Gemeinsam stark.
Congress, Kultur und Tourismus in Mainz.

Jahresbericht 2015 | mainz**plus** CITYMARKETING GmbH

2.0
15

mainz**plus**
CITYMARKETING

mainz**plus** CITYMARKETING ist ein vielseitiges Unternehmen und zeichnet sich verantwortlich, die größten Veranstaltungshäuser unserer Stadt zu vermarkten. Mit der Übertragung des Kulturzentrums KUZ an mainz**plus** wird die für Mainz so wichtige Kultureinrichtung professionell und authentisch geführt und bespielt. Mit der Open Air-Konzertreihe „Summer in the City“ oder den zahlreichen kulturellen Highlights im Frankfurter Hof wird das Know-how von mainz**plus** bereits unter Beweis gestellt.

Michael Ebling
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Mainz

Michael Ebling

Um die Lesbarkeit zu vereinfachen, wird auf die zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet. Die ausschließliche Verwendung der männlichen Form soll explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden.

Christopher Sitte

Die Stadt Mainz, als Landeshauptstadt von Rheinland-Pfalz, ist bereits heute ein etablierter und stark nachgefragter Kongress-Standort. Jedoch wächst auch das Angebot der Mitbewerber, gerade im Rhein-Main-Gebiet, stetig weiter, sodass ein modernes und zeitgemäßes Kongressangebot auf dem nationalen und internationalen Tagungsmarkt unerlässlich ist. Die Sanierung der Rheingoldhalle und des Kurfürstlichen Schlosses in den kommenden Jahren ist der richtige Schritt, um Mainz als Kongress- und Tagungsdestination weiter zu stärken.

Christopher Sitte
Wirtschaftsdezernent der Landeshauptstadt Mainz und
Aufsichtsratsvorsitzender der mainz**plus** CITYMARKETING GmbH

mainz**plus** CITYMARKETING ist verantwortlich für die Vermarktung der Stadt Mainz als Kongress-, Kultur- und Tourismusdestination, sowohl im In- als auch im Ausland.
Im Zeitalter der Digitalisierung setzen wir in Zukunft immer mehr auf die Ansprache unserer Kunden im Online-Bereich. Eine neue Homepage all unserer Bereiche (Kongress, Tourismus und Kultur) ist gerade in der Umsetzung und wird erste Zeichen setzen.
In unserem Tourist Service Center jedoch sind wir mit freundlichen und kompetenten Service-Mitarbeitern ganz analog für unsere Gäste da und dank der Kooperation mit dem Landesmuseum und dem dortigen Tourist Service Center können wir nun sieben Tage die Woche eine touristische Beratung leisten.

August Moderer
Geschäftsführer der mainz**plus** CITYMARKETING GmbH

August Moderer

1. Hotelmarktanalyse

Der stetig wachsende Tagungs- und Kongressmarkt erfordert die Ansiedlung weiterer Hotels im innerstädtischen Bereich. Dies ist unerlässlich, um der Nachfrage auch weiterhin gerecht zu werden. Die Studie der Unternehmensberatung ghh consult GmbH (2015) zeigt, in welchem Umfang sowie in welchem Standard und welcher konzeptionellen Ausprägung weitere Hotelkapazitäten in Zukunft benötigt werden und wie der Mainzer Hotelmarkt im nationalen Vergleich auftritt.

Die Ergebnisse bestätigen eine saisonale Verteilung der Übernachtungsnachfrage im Zusammenhang mit den Bestzeiten des Tagungs- und Kongresswesens und bestärkt deren Relevanz. Die Untersuchung der Struktur des Hotelmarkts lässt die steigende Nachfrage für den Tagungs- und Kongressreiseverkehr sowie für Geschäfts- und Privatreisen erkennen.

Bis 2025 wird ein zusätzlicher Bedarf von 800 Betten prognostiziert, was wiederum eine 34%ige Steigerung der Übernachtungen hervorruft. Dies bedeute einen Bedarf von 400 bis 500 neuen Hotelzimmern. Bei einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 125 bis 175 Betten macht das ein neues Hotel im Budget-, ein neues Hotel im Midscale- und ein neues Hotel im Upscale-Segment aus.

2. mainz**plus** in Zahlen

Kennzahlen	2015	2014	in %
Umsatz in T €	12.000*	11.400	+5,3
Veranstaltungen	2.185	2.192	-0,3
Mitarbeiter	67	69	-2,9
Gästeführungen	5.150	5.500	-6,4
Open Air-Konzerte	17	15	+13,3

*vorläufiges Ergebnis

Im Vergleich zum bereits sehr guten Jahr 2014 konnte der Umsatz im letzten Jahr noch einmal um 5,3 Prozent gesteigert werden.

3. Ausblick 2016

Der deutsche Veranstaltungsmarkt wächst weiter an: 383 Millionen Teilnehmer verzeichneten die deutschen Veranstaltungsstätten im Jahr 2014. Das ergibt ein Plus von 3,3 % zum Vorjahr. Die Anzahl der Veranstaltungen präsentiert sich mit 3,04 Millionen Tagungen, Kongressen und Events +1,0 % gegenüber dem Ergebnis aus dem Vorjahr. Der erhöhten Nachfrage steht ein gestiegenes Angebot gegenüber. Im Jahr 2014 standen 7.152 Veranstaltungsstätten zur Verfügung. Somit hat der Markt an Tagungs- und Veranstaltungsstätten um 1,7 % an Zuwachs gewonnen. Der immer internationaler werdende Markt entwickelt sich konstant auf hohem Niveau. Hervorzuheben ist außerdem, dass die Veranstaltungsbranche in Deutschland an zweiter Stelle weltweit hinter den USA und EU-weit auf Platz eins bei Kongressveranstaltungen rangiert.

Mit Zukunftsprognosen sowie Trends der Veranstaltungsbranche hat sich das German Convention Bureau (GCB) intensiv befasst: Ähnlich wie im letzten Jahr bewegen Themen wie Technisierung, Nachhaltigkeit und der demographische Wandel die Veranstaltungsbranche. Auch mainz**plus** CITYMARKETING hat sich diesen Prognosen angepasst und entwickelt stetig neue Strategien, um diese den Kunden aufzeigen zu können.

Der Wettbewerb lässt dennoch nicht nach. Als Full Service-Dienstleister muss mainz**plus** CITYMARKETING verstärkt die Situation überwachen und auf Neuheiten reagieren. Hierfür sind Machbarkeitsstudien in Auftrag gegeben worden, die die Ergebnisse jeweils mit einem Gutachten belegen. Wichtig ist es, nicht den Anschluss zu verlieren und das Dienstleistungsrepertoire auszuweiten. Sowohl die Sanierung der Rheingoldhalle als auch die Sanierung des Kurfürstlichen Schlosses sind wichtige Schritte, um den Anschluss auf dem nationalen und internationalen Tagungs- und Kongressmarkt nicht zu verlieren. Die Sanierung der Bürgerhäuser in Hechtsheim, Lerchenberg und Finthen ab 2016 ist hier ebenfalls zu nennen.

mainz**plus** CITYMARKETING sieht seine Aufgabe weiter darin, sich konstant den Neuerungen anzupassen und die Landeshauptstadt weiterhin als Tagungs- und Tourismusdestination auszubauen. Hierfür sind ein modernes Umfeld für Tagungen und Kongresse sowie hohe Übernachtungszahlen maßgebend, um dem regionalen und überregionalen Wettbewerb stand zu halten.

4. Corporate Social Responsibility: Ausbildung bei mainz**plus** CITYMARKETING

Im Jahr 2015 begannen insgesamt neun neue Auszubildende ihre Berufslaufbahn bei mainz**plus** CITYMARKETING – mehr als je zuvor: Eine Duale Studentin, fünf Veranstaltungskaufleute, zwei Kaufleute für Tourismus und Freizeit und erstmals auch eine Fachkraft für Veranstaltungstechnik.

Vier junge Menschen bestanden 2015 erfolgreich ihre Abschlussprüfung und konnten ins Berufsleben entlassen werden. Eine Kauffrau für Tourismus und Freizeit wird in Vollzeit im Tourist Service Center weiterbeschäftigt und eine andere wird das Team als Aushilfe an Wochenenden unterstützen.

Mit viel Engagement setzen sich die Ausbilder bei mainz**plus** CITYMARKETING dafür ein, ihren Schützlingen die bestmögliche Ausbildung zukommen zu lassen. Sehr früh bekommen diese Verantwortung übertragen und lernen, eigenständig Aufgabenbereiche zu übernehmen. Vielfältigkeit und Abwechslung sind selbstverständlich und werden abteilungs- und bereichsübergreifend vermittelt.

