



**Josef Schmid**  
2. Bürgermeister  
Leiter des Referats für  
Arbeit und Wirtschaft

I.  
CSU-Fraktion

Rathaus

Datum  
28.11.2016

**Städtisches Tourismus-Engagement auf der internationalen Tourismus-Messe „f.re.e“**,  
Antrag Nr. 14-20 / A 02026 vom 19.04.2016, eingegangen am 23.04.2016

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich bitte, die nicht rechtzeitige Beantwortung wegen noch notwendiger Abstimmungen zu entschuldigen. Ihr Einverständnis vorausgesetzt, erlaube ich mir, den Antrag bezüglich einer künftigen Beteiligung im Rahmen touristischer Eigen-Werbung an der Freizeit- und Reisemesse „f.re.e“ anstelle einer Stadtratsvorlage als Brief zu beantworten.

Die strategische Ausrichtung der Vermarktung Münchens ist durch den Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft Nr. 14-20 / V 01052, Touristische Strategie für München, vom 14.10.2014 vorgegeben und wird dementsprechend umgesetzt.

Wesentliche Kernelemente sind dabei die Fokussierung auf auslastungsschwächere Zeiten (Mitte Oktober bis Dezember, Februar bis April) mit der thematischen Ausrichtung Genusskultur und Kulturgenuss. Ein gesundes, nachhaltiges Wachstum steht hierbei im Vordergrund.

Um die definierten Zielgruppen (die Sinus-Milieus „Konservativ Etablierte“, „Liberal-Intellektuelle“ und „Adaptiv-Pragmatische“) zu erreichen, wurde ihr Verhalten bei der Einholung von Reiseinformationen beleuchtet: Während 2010 die Messe noch eine gewisse, wenn auch nur geringe Bedeutung als Informationsquelle für eine Reise nach München hatte (9 Prozent), taucht sie ab 2011 überhaupt nicht mehr auf (0 Prozent). Somit muss davon ausgegangen werden, dass Endverbraucher messen als Vermarktungsplattform für München Tourismus irrelevant sind.

*Quelle: Qualitätsmonitor dwif*

Auch die Besucherstruktur der Messe „f.re.e“ weist auf, dass wir dort fast ausnahmslos Gäste im Tagesausflugsbereich von München erreichen würden. 86 Prozent der Besucher kommen

Herzog-Wilhelm-Str. 15  
80331 München  
Telefon: 089 233-30246  
Telefax: 089 233-30247

aus einem Umkreis von bis zu 100 km.

Quelle: [www.free-muenchen.de](http://www.free-muenchen.de) bzw. Datenerhebung durch Gelszus Messe-Marktforschungs GmbH.

Das Ausstellungsangebot der f.re.e setzt sich aus 6 Bereichen zusammen. Neben Reisen werden Caravaning, Mobile Freizeit, Fahrrad, Wassersport, Outdoor und Gesundheit & Wellness präsentiert. Zusätzlich finden zeitgleich in den Hallen die „Münchner Autotage“ statt.

Damit unterscheidet sich diese Messe grundlegend z.B. von der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB), an der München Tourismus jährlich teilnimmt. Bei dieser handelt es sich einerseits um eine reine Tourismusmesse und dient, was München Tourismus insbesondere in Anspruch nimmt, andererseits als primäre Plattform für Fachgespräche mit den Reisebüros, Veranstaltern und Journalisten aus aller Welt.

Anbei erhalten Sie zur Vervollständigung auch die Auswertung des Fachbereich IV, Sachgebiet Marktforschung zu der Auswertung des Qualitätsmonitor dwif sowie die Datenerhebung Messe f.re.e durch Gelszus Messe-Marktforschungs GmbH.

Angesichts dieser Erkenntnisse und in Anbetracht der strategischen Ausrichtung der touristischen Vermarktung Münchens sprechen die Fakten gegen eine Beteiligung an der Messe „f.re.e“.

München Tourismus bietet mit seinen beiden Infostellen am Marienplatz und Hauptbahnhof hervorragende Möglichkeiten, sich über die Landeshauptstadt zu informieren. Gerade auch die besucherfreundlichen Öffnungszeiten und die qualitativ hochwertigen sowie umfangreichen Informationen unserer geschulten Fachkräfte sichern die Informationsversorgung unserer Gäste.

Ich bitte Sie, von den vorstehenden Ausführungen Kenntnis zu nehmen und hoffe, dass Ihr Antrag zufriedenstellend beantwortet ist und als erledigt gelten darf.

Mit freundlichen Grüßen

- II. Vor Auslauf mit gesondertem Anschreiben an Hr. OB mit der Bitte um Zustimmung.
- III. Abdruck von I. und II.  
an das Direktorium-HA II/V 1  
an RS/BW  
z.K.
- IV. Wv. FB IV

Josef Schmid