visitfrankfurt

Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF)

Quartalsbericht 2/2026

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

Brand Summit 2026 der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)

Das zweite Quartal 2026 war geprägt von bedeutenden Marketingmaßnahmen und Veranstaltungen der Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF). Ein Höhepunkt war der zweite Rooftop Day am 6. Juni, der nach der erfolgreichen Premiere im Vorjahr erneut außergewöhnliche Ausblicke auf Frankfurt ermöglichte. Auch international stärkte Frankfurt seine Sichtbarkeit: Mit der Ausrichtung des Travel Destination Germany Incoming & Brand Summit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Kooperation mit der TCF präsentierte sich die Stadt rund 70 internationalen Medienvertreterinnen und -vertretern als vielseitige und authentische Destination. Die IMEX Frankfurt bot erneut eine wichtige Plattform, um den Standort im internationalen Tagungs- und Kongressmarkt zu positionieren und Netzwerke zu pflegen. Darüber hinaus gaben etablierte Veranstaltungen wie die Frankfurter Dippemess, der Wäldchestag und das Opernplatzfest Anlässe für einen Besuch Frankfurts. Gemeinsam mit weiteren Marketingaktivitäten trugen sie dazu bei, die Sichtbarkeit Frankfurts im In- und Ausland zu erhöhen und das Profil der Destination zu schärfen.

Hinweis: Die aktuellen Zahlen zu Gästeankünften und Übernachtungen für Frankfurt am Main liegen derzeit nicht vor, daher entfällt das Kapitel 1. Situationsanalyse. Grund ist eine Umstellung der amtlichen Statistik und daraus resultierende Anpassungen beim Hessischen Statistischen Landesamt. Die Ergebnisse der Statistiken ab April 2026 verzögern sich aus diesem Grund.

© #visitfrankfurt, Luisa Rützel

Rooftop Day Frankfurt 2026

© #visitfrankfurt, Holger Menzel

1. Marketingaktionen

1.1 Messen, Workshops und Sales 5
1.2 Digitale Meetings, Webinare und Site-Inspections 9
1.3 Presse- und Studienreisen, Site-Inspections 10
1.4 Mailingaktionen 20
1.5 Publikationen und Produkte 23
1.6 Anzeigen und Advertorials 33
1.7 Kampagnen 35
1.8 Sonstige Aktionen 45

2. Regionales Marketing

2.1 Destination FrankfurtRheinMain 54
2.2 Regionalmarketing FrankfurtRheinMain 57

3. Volksfeste und Veranstaltungen

3.1 Dippemess im Frühjahr 59
3.2 Wäldchestag 61
3.3 Opernplatzfest 63

4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

4.1 Pressemeldungen 64
4.2 Pressekonferenzen und -termine 64
4.3 Fernseh- und Radiobeiträge 65
4.4 Nationale Presseberichte 65
4.5 Social Media-Kanäle 69

5. Nachhaltigkeit

Digitale Meetings, Sonstige Aktionen, Barrierefreiheit 72

6. Digitalisierung

Laufende Projekte/Maßnahmen 75

Impressum 78

IMEX Frankfurt 2026

© David Vasicek

© David Vasicek

1. Marketingaktionen

1.1 Messen, Workshops und Sales

IMEX Frankfurt
19. – 21.05.2026

- Veranstaltung: Messe
- Reichweite: weltweit
- Zielgruppe: Veranstaltungsplaner*innen und Entscheider von Agenturen, Verbänden und Unternehmen, Fachpresse
- Kontakt: Ramona Rutert
  069/24 74 55-503
  rutert@infofrankfurt.de

Vom 19. bis 21. Mai 2026 besuchten rund 13.500 Personen die IMEX Frankfurt, darunter 3.731 Hosted Buyer aus 85 Ländern sowie 1.000 Visitor Buyer aus 67 Ländern. Insgesamt wurden 73.000 vorgebuchte Termine gezählt. Die Messe erzielte erneut Besucher- und Flächenrekorde und unterstrich die Bedeutung persönlicher Kontakte und internationalen Austauschs.

Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) präsentierte sich gemeinsam mit der Destination FrankfurtRheinMain und zehn weiteren Standpartnern auf 99 m² unter dem Dach „Frankfurt RheinMain". Das bestehende Standkonzept wurde an die neue Wortbildmarke der Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main angepasst. Der touristische Informationscounter wurde in den Gemeinschaftsstand integriert. Zu den Standaktionen zählten ein Empfang mit dem Berlin Convention Office sowie eine Weinverkostung mit der Frankfurter Weinkönigin Kay Antje I.