Mit dem Wechsel der Berufsinformationsmesse BIM in die Rheingoldhalle wurde die Planung und Organisation des mainz**plus**-Messestandes komplett dem Azubi-Team übertragen. Auch die Betreuung des Standes und die Beratung der Schülerinnen und Schüler wurde von Auszubildenden aus allen Bereichen übernommen – selbstverständlich mit entsprechender „Schützenhilfe“ der Personalabteilung.

Das Selbstverständnis, junge Menschen bestmöglich auszubilden und so auch einen wertvollen Beitrag für die Nachwuchssicherung der Branche zu leisten, bewog mainz**plus** CITYMARKETING im Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e. V., eine Initiative für Ausbildungsqualität in der Branche zu starten. Unter dem Motto „100 % – Die Ausbildungsinitiative der Veranstaltungswirtschaft“ positionieren sich nun die führenden Branchenverbände – und mit ihnen zahlreiche namhafte Unternehmen – für eine optimale Ausbildungsqualität.

Nachhaltigkeit – Der Weg ist das Ziel

Auch im Jahr 2015 ging mainz**plus** CITYMARKETING kontinuierlich auf dem Weg der Nachhaltigkeit weiter. Sowohl in der Rheingoldhalle als auch im Kurfürstlichen Schloss wurden zahlreiche Lampen durch energiesparende LEDs ersetzt.

Vermeiden, Reduzieren, Kompensieren sind die Schlagworte zur Nachhaltigkeit, die mainz**plus** CITYMARKETING seinen Kunden mit auf den Weg gibt und Empfehlungen zur Gestaltung von Green Meetings ausspricht. Neben der Wahl der richtigen Location spielen hier unter anderem Faktoren wie die Anreise der Tagungsteilnehmer mit öffentlichen Verkehrsmitteln, die Wahl von regionalen und saisonalen Speisen sowie die Vermeidung von Abfällen eine Rolle. mainz**plus** CITYMARKETING ist Green Globe und Ökoprofit zertifiziert sowie Unterzeichner des Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungsbranche „fairpflichtet“.

Engagement

Besonders der Ausbau des sozialen Engagements stand 2015 im Vordergrund:
Im Rahmen des Projekts „MUMM – Mainzer Unternehmen machen mit!“ engagierte sich mainz**plus** CITYMARKETING auch 2015 wieder sozial. Dieses Mal wurden mit Hilfe der Mitarbeiter die Wände von zwei Fluren im Ronald McDonald Haus in Mainz gestrichen. Das Ronald McDonald Haus, welches sich gegenüber der Universitätsmedizin Mainz befindet, bietet Eltern schwerkranker Kinder die Möglichkeit, sich vom stressigen Klinikalltag zu erholen und gleichzeitig immer in der Nähe der Kinder zu sein.

Azubi-Benefiz-Aktion

Als Benefiz-Weihnachtsaktion hatten sich die Auszubildenden der mainz**plus** CITYMARKETING in diesem Jahr direkt zwei Aktionen einfallen lassen. So wurden mit der Aktion „Weihnachten im Schuhkarton“ bis zu 70 Sachspenden der Mitarbeiter an das Kinderschutzzentrum Mainz übermittelt. Daneben wurde eine Mainzer Stadtführung auf Englisch mit rund 50 jugendlichen Flüchtlingen organisiert. So lernten die Flüchtlinge nicht nur ihre neue Heimat besser kennen, sondern fanden unter den Azubis neuen Anschluss.

Mainzer Firmenlauf

mainz**plus** beteiligte sich beim 3. Mainzer Firmenlauf

eventsplus
MAINZ CONGRESS

1. Wertschöpfung durch die Wirtschaftsfaktoren Kongresse und Tagungen in Mainz

Für die Stadt Mainz hat das Kongress- und Tagungsgeschäft einen sehr hohen Stellenwert. Denn einer der wesentlichen Aspekte eines Kongresszentrums ist die zusätzliche Wertschöpfung, die durch Kongresse und Tagungen in der Stadt entsteht.

Nahezu alle Dienstleistungsbranchen unserer Landeshauptstadt profitieren von den nationalen und internationalen Kongressteilnehmern der mainz**plus** CITYMARKETING. So erzielen Unternehmen aus Hotellerie, Gastronomie oder dem Einzelhandel zusätzliche Einnahmen durch die Kongressgäste. Zugleich werden neue Arbeitsplätze geschaffen sowie höhere Steuereinnahmen für die Stadt durch Einkommenssteuer- und Gewerbesteuereffekte generiert.

Teilnehmer Bereich Congress	320.000
Generierter Nettoumsatz der Stadt Mainz	50 Mio. €
Steueraufkommen Stadt Mainz	900 T €
Branchenabhängige Arbeitsplätze in der Stadt Mainz	800

Mainz als etablierter Kongressstandort hat im Jahr 2015 rund 320.000 Teilnehmer in seinen Veranstaltungshäusern begrüßt.

Die daraus generierten Übernachtungen und die in Anspruch genommenen Dienstleistungen brachten der lokalen Wirtschaft einen zusätzlichen Nettoumsatz von rund 50 Mio. € ein. Das für die Stadt Mainz zusätzliche Steueraufkommen beläuft sich auf rund 900 T €.

Aus der Darlegung der Zahlen lässt sich schließen, dass mainz**plus** CITYMARKETING mit dem Bereich Congress mitverantwortlich für eine Vielzahl von Arbeitsplätzen in der Stadt und der Region ist.

2. Vorstellung der Häuser

Ob modern in der Rheingoldhalle, stilvoll-historisch im Kurfürstlichen Schloss oder inmitten der Mainzer Altstadt im Frankfurter Hof: Mit unseren drei Top-Locations wird jede Veranstaltung perfekt in Szene gesetzt.

Rheingoldhalle: Kapazitäten

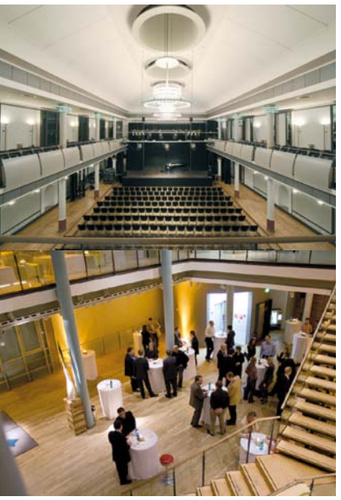
Rheingoldhalle	qm	Reihe	Parlament	Bankett
Kongress-Saal (teilbar)	1.750	2.400	927	1.200
Rheinfoyer	1.120	–	–	–
Gutenberg-Saal (teilbar)	1.090	1.260	648	800
Gutenberg-Foyer	1.826	–	–	–
Zagreb-Saal (teilbar)	300	268	172	180
Watford-Saal (teilbar)	290	264	172	180
Dijon-Saal	190	160	96	110

Kurfürstliches Schloss: Kapazitäten

Kurfürstliches Schloss	qm	Reihe	Parlament	Bankett
Gewölbesaal	480	–	–	–
Ausstellungssaal	140	142	54	90
Leibnizsaal	160	140	72	100
Spiegelsaal	170	147	72	100
Restaurant	155	–	–	–
Großer Saal	590	600	297	350
Empore Großer Saal	80	74	–	48
Galerie Großer Saal	170	118	–	40
Forstersaal	450	462	216	260
Mozartsaal	190	176	84	120

Veranstaltung in der Rheingoldhalle

Veranstaltung im Kurfürstlichen Schloss



Frankfurter Hof

Frankfurter Hof: Kapazitäten

Frankfurter Hof	qm	Reihe	Parlament	Bankett
Großer Saal	540 inkl. Galerie	500 inkl. Galerie	134	–
Foyer	365 inkl. Galerie	–	–	–

Bürgerhäuser: Kapazitäten

Raum	qm	Kapazität
Bürgerhaus Finthen (Großer Saal)	400	450 Personen
Bürgerhaus Hechtsheim (Großer Saal)	374	450 Personen
Bürgerhaus Lerchenberg (Großer Saal)	270	329 Personen

3. Kongresshighlights 2015

Veranstaltung	Datum	Anzahl Teilnehmer	Anzahl Übernachtungen
OIV 38. Weltkongress für Rebe und Wein	5. – 10. Juli 2015	550 pro Tag	2.550
Boehringer Ingelheim	18. – 21. August 2015	500 pro Tag	1.200
Berufsinformationsmesse (BIM)	18. – 19. September 2015	10.000 gesamt	–
hochzeit**plus** – die Hochzeitsmesse im Rhein-Main-Gebiet	17. – 18. Oktober 2015	3.400 pro Tag	–
Jahrestagung des BKJPP (Berufsverband für Kinder- und Jugendpsychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie)	28. – 31. Oktober 2015	500 pro Tag	1.800
DGSM – Die Deutsche Gesellschaft für Schlafforschung und Schlafmedizin	3. – 5. Dezember 2015	650 pro Tag	400

4. Full Service-Dienstleistungen

In Mainz spielen große nationale und internationale Messen, Kongresse und Tagungen eine bedeutende Rolle. Ein umfangreiches und über lange Zeit gewachsenes Netzwerk in Kombination mit der langjährigen Erfahrung der Projektmanager ermöglichen ein Rundum-Service-Paket für die Veranstaltungskunden von mainz**plus** CITYMARKETING.

