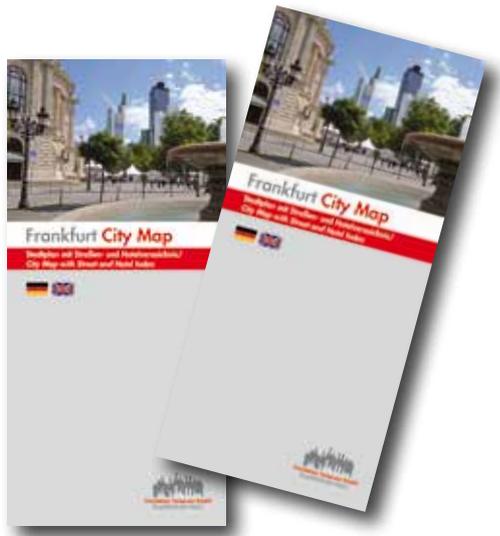
Zielgruppe:	Reisebüros, Endverbraucher
Sprache:	deutsch
Auflage:	10.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Messen und Workshops, Kundenmailing
Erscheinungstermin:	November 2016
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	1/1-Seite, U4, 4c, 2.000 € zzgl. MwSt., 1/1-Seite innen, 4c, 1.500 € zzgl. MwSt.
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Pauschalarrangements für Individualreisende. Die Broschüre bietet einen Überblick über Frankfurt-Aufenthalte, die neben den Grundbausteinen Übernachtung und Frankfurt Card weitere Leistungen beinhalten, z. B. Stadtrundgänge, Eintritt zu Ausstellungen in diversen Museen, Kulturevents, Schauspiel Frankfurt, Schiffsfahrten etc.

Frankfurt Hotels

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	offen
Format:	offen
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Messen und Workshops weltweit, Versand über die DZT-Auslandsvertretungen, Kundenmailing
Erscheinungstermin:	offen
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Das Hotelverzeichnis für Frankfurt Rhein-Main wird derzeit überarbeitet.



Frankfurt City Map

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	75.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Messen und Workshops weltweit
Erscheinungstermin:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Mira Berkova Tel.: 069/21 23 05 52 berkova@infofrankfurt.de

Stadtplan mit Straßen- und Hotelverzeichnis, Linien- und Innenstadtplan



Frankfurt Shopping Map

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	5.000
Format:	DIN A6
Vertrieb:	IMEX, Messen und Workshops weltweit
Erscheinungstermin:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	auf Anfrage
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Der Faltplan richtet sich an Geschäftsreisende, Messebesucher und Privatreisende. Außerdem wird er auf weiteren Veranstaltungen an die Touristik-Fachbranche ausgegeben.



Frankfurt Events 2016/2017

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	10.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Messen und Workshops weltweit, Versand über die DZT-Auslandsvertretungen
Erscheinungstermin:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Der Flyer enthält eine Auflistung der Veranstaltungshighlights aus den Bereichen Volksfeste, Open-Air-Veranstaltungen, Messen, Ausstellungen, Sport und demonstriert anschaulich die Vielfalt des Eventangebotes in Frankfurt am Main.



Frankfurt Group Tours 2017

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	3.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Versand an Reiseveranstalter und Reisebüros, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage
Erscheinungstermin:	Dezember 2016
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Jessica Jaekel-Badouin Tel.: 069/21 23 89 53 citytours@infofrankfurt.de

Die Broschüre bietet einen Überblick über die von der TCF angebotenen Leistungen im Bereich Stadtrundfahrten und -rundgänge sowie Themenführungen und Rhein-Main-Touren für Gruppen.



Frankfurt Sightseeing Tours

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	18.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Versand an Reiseveranstalter und Reisebüros, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage
Erscheinungstermin:	Dezember 2016
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Jessica Jaekel-Badouin Tel.: 069/21 23 89 53 citytours@infofrankfurt.de

Die Broschüre bietet eine Übersicht der öffentlichen Stadtführungen für Einzelreisende und Kleingruppen.



Frankfurt Card mit Flyer

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage Card:	je 100.000
Auflage Flyer:	je 100.000
Format Card:	Scheckkartenformat
Format Flyer:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Reiseveranstalter, Reisebüros, Online-Vertrieb, Hotels
Erscheinungstermin:	Oktober 2016
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Nina Cordt Tel.: 069/21 23 03 95 cordt@infofrankfurt.de

Die Frankfurt Card ist ein Ticket für den öffentlichen Nahverkehr mit attraktiven Zusatzleistungen, wie Ermäßigungen in Museen, auf Stadtrundfahrten, Schifffahrten, in Einzelhandel und Gastronomie.