Auch 2026 setzte das FCB Nachhaltigkeitsmaßnahmen um: Materiallieferungen per Lastenvelo, vegetarisches Catering und der Verzicht auf Streuartikel. Gemeinsam mit dem Standbauer wurden die CO^2-Emissionen bilanziert und über ein zertifiziertes Klima- und Aufforstungsprojekt mit myclimate kompensiert.

Postkarten der Frankfurter Illustratorin Amelie Persson konnten direkt am Stand versendet werden. Pro Karte spendete das FCB 2,50 € für einen guten Zweck. Insgesamt wurden 127 Postkarten verschickt. Auch abseits des Messestands machte das FCB Frankfurt als Host City sichtbar: An der Shuttlebus-Haltestelle vor Halle 8 und 9 wurde ein Selfie-Point in Form eines FRANKFURT-Schriftzugs installiert. Zur Stärkung der Willkommenskultur wurden eine „Bleisure-Microsite" mit Hotelangeboten sowie Tipps für Frankfurt und die kostenfreie Frankfurt Congress Card erstellt.
Zusätzlich liefen an den Flughafenterminals Videoclips mit IMEX- und #visitfrankfurt-Motiven. Begleitend setzte das FCB auf Kommunikation via Instagram und LinkedIn.
Im Anschluss an die IMEX fand eine dreitägige internationale Pressereise mit MICE-Journalist*innen nach Frankfurt und in den Rheingau statt. Auch 2027 wird sich das FCB gemeinsam mit Partnern auf der IMEX Frankfurt präsentieren.

© #visitfrankfurt

DZT Balkan Jahrespressekonferenz
08.04.2026, Bukarest

- Veranstaltung: Pressekonferenz
- Reichweite: Rumänien
- Zielgruppe: Redakteur*innen, Journalist*innen, Rundfunkanstalten
- Kontakt: Luisa Rützel
  069/24 74 55-457
  ruetzel@infofrankfurt.de

Frankfurt trat bei der DZT Balkan Jahrespressekonferenz am 08.04.2026 in Bukarest als Premium Partner auf und nutzte die Gelegenheit, um die Stadt im osteuropäischen Markt noch sichtbarer zu positionieren. Ziel war es, die Pressekonferenz wirkungsvoll zu nutzen, um relevante Medienvertreter*innen zu informieren und eine breite Berichterstattung in den führenden Kultur- und Reisetiteln zu erzielen.

Im Rahmen der Veranstaltung wurde eine Präsentation gehalten, in der Frankfurt als Stadt der Kontraste vorgestellt wurde. Bildstarke Fotografien und ein ergänzendes Imagevideo boten den anwesenden Journalist*innen einen klaren Einblick in die Vielfalt der Destination.

Im Anschluss an die Präsentation fanden Interviews statt, die zusätzliche Hintergründe lieferten und die Positionierung Frankfurts als attraktive Städtedestination weiter schärften. Die Beteiligung erwies sich als wichtiger Baustein, um die Medienpräsenz in Rumänien nachhaltig zu stärken und die Bekanntheit Frankfurts im Balkanraum weiter auszubauen.

© #meetfrankfurt

Europe Congress MCE North & West Europe
12. – 14.04.2026, Kopenhagen

- Veranstaltung: Fachbesucherworkshop
- Reichweite: Europa
- Zielgruppe: Professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentive- und Eventveranstalter, Firmen, Verbände
- Kontakt: Jessica Mayer
  069/24 74 55-511
  mayer@infofrankfurt.de

Wie bereits im Vorjahr nahm das Frankfurt Convention Bureau (FCB) am MCE North & West Europe von Europe Congress teil. Während des 2,5 tägigen Forums stellte das FCB die Veranstaltungsdestination Frankfurt am Main zunächst kurz vor. Im Anschluss fanden 28 vorab über ein Matchmaking-Tool vereinbarte One-to-One-Gespräche mit internationalen Agenturen, Unternehmen und Verbänden, überwiegend aus Nord- und Westeuropa, statt.