Mainz Congress sieht sich durchweg als Full Service-Dienstleister.
Als Hauptaufgaben zählen unter anderem:

1. Beratung und Planung
2. Angebotsvergleiche von Zusatzleistungen (Technik, Dekoration etc.)
3. Erstellen von Drucksachen und Informationsmaterial
4. Teilnehmerregistrierung
5. Vermittlung von Hotelzimmern
6. Einrichtung sowie Betreuung eines Tagungsbüros
7. Umfangreiches Mobilitäts- und Kulturangebot durch die congresscard**plus**
8. Konzepterstellung eines Rahmenprogramms
9. Finanzplanung

Die Vermittlung von Hotelzimmern (2015: 7.865 Übernachtungen) bildet einen großen Baustein im Service-Angebot von mainz**plus** CITYMARKETING.

Als Kongressbeispiel zeichnet sich der jährlich wiederkehrende internationale CIMT-Kongress aus. Von der Teilnehmerregistrierung bis zur Hotelzimmervermittlung und Referentenbetreuung sind alle Aspekte mit eingebunden und gehören dem Gesamtangebot an.

Zusätzlich war mainz**plus** CITYMARKETING dieses Jahr auf dem 11. Kongress der Europäisch-Afrikanischen Gesellschaft für Leber-, Pankreas- und Gallengangschirurgie (E-AHBPA) in Manchester vertreten. Dieser findet 2017 erstmals in der Rheingoldhalle statt. Mit Werbeflyern konnte bereits vorab in Manchester der Leberkongress 2017 in Mainz beworben werden.

5. Messen

Messe	**Destination Roadshow**
Homepage	www.event-destinations.com
Veranstaltung	Roadshow
Datum	21. – 22. Oktober 2015
Ort	Düsseldorf
Besucher	200 Fachbesucher
Zielgruppe	Regionale Veranstaltungsplaner, Agenturen und Firmen etc.
Reichweite	National
Aussteller	Convention Bureaus, Event Locations, Kongresszentren, Hotels und andere Event-Dienstleister aus sieben verschiedenen deutschen Städten
Auftritt	Mainz Congress stellte sein umfangreiches Kongressangebot an einer für alle Aussteller einheitlich gestalteten Präsentationsfläche vor.

6. Eigenveranstaltungen

AvD-Histo-Monte

Ort	Rheinterrassen Fort Malakoff
Datum	4. – 8. Februar 2015
Zielgruppe	Oldtimer-Liebhaber, Besucherinnen und Besucher aus der Region
Besucher	1.000
Homepage	www.avd-histo-monte.com

Im Februar 2015 startete die 19. AvD-Histo-Monte auf den Rheinterrassen am Fort Malakoff in Mainz. Die Rallye führte in vier Tagen von Mainz über die Alpen zum Ziel in Monte Carlo. Die Rallye Monte Carlo ist die bekannteste und prestigeträchtigste Autorallye der Welt. Sie knüpft an die lange Tradition der „Mutter aller Rallyes“ an – allerdings mit historischen Fahrzeugen.

19. AvD-Histo-Monte

Geocacher

Ort	Mainz
Datum	13. – 17. Mai 2015
Zielgruppe	Geocacher aus der ganzen Welt
Besucher	10.200
Übernachtungen	4.200
Homepage	www.gutenberg-2015.de

Cachen auf dem 50. Breitengrad: Vom 13. bis zum 17. Mai 2015 stand die Mainzer Innenstadt ganz im Zeichen des Geocachings. Gemeinsam mit einem Organisationsteam aus Geocachern veranstaltete mainz**plus** CITYMARKETING das „Gutenberg Giga Event 2015“. Am 16. Mai 2015 fand das Treffen seinen Höhepunkt mit 5.000 Teilnehmern aus ganz Europa, den USA, Asien und Australien in Mainz.

OTTO Waalkes Ausstellung

Ort	Altes Postlager Mainz
Datum	7. Juli – 30. August 2015 (parallel zu den KÖRPERWELTEN)
Zielgruppe	Fans von Otto Waalkes, kunstinteressiertes Publikum, Mainzerinnen und Mainzer, Familien, Schulklassen, Touristen aus Deutschland
Besucher	10.000
Homepage	www.otto-mainz.de

Otto Waalkes, einer der bekanntesten deutschen Comedians, stellte diesen Sommer in Mainz sein Lebenswerk zur Schau. Rund 300 Exponate aus Ottos Künstlerdasein konnten begutachtet werden. Neben seinen Zeichnungen waren viele Fotos aus seinem Leben sowie eine geraume Anzahl an Requisiten und Kostümen ausgestellt. Der Ostfriese hat in den vergangenen Jahrzehnten ein Genre geprägt. Das sollte die Ausstellung widerspiegeln und den Besuchern eine Reise durch Ottos Welt garantieren. Fans aus allen Altersklassen konnten dort erkennen, was sie persönlich mit Otto verbindet.

Save the date:

Weinmarkt 2016
25. – 28. August und
1. – 4. September

Mainzer Weinmarkt

Ort	Stadtpark und Rosengarten
Datum	27. – 30. August und 3. – 6. September 2015
Zielgruppe	Mainzerinnen und Mainzer, Besucherinnen und Besucher aus der Region, Touristen und Weinliebhaber
Besucher	380.000
Homepage	www.mainzer-weinmarkt.de

Das romantische Weinfest im Mainzer Stadtpark beherbergte 2015 wieder mehr als 50 Weinstände. Zum siebten Mal ist das „Great Wine Capital-Dorf" ein Teil des Mainzer Weinmarkts. 2015 hatten die Winzer der Region Porto aus Portugal die Ehre, ihre Weine präsentieren zu dürfen. Mainz ist der einzige deutsche Vertreter im Great Wine Capital-Netzwerk. Neben Rheinhessen gehören nur die exklusivsten und besten Weinbauregionen der Welt dieser Vereinigung an.

Save the date:

BIM 2016
9. – 10. September

Berufsinformationsmesse in Kooperation mit der IHK für Rheinhessen

Ort	Rheingoldhalle Mainz
Datum	18. – 19. September 2015
Zielgruppe	Schülerinnen und Schüler mit deren Angehörigen oder Freunden, Studentinnen und Studenten, Mainzerinnen und Mainzer, Besucher aus der Region
Besucher	7.000
Homepage	www.bim-rheinhessen.de

Mit einem neuen Veranstaltungsort präsentierte sich die Berufsinformationsmesse in Kooperation mit der IHK und HWK für Rheinhessen erstmals in der Rheingoldhalle in Mainz. Rund 120 Aussteller informierten die jungen Menschen über 100 verschiedene Berufe in Industrie, Handel und Handwerk. Bei der Orientierung halfen verschiedene Workshops und Vorträge von erfahrenen Berufstätigen und/oder Professoren der Universitäten der Region. Für den ersten Kontakt zum möglichen Ausbildungsbetrieb wurde gesorgt. Die Betriebe machten sich von den Besuchern bereits ein erstes Bild, sobald diese angesprochen wurden. Die Last Minute-Lehrstellenbörse ermöglichte den Besuchern eine Möglichkeit, eine Lehrstelle für das laufende sowie das kommende Jahr zu ergattern.

hochzeitplus – Die Hochzeitsmesse im Rhein-Main-Gebiet

Ort	Rheingoldhalle Mainz
Datum	17. – 18. Oktober 2015
Zielgruppe	Brautpaare mit Angehörigen und Freunden, Besucherinnen und Besucher aus Mainz und Umgebung
Besucher	6.800 – Besucherrekord!
Homepage	www.hochzeit**plus**.com

Zum 21. Mal fand die größte Hochzeitsmesse des Rhein-Main-Gebiets in der Rheingoldhalle in Mainz im Oktober 2015 statt. Wie auch schon im Vorjahr war der Eintritt wieder frei. Diesmal konnte ein Besucherrekord von 6.800 Personen erzielt werden. Diese konnten sich bei rund 100 Ausstellern kompetent beraten lassen.