Die Card ist erhältlich als Tages- und 2-Tages-Ticket, als Einzelkarte und Gruppenkarte für bis zu fünf Personen. Zur Frankfurt Card erscheint ein Flyer, in dem die Partner mit ihren gewährten Ermäßigungen aufgeführt sind.



Frankfurter Bahnhofsviertel

Zielgruppe:	Endverbraucher und Fachpublikum
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	10.000/5.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Messen und Workshops weltweit, Tourist-Informationen, Kundenmailing
Erscheinungstermin:	ITB 2016
Anzeigenschaltung:	auf Anfrage
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Jasmin Bischoff Tel.: 069/21 23 41 37 bischoff@infofrankfurt.de

Broschüre mit Tipps und Hinweisen zu Gastronomie, Kunst, Kultur und Nightlife sowie den verschiedenen Facetten des Frankfurter Bahnhofsviertels



Frankfurt und der Ebbelwei Gold zum Trinken – Ein Stück echtes Frankfurt

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	3.000/2.000
Format:	DIN A6
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Roadshows, DZT-Auslandsvertretungen
Erscheinungstermin:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Der Flyer bietet Angebote und Ausflugsziele rund um das Thema Apfelwein.



Museumsuferfest-Flyer

Zielgruppe:	Endverbraucher
Sprache:	deutsch
Auflage:	45.000
Format:	105 mm breit x 170 mm hoch
Vertrieb:	Tourist-Informationen, teilnehmende Museen, Bühnen, Banken, traffiQ-Verkehrinsel an der Hauptwache, Versand auf Anfrage
Erscheinungstermin:	Juli 2016
Anzeigenschaltung:	ja
Anzeigenpreise:	auf Anfrage
Kontakt:	Natalie Wakan Tel.: 069/21 24 31 64 wakan@infofrankfurt.de

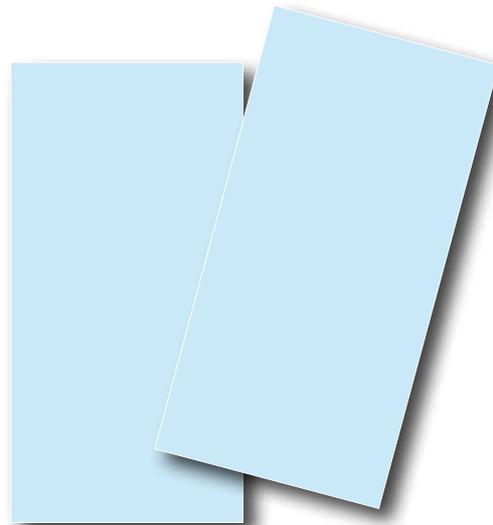
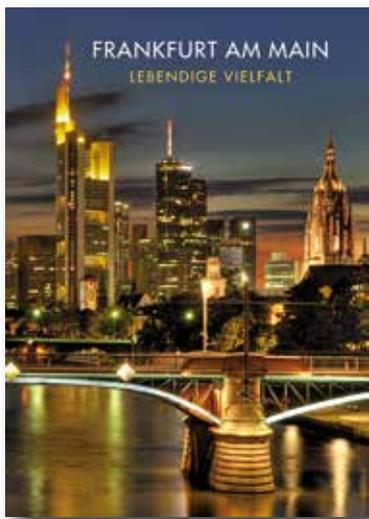
Der Flyer umfasst die Highlights der Museen, Live-Bühnen, Bankenfürungen, Orgel- und Chormeine, Klang im Kloster, Drachenbootrennen, Projekte und Inszenierungen des Museumsuferfestes.



Flyer Frankfurter Weihnachtsmarkt

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	27.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Tourist-Informationen, Versand an Reiseveranstalter und Reisebüros, Messen und Workshops weltweit, Versand auf Anfrage
Erscheinungstermin:	März 2016/Okttober 2016
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Kurt Stroscher Tel.: 069/21 23 41 36 stroscher@infofrankfurt.de

Die Broschüre bietet Informationen zum Frankfurter Weihnachtsmarkt und dem Bühnenprogramm auf dem Römerberg. Zudem werden Produkte für Gruppen- und Einzelreisende und Informationen für Busreiseveranstalter vorgestellt und zusammengefasst.