Ergänzt wurde das Programm durch zwei Abendveranstaltungen, die zusätzliche Möglichkeiten zum informellen Austausch und Networking boten. Neben dem FCB waren aus Frankfurt außerdem das Hilton und das Le Méridien vertreten. Die Veranstaltung überzeugte erneut durch ihre professionelle Organisation sowie ein hochwertiges Teilnehmerfeld und zählt im europäischen Verbandsgeschäft zu den wenigen spezialisierten Sales-Plattformen. Aufgrund der positiven Erfahrungen und der hohen Qualität der Kontakte ist eine erneute Teilnahme im kommenden Jahr vorgesehen.

© #visitfrankfurt

Germany Travel Mart (GTM)
19. – 21.04.2026, Oberhausen

- Veranstaltung: Workshop
- Reichweite: weltweit
- Zielgruppe: Reiseveranstalter, Reisemittler, Agenturen, Fachpresse
- Kontakt: Luisa Rützel, 069/24 74 55-457
  ruetze@infofrankfurt.de
  Larissa Degenhardt, 069/24 74 55-462
  degenhardt@infofrankfurt.de

Der Germany Travel Mart (GTM) ist die bedeutendste Incoming-Veranstaltung für das Reiseland Deutschland und wird jährlich in einer anderen deutschen Stadt oder Region ausgerichtet. Im Jahr 2026 fand der GTM in Oberhausen statt und bot erneut eine zentrale Plattform für den internationalen touristischen Fachaustausch. An zwei Veranstaltungstagen trafen 166 deutsche Anbieter*innen auf rund 169 internationale Einkäufer*innen aus 35 Nationen, um neue Geschäftsbeziehungen aufzubauen und bestehende Kontakte zu vertiefen.

Auch die TCF nahm an der Veranstaltung teil und führte zahlreiche Fachgespräche. Dabei wurde das Interesse an Deutschland als Reiseland deutlich, ebenso wie die hohe Aufmerksamkeit für Frankfurt als Destination. Die Gespräche spiegelten die vielfältigen Chancen wider, die der internationale Quellmarkt bietet. Die TCF ist seit vielen Jahren regelmäßig vertreten und plant auch für das Jahr 2027 erneut eine Teilnahme.

© #meetfrankfurt

Break The Ice Forum
07. – 09.05.2026, Eisenstadt (AT)

- Veranstaltung: Forum
- Reichweite: DACH, EU, Großbritannien
- Zielgruppe: MICE-Agenturen, Verbände, Unternehmen
- Kontakt: Ramona Rutert
  069/24 74 55-503
  rutert@infofrankfurt.de

Die Veranstaltungsreihe Break The Ice Forum ist eine B2B-Veranstaltung für den MICE-Sektor und findet in verschiedenen Destinationen Europas statt. Für zwei Tage treffen sich Anbieter (Destinationen, Hotellerie) und Hosted Buyer zum gegenseitigen Austausch. Rund 70 % der Hosted Buyer sind MICE-Agenturen, 30 % Verbände und Unternehmen. Zeit zum Netzwerken bieten One-to-One Meetings sowie gemeinsame Programmpunkte und Abendveranstaltungen.
In Eisenstadt trafen sich 62 Anbieter*innen und 57 Kund*innen. Die One-to-One Meetings fanden über vier Stunden mit Terminen von jeweils zehn Minuten statt. Das FCB führte dabei 25 Gespräche.
Während des Mittagessens, der Abendveranstaltungen sowie einer Stadtrallye mit iPads konnten die Gespräche vertieft, weitere Hosted Buyer kennengelernt und neue Kontakte geknüpft werden.

Das FCB war mit einer Kollegin vor Ort. Die Teilnahme war erfolgreich. Eine weitere Teilnahme am Break The Ice Forum im Salzburger Land im Oktober 2026 ist geplant.

© #meetfrankfurt

Europe Congress Life Sciences Forum
07. – 09.06.2026, Düsseldorf

- Veranstaltung: Fachbesucherworkshop
- Reichweite: Europa, Nordamerika und Asien
- Zielgruppe: Professionelle Kongressveranstalter (PCOs), Incentive- und Eventveranstalter, Firmen, Verbände
- Kontakt: Jessica Mayer
  069/24 74 55-511
  mayer@infofrankfurt.de

Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) nahm am Events Club Life Sciences Forum 2026 von Europe Congress teil, einer internationalen B2B-Plattform für die Life-Sciences-Branche. Im Mittelpunkt der 2,5-tägigen Veranstaltung standen 29 vorab vereinbarte Business Meetings mit qualifizierten Veranstaltungsplanenden aus Unternehmen, Verbänden und Agenturen.