Save the date:

Hochzeitsmesse 2016
15. – 16. Oktober

Weihnachtsmarkt am Bahnhof, Schillerplatz und Neubrunnenplatz

Ort	Bahnhofsvorplatz am Hauptbahnhof, Schillerplatz, Neubrunnenplatz
Datum	26. November – 23. Dezember 2015
Zielgruppe	Mainzerinnen und Mainzer, Bahn-Kunden und Pendler, Besucherinnen und Besucher aus Mainz und Umgebung, Touristen
Besucher	65.000
Homepage	www.mainz**plus**.com

Der Weihnachtsmarkt am Mainzer Hauptbahnhof ging im Jahr 2015 in Runde zwei. Von 11 bis 21 Uhr hatten die Weihnachtsstände für alle An- und Abreisenden sowie Pendler geöffnet und erfreuten sie mit weihnachtlichen Köstlichkeiten wie Crêpes, Maronen, Glühwein und weiteren kulinarischen Angeboten. Aber nicht nur hier, sondern auch am Mainzer Schillerplatz sowie erstmalig am Neubrunnenplatz erstrahlte der Weihnachtsmarkt in vollem Glanze.

Save the date:

Weihnachtsmarkt 2016
24. November –
23. Dezember

7. Externe Ausstellungen im Alten Postlager

KÖRPERWELTEN – Eine HERZens Sache

Ort	Altes Postlager Mainz
Datum	18. Juni 2015 – 5. Februar 2016 (Verlängerung!)
Zielgruppe	Mainzerinnen und Mainzer, Familien, Besucherinnen und Besucher aus der Region, Touristen, Schulklassen
Besucher	150.000
Homepage	www.koerperwelten.com

ENTSCHEIDEN – Eine Ausstellung über das Leben im Supermarkt der Möglichkeiten

Ort	Altes Postlager Mainz
Datum	1. Oktober 2015 – 5. Februar 2016
Zielgruppe	Mainzerinnen und Mainzer, Besucherinnen und Besucher aus der Region, Touristen aus Deutschland
Besucher	30.000
Homepage	www.entscheiden.eu/Mainz

Erstmalig konnte mainz**plus** CITYMARKETING das Alte Postlager am Mainzer Hauptbahnhof als Ausstellungsfläche nutzen. Mit den zwei Ausstellungen KÖRPERWELTEN und ENTSCHEIDEN konnten bis zu 180.000 Besucher verzeichnet werden. Aufgrund der positiven Besucherresonanz der KÖRPERWELTEN wurde die Ausstellung sogar verlängert.

8. Ausblick 2016

Save the date:
Mainzer Sommerlichter
29. – 31. Juli 2016

Mainzer Sommerlichter

Ort	Rheinufer Mainz
Datum	29. – 31. Juli 2016
Zielgruppe	Mainzerinnen und Mainzer, Besucherinnen und Besucher aus der Region, Touristen
Homepage	www.mainzer-sommerlichter.de

Zum ersten Mal finden vom 29. bis zum 31. Juli 2016 die „Mainzer Sommerlichter“ statt. Am Samstag, den 30. Juli, wird die Stadt entlang des Rheins in ein aufregendes Meer aus bunten Lichtern getaucht. Einzigartig ist die Kombination aus einem atemberaubenden musiksynchronen Höhengroßfeuerwerk, einer bunten Lasershow und emotionaler Musik, die vom Rheinufer oder exklusiv vom Schiff aus erlebt werden kann. Ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit vielen Attraktionen wird den Besuchern an Land geboten. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Schiffslinien bietet mainz**plus** CITYMARKETING attraktive Schiffsangebote sowie Übernachtungspackages an.

KUNST direkt 2016

Ort	Rheingoldhalle Mainz
Datum	2. – 4. September 2016
Zielgruppe	Kunstinteressiertes Publikum
Homepage	www.kunst-direkt.rlp.de

Vom 2. bis 4. September 2016 präsentieren sich wieder über 100 Künstlerinnen und Künstler im Rahmen der rheinland-pfälzischen Künstlermesse KUNST direkt in der Rheingoldhalle. Die Messe gilt als ideale Selbstvermarktungs- und Networkingplattform.

Save the date:
KUNST direkt 2016
2. – 4. September

Wahl der Deutschen Weinkönigin 2016

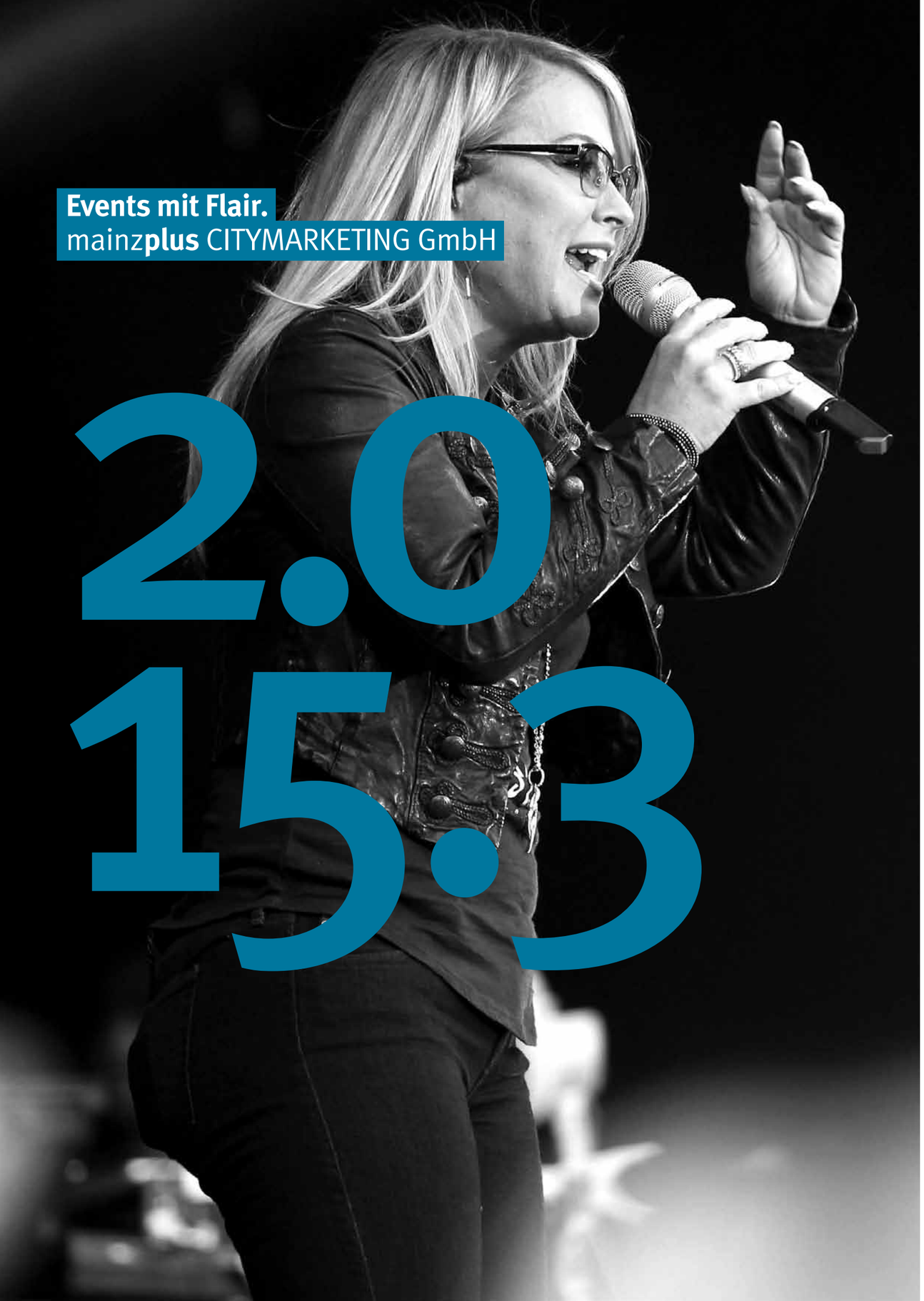
Ort	Rheingoldhalle Mainz
Datum	24. September 2016 (Vorentscheid) und 30. September 2016 (Finale)
Zielgruppe	Mainzerinnen und Mainzer, Besucherinnen und Besucher aus der Region, Touristen und Weinliebhaber
Homepage	www.mainz-tourismus.com und www.deutscheweinkoenigin.de

Im Rahmen des Jubiläums „200 Jahre Rheinhessen“ findet die Wahl der Deutschen Weinkönigin 2016 in der Rheingoldhalle in Mainz statt. Begleitend zu dem Veranstaltungshighlight 2016 hat mainz**plus** CITYMARKETING verschiedene Übernachtungspakete sowohl für den Vorentscheid als auch für das Finale zusammengestellt. Vom 23. September bis 3. Oktober 2016 findet auf dem Jockel-Fuchs-Platz begleitend zur Wahl der Deutschen Weinkönigin das WeinSensorium statt.