Frankfurt am Main Image-Broschüre

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	je nach Bedarf
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Messen und Workshops weltweit, Versand über die DZT-Auslandsvertretungen
Erscheinungsdatum:	nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Mit der Image-Broschüre soll ausschließlich für die Stadt Frankfurt am Main geworben werden. Sie ergänzt als Marketinginstrument das bisherige Angebot der TCF.

Durch eine ausführliche Bebilderung sollen sowohl Fachkunden als auch Endverbraucher einen stimmungsvollen Eindruck von der Stadt erhalten. Die Darstellung der Vielfalt der Stadt dient dazu, die Reiseentscheidung zu erleichtern.

Frankfurt am Main und Region Rhein-Main – Broschüre für internationale Patienten

Zielgruppe:	Fachbranche, Endverbraucher
Sprache:	englisch/arabisch/russisch/chinesisch
Auflage:	je nach Bedarf
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Messen und Workshops
Erscheinungsdatum:	2017
Anzeigenschaltung:	ja
Kontakt:	Dr. Annette Biener Tel.: 069/21 23 55 15 biener@infofrankfurt.de

Insbesondere der Medizintourismus zählt zu den größten Wachstumsfeldern im Tourismus. Und dieser Trend macht sich auch in Frankfurt am Main und der Region bemerkbar. Frankfurt Rhein-Main bietet ideale Voraussetzungen für den Gesundheitstourismus: sehr gute Verkehrsanbindungen, Zentren für medizinische Vorsorge – insgesamt 32 Krankenhäuser haben in der Stadt Frankfurt am Main, dem Hochtaunuskreis und dem Main-Taunus-Kreis ihren Standort.

Laut der Studie „Gesundheitswirtschaft und demografischer Wandel“ von der IHK Frankfurt findet nahezu jede zehnte Gästeübernachtung in der Rhein-Main-Region in Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen statt.

Eine spezielle Broschüre soll diese Angebote für internationale Patienten kompakt bündeln. In 2016 werden Leistungsträger, u. a. Krankenhäuser, Kliniken und Hotels, angeschrieben und als Kooperationspartner gewonnen. In 2017 soll die Broschüre gedruckt und gezielt auf Auslandsmärkten vorgestellt werden.



Flyer Frankfurt Convention Bureau

Zielgruppe:	Fachbranche
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	1.000
Format:	DIN lang
Vertrieb:	Messen und Workshops weltweit, Versand auf Anfrage
Erscheinungstermin:	je nach Bedarf
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Jutta Heinrich Tel.: 069/21 23 03 96 heinrich@infofrankfurt.de

Der Flyer bietet Informationen über die Services des Frankfurt Convention Bureaus.



Interne Publikationen

Marketingplan 2017

Zielgruppe:	lokale Tourismusbranche, Partner, Stadtverwaltung
Sprache:	deutsch
Auflage:	400
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Direktversand
Erscheinungstermin:	Dezember 2016
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Der Marketingplan der TCF basiert auf einer ausführlichen Situationsanalyse (Struktur-, Markt- und Wettbewerbsanalyse). Die darauf aufbauenden Marketingziele führen zur Marketingstrategie und zeigen den Weg zur Zielerreichung auf. Im Aktionsplan sind die vorgesehenen Marketingaktionen mit Kooperationsmöglichkeiten für Partner dargestellt.



Gäste- und Übernachtungszahlen 2015

Zielgruppe:	Fachbranche
Sprache:	deutsch
Auflage:	80
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Direktvertrieb
Erscheinungstermin:	März 2016
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Die Fremdenverkehrs-Statistik dokumentiert die Entwicklung der touristischen Kennzahlen in Frankfurt am Main und bildet eine jährliche Grundlage zur Analyse der Angebots- und Nachfragestruktur.



Tagungs- und Kongress-Statistik 2015

Zielgruppe:	Partner, Fachbranche
Sprache:	deutsch, Zusammenfassung auf Englisch
Auflage:	400
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Direktvertrieb
Erscheinungstermin:	Mai 2016
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Jutta Heinrich Tel.: 069/21 23 03 96 heinrich@infofrankfurt.de

Die Kongress-Statistik analysiert den Frankfurter Kongress- und Tagungsmarkt und liefert wichtige Kennzahlen wie z. B. Anzahl der Veranstaltungen pro Jahr, Anzahl der Tagungsteilnehmer und Herkunftsländer der Veranstalter.