Ergänzt wurde das Programm durch Fachvorträge, Networking-Pausen und gemeinsame Abendveranstaltungen, die den persönlichen Austausch mit internationalen Teilnehmenden aus Europa, Nordamerika, dem Nahen Osten und Asien förderten. Das Forum bot dem FCB die Möglichkeit, Frankfurt gezielt als Kongress- und Tagungsdestination für das Life-Sciences-Segment zu positionieren und neue Kontakte zu relevanten Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern zu knüpfen. Aufgrund des spezialisierten Teilnehmerkreises und der guten Gesprächsqualität ist eine erneute Teilnahme im Jahr 2027 geplant.

© #meetfrankfurt

GCB Nordamerika Sales Call
22. – 26.06.2026, virtuell

- Veranstaltung: virtuelle Sales Calls
- Reichweite: Kanada und USA
- Zielgruppe: international agierende Agenturen, Firmen und Verbände
- Kontakt: Sarah Gentzel
  069/24 74 55-502
  gentzel@infofrankfurt.de

Das FCB präsentierte in Kooperation mit dem German Convention Bureau (GCB) und 16 amerikanischen Veranstaltungsplanenden die Kongress- und Incentive-Destination Frankfurt am Main. Neben dem FCB beteiligten sich an den virtuellen Sales Calls auch das Hamburg Convention Bureau und H World International (ehemals Deutsche Hospitality).

Das FCB berichtete in den Einzelterminen primär über neue Hotels und Veranstaltungslocations, die Fokusbranchen sowie über die destinationsspezifischen USPs der Kongress-Destination Frankfurt Rhein-Main. Es konnten viele neue Verbindungen zu Firmen und Agenturen geknüpft werden, mit denen das FCB zuvor noch nicht in Kontakt stand. Darüber hinaus konnten bestehende Kontakte gestärkt werden. Die Teilnahme an den virtuellen Sales Calls war für das FCB erfolgreich, um auch weiterhin in regem Austausch mit nordamerikanischen Planenden zu bleiben. Eine erneute Teilnahme 2027 ist eingeplant.

1.2 Digitale Meetings, Webinare und Site Inspections

Auch im zweiten Quartal des Jahres 2026 fanden digitale Meetings und Veranstaltungen statt. Mitarbeitende der TCF waren dabei Veranstalter*innen als auch Teilnehmende der Veranstaltungen.

Webinare (Teilnahme TCF)

Zeitraum	Thema/Organisation
20.05.2026	**Institutsleiter-Runde der Frankfurter Museen: Gastvortrag durch Geschäftsführer Thomas Feda** Gastvortrag zur Bearbeitung der asiatischen Märkte Organisation: Kulturamt Frankfurt
16.06.2026	**Trip.com Partner Event in Frankfurt** Trip.com Hotelpartner-Event um Insights zu dem Buchungsverhalten der chinesische Gäste vorzustellen und die Kooperation mit trip.com vorzustellen, TCF Gastvortrag zu Market Insights vom asiatischen Markt und unserer Marktbearbeitung Organisation: Trip.com Frankfurt © #visitfrankfurt
18.06.2026	**Site Inspection TAJ Hessicher Hof** TAJ Hessischer Hof Frankfurt Site Inspection und Kennenlernen Organisation: Tourismusmarketing
23.06.2026	**Future Meetings Studies (Research Centre for Future Meeting Studies)** Teilnahme des FCBs am Halbzeitmeeting des durch das GCB German Convention Bureau e.V. in Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO durchgeführten Forschungsprojektes. Forschungsthema: Ecosystem DNA – Die Zukunft der Auswahl von Destinationen, Locations & Dienstleistern. Das FCB ein Fellowship-Partner des Projektes.
25.06.2026	**Webinar/Insights von Trip.com** Trip.com Insights Buchungsverhalten chinesische Gäste Organisation: Magic Cities, Rupert Geiger (Visit München), trip.com

Webinare (Präsentation TCF/FCB)

Zeitraum	Thema/Organisation
10.06.2026	**Digitaler Kick-off der Gästebefragung Frankfurt am Main 2026/2027** Information der touristischen Frankfurter Leistungsträger über Zweck, Methodik, und geplanter Ablauf der Befragung, sowie Vorstellung der Kommunikationsmittel. Organisation: TCF, dwif
16.07.2026	**FRM MICE Lab #1** FRM MICE Network: „Nachhaltigkeit unter der Lupe – was Gäste erwarten und Gesetze zukünftig verlangen“ Organisation: FCB