Save the date:
Wahl der Deutschen Weinkönigin 2016
24. & 30. September

9. Mainz Congress in Zahlen

Kennzahlen	2015	2014	in %
Besucher gesamt	320.000	310.000	+3,2 %
Veranstaltungstage	2.014	2.024	-0,5 %
Rheingoldhalle	252	249	+1,2%
Kurfürstliches Schloss	182	304	-40,1 %
Bürgerhaus Hechtsheim	648	617	+5,0 %
Bürgerhaus Lerchenberg	500	476	+5,0 %
Bürgerhaus Finthen	432	378	+14,3 %



kulturplus
MAINZ KULTUR

1. Kulturprogramm Frankfurter Hof

Das Kulturprogramm des Frankfurter Hofs spricht ein breites Spektrum von Besuchern an – weit über die Grenzen des Rhein-Main-Gebiets hinaus. Auch im Jahr 2015 gab es einige Highlights im Frankfurter Hof. Unter anderem gaben Künstler wie Tower of Power, Carolin Kebekus, Naturally 7, Matthias Brandt & Jens Thomas, Rebekka Bakken, Rickie Lee Jones und Heather Nova ihr Talent zum Besten.

2. Open Air-Festival „Summer in the City“ 2015

17 Konzertveranstaltungen aus der Reihe „Summer in the City“ haben Besucher aus nah und fern in die Stadt gelockt. Fünf Konzerte auf der Nordmole, sechs Veranstaltungen auf dem historischen Gelände der Zitadelle und weitere vier verteilt über Frankfurter Hof, Volkspark und Domplatz setzten konzertante Punkte in die Stadt. Mit rund 50.000 Besuchern, auch ohne die beiden abgesagten Konzerte von Roxette und Lionel Richie, war „Summer in the City“ wieder ein großer Erfolg.

Die Fantastischen Vier erzielten bei Temperaturen um die 40 °C einen Besucherrekord von 11.000 Personen. Erstmalig fand in Kooperation mit der Köln-Düsseldorfer Rheinschiffahrt GmbH ein „Summer in the City“ Konzertspecial statt. Die Besucherinnen und Besucher konnten aus einer ganz besonderen Perspektive, vom Schiff der MS Rhein-Energie aus, das Konzert der Fantastischen Vier verfolgen. Auf der Zitadelle begeisterte Anastacia 1.800 Besucher, im Volkspark Rea Garvey 1.600 und am Rheinufer Malakoff Terrasse Al Jarreau 1.600 Zuschauer.

Auch in diesem Jahr hat mainz**plus** CITYMARKETING speziell für die Konzertreihe „Summer in the City“ Übernachtungspakete geschnürt und angeboten. Beinhaltet haben diese Pakete eine Übernachtung inklusive Frühstück in der gewünschten Hotelkategorie sowie die mainzcard**plus** und zusätzlich 10 % Rabatt auf alle Souvenirs des Tourist Service Centers in Mainz.

Summer in the City – Konzerte 2015

- Mark Knopfler
- Bob Dylan
- Gudrun Landgrebe & Christa Platzer
- Gregor Meyle
- Die Fantastischen Vier
- Dieter Thomas Kuhn
- Roxette
- Anastacia
- Hubert von Goisern
- Melody Gardot
- Mark Forster and FullBand
- Italienische Opernnacht
- John Hiatt & The Combo
- Al Jarreau
- Rea Garvey
- Lionel Richie
- Orquesta Buena Vista Social Club

Summer in the City und weitere Konzerthighlights 2016

- Mark Forster
- Dieter Thomas Kuhn & Band
- Niedeckens BAP
- Simply Red
- Foreigner
- Omara Portuondo & Diego el Cigala
- Avishai Cohen
- Sting
- Chris de Burgh
- Ludovico Einaudi

3. Mainzer Autokino

mainz**plus** CITYMARKETING veranstaltete 2015 erstmals an vier Tagen ein Autokino auf der Nordmole im Mainzer Zollhafen. Die Filmauswahl hat das Publikum übernommen und über Facebook im Voraus abgestimmt. Die ca. 15.000 qm große Fläche auf der Nordmole bot jeweils Platz für ca. 300 Fahrzeuge. Mit rund 3.000 Besuchern verzeichnete mainz**plus** CITYMARKETING einen vollen Erfolg, sodass eine Wiederholung des Autokinos in den kommenden Jahren nicht ausgeschlossen ist.

Autokino – Programm 2015

Fr., 11. September 2015, 20 Uhr	**Jurassic World**
Fr., 11. September 2015, 23 Uhr	**Fast and Furious 7**
Sa., 12. September 2015, 20 Uhr	**Fack Ju Göthe 1**
Sa., 12. September 2015, 23 Uhr	**Fifty Shades of Grey**
So., 13. September 2015, 20 Uhr	**Honig im Kopf**
Mo., 14. September 2015, 20 Uhr	**Grease**

4. Highlights 2016

Herbert Grönemeyer
Anlässlich des Jubiläums „200 Jahre Rheinhessen“ kommt Herbert Grönemeyer während seiner „Dauernd Jetzt“-Tour am 26. Mai 2016 nach Mainz.

Mit seinen erfolgreichsten Popklassikern wie „Männer“, „Bochum“, „Mensch“ sowie aktuellen Stücken wie „Fang mich an“ garantiert der Musiker einen leidenschaftlichen Konzertabend auf dem Mainzer Messegelände und spannt mit Hits der Alben „4630 Bochum“ bis „Dauernd Jetzt“ einen musikalischen Bogen von 1984 bis 2016.

mainz**plus** CITYMARKETING bietet begleitend zum Konzert verschiedene Übernachtungspackages für Einzel- und Gruppenreisen an, in denen neben der Übernachtung und dem Konzertticket auch eine Stadtführung sowie Vergünstigungen im Tourist Service Center enthalten sind. Daneben gibt es einmalig ein Rheinhessen-Package, das zusätzlich eine Weinprobe und eine mainzcard**plus** enthält.

Festliche Gala mit Weltstars der Oper
Im Rahmen von „200 Jahre Rheinhessen” findet am 20. August 2016 an der Burgkirche in Ingelheim ein weiteres Highlight statt:

mainz**plus** CITYMARKETING und die Stadt Ingelheim veranstalten eine festliche Gala mit einigen der weltbesten Opernstars. Mit Sopranistin Diana Damrau, Tenor Vittorio Grigolo und Bariton Thomas Hampson präsentieren drei der eindrucksvollsten Stimmen der heutigen Opern-Szene die beliebtesten Arien, Duette und Terzette.

Rheinhessen 200
1816 – 2016

5. Frankfurter Hof „LIVE" Magazin

Alle zwei Monate berichtet das Frankfurter Hof „LIVE" Magazin über alle aktuellen Programmhighlights des Bereichs Mainz Kultur. Ein großer Bestandteil davon sind die Konzerte der „Summer in the City" Open Air-Konzertreihe in Mainz. Das qualitativ hochwertige Magazin bietet Sponsoren und Anzeigenkunden ein ansprechendes Umfeld zwischen redaktionellen Inhalten und Konzertpromotions.

Veranstaltungsmagazin „LIVE" Frankfurter Hof Mainz	
Zielgruppe	Endverbraucher
Auflage	20.000
Format	DIN A4
Vertrieb	Mainz, Wiesbaden und Umland
Finanzierung	Anzeigenverkauf
Erscheinungstermin	6x jährlich

Das „LIVE" Magazin ist kostenlos erhältlich und auch digital als E-Paper auf der Website www.frankfurter-hof-mainz.de einsehbar.

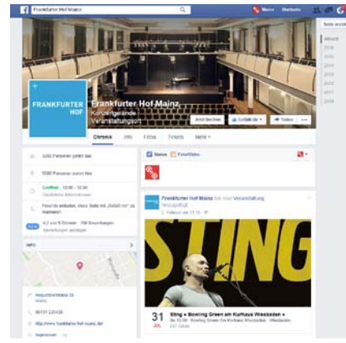
6. Newsletter und Website

Newsletter „Endverbraucher"	
Zielgruppe	Privatpersonen, Kulturinstitutionen, Tourist-Informationen
Auflage	1.050
Erscheinungstermin	Gesamtübersicht monatlich, zusätzlich wöchentlicher Versand der anstehenden Veranstaltungen

Newsletter „Presse"	
Zielgruppe	Journalisten/Medien im Rhein-Main-Gebiet und deutschlandweit, Nachrichtenagenturen, Ticketportale
Auflage	770
Erscheinungstermin	Gesamtübersicht monatlich, zusätzlich wöchentlicher Versand der anstehenden Veranstaltungen

Ein wichtiges Medium ist die Website des Frankfurter Hofs (www.frankfurter-hof-mainz.de). Diese bietet allen Interessierten umfangreiche und aktuelle Informationen über Konzerte, Events und Programmbeschreibungen. Auch die schnelle und einfache Online-Ticket-Buchung ist über die Website möglich. Für Pressevertreter steht zudem eine Presselounge zur Verfügung, in der nach Registrierung zahlreiche weitere Informationen zu den Künstlern sowie die entsprechenden Pressebilder abrufbar sind.