Marketing-Quartalsberichte

Zielgruppe:	lokale Tourismusbranche, Partner, Stadtverwaltung
Sprache:	deutsch
Auflage:	70
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Direktversand an Partner
Erscheinungstermin:	jeweils nach Quartalsende
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 23 31 20 rupprecht@infofrankfurt.de

Die Quartalsberichte der TCF stellen die Aktivitäten der TCF in ausführlicher Form dar und informieren über die Ergebnisse von Messeauftritten, über die Pressearbeit und Publikationen. Die Quartalsberichte richten sich insbesondere an lokale und regionale touristische Partner.

Tourist-Telegramm

Zielgruppe:	Fachbranche
Sprache:	deutsch/englisch
Auflage:	nach Bedarf
Format:	DIN A4
Vertrieb:	Internet, Versand auf Anfrage
Erscheinungstermin:	monatlich
Anzeigenschaltung:	nein
Kontakt:	Elena Holschier-Rupprecht Tel.: 069/21 24 30 10 rupprecht@infofrankfurt.de

Das monatliche Tourist-Telegramm stellt die Entwicklungen der in- und ausländischen Übernachtungs- und Gästezahlen jeweils im Vergleich zum Monat des Vorjahres dar.

Die Frankfurter Hotellerie bekommt darüber hinaus die aktuelle Erhebung des gesamten Beherbergungsgewerbes.

Ansprechpartner der TCF

Geschäftsführer



Geschäftsführer
Thomas Feda
Tel.: 069/21 23 36 77
Fax: 069/21 23 78 80
feda@infofrankfurt.de



Referentin der Geschäftsführung
Mira Berkova
Tel.: 069/21 23 05 52
Fax: 069/21 23 78 80
berkova@infofrankfurt.de

Personal, Organisation und Finanzen



**Geschäftsbereichsleiter,
Handlungsbevollmächtigter**
Michael Wolf
Tel.: 069/21 23 36 76
Fax: 069/21 23 78 80
wolf@infofrankfurt.de



**Referent
Finanzen und Controlling**
Ulrich Jung
Tel.: 069/21 23 87 06
Fax: 069/21 23 78 80
jung@infofrankfurt.de

Frankfurt Convention Bureau



Geschäftsbereichsleiterin
Jutta Heinrich
Tel.: 069/21 23 03 96
Fax: 069/21 23 07 76
heinrich@infofrankfurt.de



Referentin Marketing
Mareike Kitz
Tel.: 069/21 23 37 26
Fax: 069/21 23 07 76
kitz@infofrankfurt.de



Referentin Vertrieb
Kirsten Bialonski
Tel.: 069/21 24 51 81
Fax: 069/21 23 07 76
bialonski@infofrankfurt.de



Projektleiterin Hotelkontingente
Sandra Pause
Tel.: 069/21 23 87 03
Fax: 069/21 23 07 76
pause@infofrankfurt.de



Projektleiterin Locations
Jasmin Seibel
Tel.: 069/21 23 53 55
Fax: 069/21 23 07 76
seibel@infofrankfurt.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Referentin
Elena Holschier-Rupprecht
Tel.: 069/21 24 30 10
Fax: 069/21 23 78 80
rupprecht@infofrankfurt.de



Referentin
Ines Philipp
Tel.: 069/21 23 31 20
Fax: 069/21 23 78 80
philipp@infofrankfurt.de

Tourismusmarketing Ausland



Referentin
(UK, Benelux, Frankreich, Schweiz,
Italien, Nordosteuropa,
Frankfurt am Main barrierefrei)
Mareike Vöhl
Tel.: 069/21 23 03 98
Fax: 069/21 23 78 80
voehl@infofrankfurt.de



Referentin
(Nord- und Lateinamerika, Japan,
Arabische Golfstaaten, Spanien)
Jasmin Bischoff
Tel.: 069/21 23 41 37
Fax: 069/21 23 78 80
bischoff@infofrankfurt.de



Referentin
(China, Indien, Südkorea,
Südosteuropa, Russland, Türkei)
Dr. Annette Biener
Tel.: 069/21 23 55 15
Fax: 069/21 23 78 80
biener@infofrankfurt.de



Assistentin Auslandsmarketing
Laura Hett
Tel.: 069/21 24 59 83
Fax: 069/21 23 78 80
hett@infofrankfurt.de

