

Anfrage Nr. 0012/2005/FZ  
**Anfrage von: Frau Stadträtin Hommelhoff**  
**Anfragedatum: 07.04.2005**

Stichwort:  
**Fußballweltmeisterschaft 2006 - was tut Heidelberg?**

Schriftliche Frage:

Im Hinblick auf die Fußballweltmeisterschaft 2006 planen die Städte Karlsruhe und Mannheim große Aktivitäten, die sie bereits jetzt in den Medien ankündigen. Was ist dazu in Heidelberg vorgesehen, z. B. von der Gesellschaft für Wirtschaftsentwicklung und Tourismus mbH (HDWT)? Schließlich liegt auch Heidelberg nahe bei den drei Spielstätten Frankfurt/Main, Kaiserslautern und Stuttgart und wir sollten die Chance des internationalen Fußball-Tourismus nutzen.

Antwort:

Bei der Stadt Heidelberg findet zu diesem Thema am 28.04.2005 ein Gespräch mit den beteiligten Ämtern statt. Ein erstes Vorgespräch hat es bereits bei der Sportregion Rhein-Neckar-Dreieck gegeben, an dem die Heidelberger Kongress und Tourismus GmbH (HKT) teilgenommen hat. Hier ging es um das Aufstellen von Großbildschirmwänden in den einzelnen Kommunen des Rhein-Neckar-Dreiecks.

Sobald konkrete Ergebnisse vorliegen, werden wir darüber informieren.

**Aktivitäten der Heidelberger Kongress und Tourismus GmbH (HKT) zur Fußballweltmeisterschaft 2006**

Schwerpunkt aller Aktivitäten der HKT:

Schwerpunkt ist die Bearbeitung des Unternehmensbereichs (Corporate Business) mit dem Ziel, Firmenkunden im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft 2006 und auch auf Dauer nach Heidelberg und in das Rhein-Neckar-Dreieck zu holen. Die HKT möchte die WM 2006 somit nutzen, um langfristig das Veranstaltungs- und Incentivegeschäft in Heidelberg zu intensivieren. Unter dem Motto „Wir sind aufgestellt“ bietet die HKT in Zusammenarbeit mit dem Heidelberger Gästeführerverein neue Rahmenprogramme für Veranstaltungen (Kongresse, Tagungen, Seminare etc.) in Heidelberg an.

Zur Gewährleistung der professionellen Abwicklung der Programme hat die HKT bereits letztes Jahr eine Kooperation mit der Incentive Agentur „unique concept“ aus Heidelberg abgeschlossen.

Beispiel: Die Heidelberger Druckmaschinen AG lädt Gäste im Rahmen der WM nach Heidelberg ein (Tickets über iSe-Hospitality Programm) und die HKT bietet dazu ein entsprechendes Rahmenprogramm an inkl. Hotels.

**Marketingaktivitäten der HKT in diesem Bereich:**

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Unterstützung bei der Erstellung der Webpage [www.heidelberg-wm2006.de](http://www.heidelberg-wm2006.de)
- Destination Report „Convention International“ [bundesweite Fachzeitung aus dem MICE-Segment (Meedings Incentive Congresses and Events)]
- IMEX 19. – 21. April 2005; die IMEX in Frankfurt ist eine der führenden Messen weltweit für Meeting und Incentive Travel
- Erarbeitung von Rahmenprogrammen mit dem Gästeführerverein

- Akquise bei Firmenkunden
- FAM-Trips (übersetzt: Familiarization Tour: Ganz oder überwiegend kostenlos gewährte Einzel- oder Gruppen-Informationsreisen für Expedienten oder Einkäufer bzw. Veranstalter von Tagungen oder Kongressen zum Kennenlernen neuer Destinationen oder neuer Leistungen)

Marketingaktivitäten im touristischen Bereich:

- Information für den Gast auf [www.heidelberg-tourismus.de](http://www.heidelberg-tourismus.de) rund um die WM 2006 mit Ausflugsmöglichkeiten in Heidelberg (Gästeführungen, Rahmenprogramm etc.)
- Bewerbung dieser Angebote bei der ITB (Internationale Tourismus-Börse) in Berlin