7. Facebook „Frankfurter Hof Mainz"



Die Fanpage „Frankfurter Hof Mainz" mit ca. 3.300 Likes (Stand: Dez. 2015 - vgl. 2014: 2.800 Likes) ist ein sehr aktiv genutztes Kommunikationsinstrument für den Bereich Mainz Kultur. Auf dieser Facebook-Seite informiert das Team des Bereichs Mainz Kultur die Fans teilweise täglich über aktuelle Informationen zu künftigen Konzerten oder auch über bereits vergangene Veranstaltungen mit deren Nachberichten. Die Seite bietet den Vorteil, dass es sich bei der Location um einen etablierten Veranstaltungsort handelt: Menschen „liken" die Seite, da sie an Informationen interessiert sind. Daher werden die Zielgruppe direkt angesprochen und Neuigkeiten gezielt kommuniziert.

Auch der Weg zum Erwerb von Online-Tickets wird über die Einbindung auf der Facebook-Seite verkürzt. Das Tool wurde im Rahmen des Relaunchs Anfang 2015 in die Seite implementiert.

8. Mainz Kultur in Zahlen

Kennzahlen	**2015**	**2014**	**in %**
Veranstaltungstage Frankfurter Hof	154	153	+0,7
Besucher Frankfurter Hof	47.000	46.211	+1,7
Veranstaltungen „Summer in the City"	17	15	+13,3
Besucher „Summer in the City"	50.000	55.000	-9,1

Die Konzerte von Roxette und Lionel Richie mussten wegen Unwetterwarnungen abgesagt werden.

+
erlebnisplus
MAINZ TOURISMUS

Die Hauptaufgabe des Bereichs Tourismus ist die Entwicklung des gesamten touristischen Angebots sowie die Vermarktung der Landeshauptstadt Mainz im In- und Ausland.

1. Das Tourist Service Center

Das Tourist Service Center ist die erste Anlaufstelle für alle Besucher in Mainz. Die Mitarbeiter der mainz**plus** CITYMARKETING bieten eine individuelle Beratung vor Ort und im Vorfeld und stehen für allgemeine Auskünfte, den Verkauf von Veranstaltungstickets, die Hotelzimmervermittlung sowie die Buchung von Stadtführungen zur Verfügung.

Ein Hauptaugenmerk liegt auf dem Souvenirverkauf, der ein saisonales Angebot bereit hält. So wurde während der Weihnachtszeit beispielsweise ein Verpackungsservice angeboten, der von den Touristen und auch Mainzern sehr gut angenommen wurde. Für Schnäppchenjäger bietet sich das „Souvenir der Woche“ an, welches jeweils sieben Tage lang zu einem rabattierten Preis angeboten wird.

Um die Mitgliedschaft bei den „Great Wine Capitals“ zu unterstreichen und für den Gast erlebbar zu machen, ist es für Mainz wichtig, dass Wein an möglichst vielen Orten in der Stadt präsent ist. Seit Mai 2015 wird daher auch Wein der Mainzer Winzer im Tourist Service Center präsentiert. Gäste und Besucher können die Weine verkosten und kaufen.

Great Wine Capitals
Global Network ...a World of Excellence

Darüber hinaus werden zahlreiche attraktive Weinreisen sowie Weinbergsrundfahrten, Weinwanderungen und rheinhessische Kochkurse angeboten, um die Präsenz des Themas Wein weiter zu erhöhen.

Das Tourist Service Center ist unter anderem als Infopoint und Souvenirverkaufsstand auf mehreren Messen, am Weinmarkt sowie während Großveranstaltungen in der Rheingoldhalle vertreten.

Seit Anfang 2015 wurden die Öffnungszeiten des Tourist Service Centers erweitert. Von Mitte April bis Ende Oktober sowie an allen Adventssonntagen hat das Tourist Service Center zusätzlich sonntags von 11 bis 15 Uhr seine Pforten geöffnet und kann somit rund um die Uhr die Besucher touristisch beraten.

2. Führungen – Mainz mal anders

2015 wurden 5.150 Gästeführungen durchgeführt. Neu ist das Angebot der Gästeführungen in Chinesisch, Portugiesisch und Flämisch. In folgenden Sprachen wurden Gästeführungen angeboten:

Deutsch, Englisch, Flämisch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Kroatisch, Niederländisch, Japanisch, Russisch, Hebräisch, Polnisch, Lettisch, Portugiesisch, Chinesisch.

Daneben wurden einige neue Stadtführungen angeboten: Neben einer Bootsrundfahrt mit Weinprobe an Bord der Schaluppe „Orso“ wurden auch im Zuge der Ausbildung neuer fremdsprachlicher Gästeführer zu den Adventssonntagen spanische Führungen angeboten. Ferner wurde die Zusammenarbeit mit dem Staatstheater Mainz vertieft und eine gemeinsame Kombiführung als Testlauf angeboten, die nach gutem Auftakt in 2015 ab 2016 regelmäßig angeboten wird. Im Rahmen der Lutherdekade gab es in den Mainzer Museen verschiedene thematische Ausstellungen, die in Zusammenarbeit mit dem Mainzer Gästeführerverband zu regelmäßigen Terminen angeboten wurden. Im Rahmen der Buchvorstellung „Best of Mainz“ der Autorin Stefanie Jung gab es zur Veröffentlichung des Buches zwei Stadtrundgänge, auf der sie ihre besonderen Highlights aus dem Buch sowie diverse Köstlichkeiten mit den Gästen teilte.

3. Märkte

Die primären Quellmärkte 2015 waren Deutschland, Niederlande, Schweiz und Österreich, analog zu den Vorjahren. Auf weiteren internationalen Märkten war Mainz über die Verbände Historic Highlights of Germany (HHoG) und Romantic Cities vertreten. Sekundärmärkte wie die USA, China und Japan, aber auch der europäische Raum mit Großbritannien und Italien standen hier im Fokus der Marketingmaßnahmen.

Der niederländische Markt sowie erstmalig der belgische Markt wurden in Kooperation mit der Rheinhessen-Touristik GmbH, der Hotelwerbegemeinschaft und Great Wine Capital Mainz bearbeitet. Zu den gemeinsamen Maßnahmen gehören die Teilnahme an verschiedenen Endverbrauchermessen (wie z. B. die Fiets en Wandelbeurs) in den Niederlanden und zwei Einzelpressereisen in Rheinhessen für niederländische Journalisten, die in renommierten Zeitschriften Artikel veröffentlichten. Der Medienwert aller Pressemaßnahmen in 2015 liegt bei 132 T €.

Für Belgien wurde eine gemeinsame Marketingaktion mit mehreren Publikationen in belgischen Reisemagazinen sowie Online-Beiträgen zu den Hauptthemen Wein und Genuss, Wandern und Radfahren sowie Kultur in Mainz und Rheinhessen gestartet.

Der wichtigste Quellmarkt für Mainz ist nach wie vor der deutsche Markt. Dementsprechend sind die aufgeführten Marketingmaßnahmen wie Publikationen, Messebeteiligungen und Pressearbeit vorwiegend auf Deutschland ausgerichtet.

4. Messebeteiligungen

Messe	**Ferien-Messe Wien**
Homepage	www.ferien-messe.at
Veranstaltung	Internationale Messe für Urlaub, Freizeit und Reisen, Endverbrauchermesse
Datum	15. – 18. Januar 2015
Ort	Messe Wien, Österreich
Besucher	ca. 150.000
Zielgruppe	Kulturinteressierte Best Ager
Reichweite	International
Aussteller	780 Aussteller aus 70 Ländern
Auftritt	Gemeinsamer Counter mit der Region Frankfurt Rhein-Main am Deutschland-Stand der DZT

Messe	**CMT – Die Urlaubsmesse**
Homepage	www.messe-stuttgart.de/CMT
Veranstaltung	Fachbesucher- und Endverbrauchermesse
Datum	17. – 25. Januar 2015
Ort	Messe Stuttgart
Besucher	241.000
Zielgruppe	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse, Firmen, Endverbraucher
Reichweite	International
Aussteller	2012 Aussteller aus 98 Ländern sowie 365 Regionen
Auftritt	Mainz Tourismus ist mit einem eigenen Stand (12 qm) direkt gegenüber des ZDF-Standes vertreten. Präsentiert wird die Stadt Mainz als Städtereisedestination. Besonders die Angebote zum Wandern (Rheinterrassenweg), Kultur („Summer in the City“-Konzertreihe, Angebote der Museen) und Wein & Genuss (Weinproben, Weinwanderungen) stoßen auf großes Interesse.