Tourismusmarketing Inland



Leiterin Marketing Deutschland
Nina Cordt
Tel.: 069/21 23 03 95
Fax: 069/21 23 78 80
cordt@infofrankfurt.de



**Referentin
Marketing Deutschland**
Vanessa Liebig
Tel.: 069/21 23 76 05
Fax: 069/21 23 78 80
liebig@infofrankfurt.de



**Referentin
Marketing Deutschland**
Nicole Gürke
Tel.: 069/21 23 12 24
Fax: 069/21 23 78 80
guerke@infofrankfurt.de

Volksfeste und Veranstaltungen



**Geschäftsbereichsleiter,
Handlungsbevollmächtigter**
Kurt Stroscher
Tel.: 069/21 23 41 36
Fax: 069/21 23 18 93
stroscher@infofrankfurt.de



Assistentin
Natalie Wakan
Tel.: 069/21 24 31 64
Fax: 069/21 23 18 93
wakan@infofrankfurt.de



**Referent
Veranstaltungsorganisation**
Philip Breunung
Tel.: 069/21 23 99 28
Fax: 069/21 23 18 93
breunung@infofrankfurt.de



**Referent
Veranstaltungsorganisation**
Tobias Gherardi
Tel.: 069/21 23 36 62
Fax: 069/21 23 18 93
gherardi@infofrankfurt.de



**Referentin
Veranstaltungsorganisation**
Brigitte Kehm-Raab
Tel.: 069/21 23 36 79
Fax: 069/21 23 18 93
kehm-raab@infofrankfurt.de



**Referent
Veranstaltungsorganisation**
Christian Müller
Tel.: 069/21 23 05 66
Fax: 069/21 23 18 93
mueller@infofrankfurt.de

Frankfurt Services



Geschäftsbereichsleiterin
Petra Winter
Tel.: 069/21 23 66 63
Fax: 069/21 24 05 12
winter@infofrankfurt.de



**Teamleiterin
Sightseeing Services**
Jessica Jaekel-Badouin
Tel.: 069/21 23 89 53
Fax: 069/21 23 82 43
citytours@infofrankfurt.de



**Teamleiterin Serviceteam +
Hotelkooperationen**
Susanne Kleier
Tel.: 069/21 23 66 63
Fax: 069/21 24 05 12
kleier@infofrankfurt.de



**Teamleiterin
Tourist Information Hauptbahnhof**
Susana Szilágyi
szilagyi@infofrankfurt.de



**Teamleiter
Tourist Information Römer**
Alexander Schrod
schrod@infofrankfurt.de



Prospektservice
Uwe Bialek
Tel.: 069/21 23 36 78
Fax: 069/21 23 78 80
bialek@infofrankfurt.de

Produktentwicklung und -gestaltung



Gestalterin

Susanne Lang
Tel.: 069/21 23 58 71
Fax: 069/21 23 78 80
lang@infofrankfurt.de

Impressum

Herausgeber: Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main

Kaiserstraße 56, 60329 Frankfurt am Main
Tel.: 069/21 23 88 00, Fax: 069/21 23 78 80
info@infofrankfurt.de, www.frankfurt-tourismus.de

Auflage: 400 Exemplare

Bildnachweis: Sofern nicht anders angegeben, entstammen die Fotos dem Archiv der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main.

Alle Angaben sind ohne Gewähr und entsprechen dem Stand der Drucklegung: Dezember 2015.



Formular

Faxantwort: 069/21 23 78 80

Marketingplan 2016 – TCF-Kooperationen

- Ja**, wir interessieren uns für eine Teilnahme an Messen und Workshops in Kooperation mit der TCF. Besonderes Interesse haben wir an den Märkten:

- Ja**, wir interessieren uns für eine Anzeigenschaltung in den TCF-Publikationen. Besonderes Interesse haben wir an den Publikationen:

- Ja**, gern möchten wir uns bei der Programmgestaltung der Studienreisen für Journalisten und Reisefachleute als Sponsoren beteiligen. Bitte kontaktieren Sie uns zur Integration unseres Unternehmens in die Programmgestaltung von Studienreisen.

Bitte in Blockbuchstaben ausfüllen:

Firma _____

Anschrift _____

Teilnehmer _____ Position _____

Telefon _____ Fax _____

E-Mail _____

Datum, Stempel, Unterschrift