Messe	**Fiets en Wandelbeurs**
Homepage	www.fietsenwandelbeurs.nl
Veranstaltung	Endverbrauchermesse
Datum	31. Januar – 1. Februar 2015
Ort	Messezentrum RAI Amsterdam
Besucher	18.950
Zielgruppe	Publikumsmesse, Rad- und Wandertouristen
Reichweite	International
Aussteller	ca. 600
Auftritt	Counter am DZT-Stand

Messe	**Fespo Zürich**
Homepage	www.fespo.ch
Veranstaltung	Internationale Messe für Urlaub, Freizeit und Reisen, Endverbrauchermesse
Datum	28. Januar – 1. Februar 2015
Ort	Messe Zürich, Schweiz
Besucher	62.000
Zielgruppe	Kulturinteressierte Best Ager, Städtereisen-Interessierte
Reichweite	International
Aussteller	650 internationale Aussteller
Auftritt	Gemeinsamer Counter mit der Wiesbaden Marketing GmbH

Messe	**Internationale Tourismusbörse Berlin (ITB)**
Homepage	www.itb-berlin.com
Veranstaltung	Fachbesucher- und Endverbrauchermesse
Datum	4. – 8. März 2015
Ort	Messe Berlin
Besucher	115.000 Fachbesucher, zzgl. 50.000 Privatbesucher
Zielgruppe	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fach- und Endverbraucherpresse, Firmen, Endverbraucher
Reichweite	International
Aussteller	Ca. 10.000 Aussteller aus 185 Ländern
Auftritt	Mainz Tourismus war als Unteraussteller am Rheinland-Pfalz-Stand vertreten. Die Präsentation erfolgte an einem Gemeinschaftscounter mit dem Städteverbund Romantic Cities und dem Great Wine Capital-Partner vinotravel.

Messe	**Die 66 – Deutschlands größte 50+ Messe**
Homepage	www.die-66.de
Veranstaltung	Endverbrauchermesse
Datum	17. – 19. April 2015
Ort	MOC München
Besucher	47.031
Zielgruppe	50 plus Gäste
Reichweite	National
Aussteller	475 Aussteller aus 16 Ländern und 15 Themenbereichen wie z. B. Tourismus & Reisen, Freizeit & Hobby, Sport & Fitness, Mode & Beauty, Kommunikation & Neue Medien u.v.m.
Auftritt	Mainz Tourismus war mit einem eigenen Stand (12 qm) vertreten, der hauptsächlich das Thema Kultur und Wein transportierte (GWC Roll Up sowie Weinprobe vor Ort mit Wein der Mainzer Winzer).

Messe	**Germany Travel Mart (GTM)**
Homepage	www.germany-travel-mart.de
Veranstaltung	Fachbesuchermesse
Datum	26. – 28. April 2015
Ort	Erfurt und Weimar
Besucher	601 internationale Einkäufer
Zielgruppe	B2B
Reichweite	weltweit
Aussteller	337 deutsche Anbieter
Auftritt	eigene Koje

Messe	**RDA Workshop Köln**
Homepage	www.rdaworkshop.de
Veranstaltung	Branchentreff für Busreiseunternehmen und Gruppengeschäft
Datum	21. – 23. Juli 2015
Ort	Messe Köln
Besucher	Keine Zahlen veröffentlicht
Zielgruppe	Paketreiseveranstalter, Veranstalter, Incoming-Agenturen, Reedereien, Bushersteller, Busausstatter
Reichweite	International
Aussteller	900 Anbieter aus ca. 40 Urlaubsländern
Auftritt	Mainz Tourismus war als Unteraussteller am Stand des ZDF vertreten.

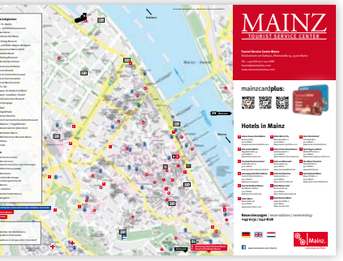
Messe	**Workshop ReisMarkt Duitsland**
Homepage	www.germany.travel
Veranstaltung	Fachbesucher-Workshop
Datum	12. Februar 2015
Ort	Amsterdam
Zielgruppe	Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fachpresse
Reichweite	National
Aussteller	60 Anbieter
Auftritt	Rheinhessen-Touristik mit Mainz zusammen dargestellt, ein Workshop-Tisch mit Banner und Auslagefläche

Zusätzlich war der Bereich Mainz Tourismus durch Vertreter der Marketingverbände Historic Highlights of Germany und Romantic Cities auf verschiedenen internationalen Messen und Workshops vertreten.

5. Publikationen

Broschüre „Mainz – Entdecken und Erleben 2015“	
Zielgruppe	Reiseveranstalter und Endverbraucher
Auflage	12.500 Stück
Format	DIN lang
Vertrieb	Auslage Tourist Service Center, Mailing, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage, Versand an Endverbraucher, Internet, Museen, Hotels, lokaler Verteiler des Mainzer Gästeführerverbands e.V.
Erscheinungstermin	Januar 2015

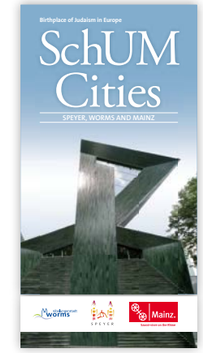
Faltstadtplan „Mainz“	
Zielgruppe	Endverbraucher
Sprache	deutsch und englisch
Auflage	30.000 Stück (dt.) / 25.000 Stück (engl.)
Format	DIN lang
Vertrieb	Verkauf im Tourist Service Center, Messen und Workshops, Hotels
Erscheinungstermin	Juni 2015



Abreißstadtplan „Mainz“	
Zielgruppe	Endverbraucher
Sprache	deutsch, englisch, niederländisch, französisch, spanisch, italienisch
Auflage	120.000 Stück (dt., engl., nl.) / 30.000 Stück (franz., span., ital.)
Format	DIN A3
Vertrieb	Auslage im Tourist Service Center, Messen und Workshops, Hotels
Erscheinungstermin	Juli 2015

Flyer „Konzertpakete Summer in the City 2015“	
Zielgruppe	Endverbraucher
Auflage	7.550 Stück
Format	DIN lang
Vertrieb	Auslage Tourist Service Center, Versand an rund 700 Reiseveranstalter und Endverbraucher, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage, Internet
Erscheinungstermin	Februar 2015

Flyer „SchUM-Pauschale 2015“	
Zielgruppe	Reiseveranstalter und Endverbraucher
Sprache	englisch
Auflage	5.000 Stück
Format	DIN lang
Vertrieb	Auslage Tourist Service Center, Mailing, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage, Internet, Museen, Hotels, lokaler Verteiler des Mainzer Gästeführerverbands e.V.
Erscheinungstermin	Juni 2015



mainzcardplus 2016 + Flyer	
Zielgruppe	Endverbraucher
Auflage	2.500 mainzcard**plus**; 5.000 Flyer
Format	DIN A4
Vertrieb	Verkauf im Tourist Service Center, Messen und Workshops, Hotels
Erscheinungstermin	Dezember 2015

Flyer „Mainzer Sommerlichter“	
Zielgruppe	Endverbraucher
Auflage	10.000 Stück
Format	DIN lang
Vertrieb	Auslage Tourist Service Center, Versand an rund 700 Reiseveranstalter und Endverbraucher, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage, Internet
Erscheinungstermin	November 2015

Flyer „Wahl der Deutschen Weinkönigin“	
Zielgruppe	Endverbraucher
Auflage	5.000 Stück
Format	DIN lang
Vertrieb	Auslage Tourist Service Center, Versand an rund 700 Reiseveranstalter und Endverbraucher, Messen und Workshops, Versand auf Anfrage, Internet
Erscheinungstermin	November 2015

Gewinnspielkarte „Heute bin ich Tourist“	
Zielgruppe	Endverbraucher
Auflage	5.500 Stück
Format	DIN A6 Postkarte
Vertrieb	Auslage Tourist Service Center, Rheingoldhalle, Messen
Erscheinungstermin	Juni 2015

6. Facebook „Mainz“

Der Bereich Mainz Tourismus betreut seit mehreren Jahren die Facebook-Fanpage „Mainz“, mit der aktuell rund 44.500 Fans (Stand: Dez. 2015) angesprochen werden.

Die Fanpage bietet den Vorteil, dass Veranstaltungshighlights in Mainz sowie zahlreiche Ereignisse, Neuigkeiten, Feste und Bilder der Stadt einem großen Publikum präsentiert werden können. So kann das positive Image der Stadt gemeinsam mit engagierten „Fans“, die Inhalte kommentieren, posten und teilen, ausgebaut werden.

Im Herbst 2015 gab es erstmalig den Fotowettbewerb #IndianSummerinMainz, welcher auf große Beliebtheit stieß. 23 Mainzer Hobbyfotografen posteten auf Facebook zwei Wochen lang die schönsten Herbstbilder von Mainz. Die drei Bilder mit den meisten Likes gewannen Tickets für Veranstaltungen in Mainz. Ein Bild wurde zum neuen Titelbild der Facebook-Seite „Mainz“ gekürt und mit einem Essensgutschein prämiert.

Ebenso sehr gut angenommen wurde das #Adventsgewinnspiel im Dezember. Jeden Adventssonntag wurde ein neues Gewinnspiel veröffentlicht. So konnte man beispielsweise mit dem schönsten Selfie auf dem Weihnachtsmarkt Verzehrgutscheine für die Glühweinstände gewinnen.

7. Partnermodell

Das Ende 2013 eingeführte Partnermodell „Hotellerie“ wurde 2015 fortgeführt. Ziel des Partnermodells ist es, die Partnerschaft mit Hotels als Multiplikatoren und wichtige touristische Akteure in der Stadt weiter zu festigen, während die beteiligten Hotels gleichzeitig attraktive Marketingaktivitäten seitens mainz**plus** CITYMARKETING in Anspruch nehmen können.

8. Tourismusbeirat

Der Anfang 2013 erstmals einberufene Tourismusbeirat der mainz**plus** CITYMARKETING GmbH hat sich im dritten Jahr seines Bestehens etabliert und wurde 2015 zweimal einberufen. Der Kreis wurde 2015 um eine Vertreterin der Mainzer Museen erweitert.

Im Fokus stehen der Gedanken- und Ideenaustausch, die Vorstellung aktueller Projekte sowie die Abstimmung gemeinsamer Aktionen aller Beteiligten.

Partner des Tourismusbeirates sind:

- **DEHOGA – Kreisstelle Mainz**
- **Verkehrsverein Mainz e. V.**
- **Mainzer Hotelwerbegemeinschaft e. V.**
- **Werbegemeinschaft Mainz e. V.**
- **Mainz City Management e. V.**
- **Rheinhessen-Touristik GmbH**
- **Vertreter der Mainzer Hotellerie**

9. Ausblick 2016

Das neue Tourist Service Center im Landesmuseum
Auf verschiedenen Feldern wollen mainz**plus** CITYMARKETING und die Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE) künftig enger zusammenarbeiten, um das kulturelle Erbe der Stadt Mainz noch stärker in den Fokus zu rücken. In einem ersten Schritt wird Anfang Januar 2016 im Landesmuseum Mainz der GDKE ein zusätzlicher Anlaufpunkt für Touristen eingerichtet.

Bis Ende des Jahres wurde der Eingangsbereich im Landesmuseum entsprechend umgestaltet, um den neuen Servicepoint einzurichten, der sowohl Museumsbesuchern als auch allen Touristen ein umfangreiches Angebot bietet. Neben der Anlaufstelle für Touristen wurde gleichzeitig das Shopkonzept neu aufgestellt und integriert. So sollen neben ausstellungsspezifischen Angeboten auch Souvenirs angeboten werden, etwa zu den Themen Römer, Mainzelmännchen, Rheinhessen-Wein, aber auch zu Mainz 05.

Die inhaltliche und personelle Betreuung des Servicepoints sowie das touristische Know-how bringt mainz**plus** CITYMARKETING in die Kooperation mit ein. Das Landesmuseum der GDKE stellt die Räumlichkeiten zur Verfügung und wird das Personal von mainz**plus** CITYMARKETING entsprechend schulen.

Da das Landesmuseum sonntags und das Tourist Service Center am Brückenturm montags geöffnet hat, steht für Besucher künftig an jedem Wochentag eine touristische Anlaufstelle zur Verfügung.

Öffnungszeiten:
Dienstag: 10 – 20 Uhr
Mittwoch bis Sonntag: 10 – 17 Uhr
Montags geschlossen

10. Mainz Tourismus in Zahlen

Übernachtungen gesamt	2015	2014	in %
Rheinland-Pfalz	22.588.707	22.007.954	+2,6
Mainz	**889.046 ***	**871.401**	**+2,0 ***
Trier	781.331	742.358	+5,3
Bad Neuenahr	739.166	746.520	-1,0

Ausländische Übernachtungen in Mainz (TOP 10)	2015	2014	in %
1.) USA	65.494	70.995	-7,7
2.) China	17.968	14.849	+21,0
3.) Arabische Golfstaaten	17.296	14.466	+19,6
4.) Großbritannien	14.427	15.805	-8,7
5.) Schweiz	14.000	12.652	+10,7
6.) Kanada	13.819	10.425	+32,6
7.) Frankreich	10.330	10.712	-3,6
8.) Niederlande	9.133	8.913	+2,5
9.) Österreich	8.984	8.829	+1,8
10.) Italien	8.574	8.237	+4,1

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

* In der aufgeführten Statistik sind die Camping- und Wohnmobilstellplätze nicht berücksichtigt. Der Wohnmobilstellplatz in Mainz eröffnete Ende 2014 und konnte 2015 zusätzlich etwa 10.000 Übernachtungen generieren. Somit weist die Stadt Mainz insgesamt ein Volumen von rund 900.000 Übernachtungen im Jahr 2015 auf.

Mainz verzeichnet 2015 einen deutlichen Anstieg bei Gästeankünften (5,0 %) und Übernachtungen (3,2 %) – unter Berücksichtigung des Camping- und Wohnmobiltourismus. Bei den Übernachtungen ist 2015 sowohl für Rheinland-Pfalz als auch Mainz ein Rekordjahr. Der stärkste Anstieg ist dabei bei inländischen Gästen zu verzeichnen.

Nach wie vor liegt die Landeshauptstadt unangefochten auf Platz eins in Rheinland-Pfalz. Der Anteil an ausländischen Gästen macht etwa 28 % aus. Die größte Anzahl ausländischer Übernachtungen wurde bei Gästen aus den USA und aus China generiert. Auch die verstärkten Aktivitäten auf dem niederländischen Markt zeigen erste Erfolge.

Mainz vernetzt.
Kooperationen und Verbände

1. Bereich Mainz Congress

Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V.
www.evvc.org

German Convention Bureau e. V.
www.gcb.de

Congress Allianz
www.congressallianz.de

2. Bereich Mainz Tourismus

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.
www.germany.travel

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
www.gastlandschaften.de

Rheinhessen-Touristik GmbH
www.rheinhessen.info

Historic Highlights of Germany
www.historicgermany.travel

Romantic Cities
www.romantic-cities.com

Great Wine Capitals Global Network
www.greatwinecapitals.com

Mainz City Management e. V.
www.mainz-citymanagement.de

Marktplätze.
Pressemeldungen und Pressereisen

58 Pressemeldungen
10 Pressegespräche
16 Pressereisen

Im Bereich Mainz Kultur wurde die Pressearbeit mit über 2.000 Pressemeldungen bzw. Hinweisen zu den Konzerten ergänzt.

Presse- und Produktschulungsreisen sind ein wichtiger Bestandteil der Marketing- und Imagemaßnahmen von mainz**plus** CITYMARKETING. Die Anzahl der Pressereisen im Bereich Mainz Tourismus ist in den letzten Jahren stark angestiegen, der Schwerpunkt lag auf den Themen Wein und Kulinarik sowie kulturelle Highlights und Veranstaltungen.

Von den insgesamt 16 Pressevertretern kamen 12 aus dem Ausland, wie zum Beispiel aus Amerika, China, Japan und auch aus den europäischen Ländern wie Dänemark, Italien und den Niederlanden. Neben sechs Einzelpressereisen gab es im Jahr 2015 unter anderem auch zwei Bloggerreisen mit zahlreichen Berichten und Bildern über Mainzer Besonderheiten und Traditionen.

Kontakt

August Moderer
Geschäftsführer
Tel.: +49 (0)6131 242-200
E-Mail: a.moderer@mainzplus.com

Uwe Leitermann
Kaufmännischer Leiter / Mitglied der Geschäftsleitung
Tel.: +49 (0)6131 242-122
E-Mail: u.leitermann@mainzplus.com

Ludwig Jantzer
Prokurist / Programmplaner
Tel.: +49 (0)6131 242-910
E-Mail: l.jantzer@mainzplus.com

Henning Schildt
Verkaufsdirektor
Tel.: +49 (0)6131 242-110
E-Mail: h.schildt@mainzplus.com

Karina Krauß
Bereichsleiterin Tourismus
Tel.: +49 (0)6131 242-821
E-Mail: k.krauss@mainzplus.com

IMPRESSUM

mainz**plus** CITYMARKETING GmbH, Rheinstraße 66, 55116 Mainz, www.mainz**plus**.com

Konzept und Realisierung: www.madkom.com
Fotos: © mainz**plus** CITYMARKETING GmbH; © Landeshauptstadt Mainz; © Ali Kepenek

mainz**plus** CITYMARKETING GmbH
Rheinstraße 66, 55116 Mainz

Tel.: +49(0)6131 242-0
Fax: +49(0)6131 242-100

www.mainzplus.com

mainz**plus**
CITYMARKETING

FSC
www.fsc.org

MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C110248