1.3 Presse- und Studienreisen, Site-Inspections

Die TCF unterstützt regelmäßig Studien- und Pressereisen sowie Site-Inspections, die von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) oder dem German Convention Bureau (GCB) organisiert oder auch über andere Leistungsträger angefragt werden. Hierbei organisiert und sponsert die TCF in der Regel folgende Programmpunkte: Übernachtungen, Stadtführungen, Frankfurt Cards sowie ein Essen in einem traditionellen Apfelweinrestaurant. Zudem wird umfangreiches Presse- und Informationsmaterial zur Verfügung gestellt. Das FCB organisiert außerdem Besichtigungstouren zu Hotels und Locations für Kongress- und Tagungsveranstalter, die Frankfurt als Standort für die nächste Veranstaltung in Erwägung ziehen.

Zeitraum	Herkunftsland	Teilnehmer/Kooperationen
10. – 11.04.2026	Italien	Journalisten (2 pax)
15. – 17.04.2026	Tschechien	Journalisten (2 pax)
15.04.2026	International	Journalisten(7 pax)
17.04.2026	Indien	Journalistin (1 pax)
22. – 25.04.2026	USA	Site Visit (2 pax)
04. – 06.05.2026	USA	Journalist (2 pax)
04. – 08.05.2026	Frankreich	Influencerin (1 pax)
08. – 10.05.2026	Irland	Journalistin (1 pax)
09. – 11.05.2026	UAE	Influencerin (1 pax)
15. – 18.05.2026	Italien	Journalistin (1 pax)
20. – 22.05.2026	USA	Journalist (1 pax)
20. – 23.05.2026	USA	Journalist (1 pax)
21. – 23.05.2026	Belgien/UK/Polen/ USA	Pressereise, Journalisten (5 pax)
29. – 31.05.2026	Frankreich	Influencerin (1 pax)
02. – 03.06.2026	Indien	Fam-Trip (9 pax)
04. – 06.06.2026	USA	Journalist (1 pax)
05.06.2026	Japan	Nippon Connection Gäste Citytour (37 pax)
07. – 08.06.2026	Tschechien	Journalist (1 pax)
08. – 11.06.2026	USA	Fam-Trip (10 pax)
14. – 17.06.2026	Indien	Journalistin (1 pax)
23. – 24.06.2026	UK	Journalistin (1 pax)
28.06.2026	Schweden	Journalisten (2 pax)

10. – 11.04.2026
Pressereise Italien
(in Kooperation mit der DZT und easyJet)

Gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und easyJet organisierte die TCF eine Pressereise für den italienischen Journalisten Claudio Marinaccio von SkyTG24. Ziel der Reise war es, Frankfurt als vielseitige Städtedestination für den italienischen Markt zu präsentieren und gleichzeitig die easyJet-Flugverbindung von Mailand nach Frankfurt zu bewerben.
Im Rahmen des Programms nahm Andrea Marinaccio an einer allgemeinen Stadtführung teil und erhielt einen Einblick in die wichtigsten Sehenswürdigkeiten und das urbane Leben Frankfurts. Ein traditionelles Mittagessen im Restaurant „Daheim in der Kleinmarkthalle" ergänzte das Programm und vermittelte einen authentischen Eindruck der regionalen Küche und der Frankfurter Genusskultur.
Als Ergebnis der Pressereise veröffentlichte Sky TG24 den Comic-Report „Visitare una città in 24 ore: Francoforte", der Frankfurt in einem innovativen, illustrierten Format präsentiert und Leserinnen und Lesern die Stadt auf unterhaltsame Weise näherbringt.

Erschienene Online-Artikel:
https://tg24.sky.it/lifestyle/2026/04/24/visitare-una-citta-in-24-ore-francoforte-marinaccio

Pressereise Tschechien, 15. – 17.04.2026

15. – 17.04.2026
Pressereise Tschechien (in Kooperation mit der DZT)

Gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) organisierte die TCF eine Pressereise für die tschechischen Journalisten Matěj Sisolák und Teodor Sisolák vom AUDI Magazin. Ziel der Reise war es, Frankfurt als komfortabel mit dem Auto erreichbare Städtedestination zu präsentieren und gleichzeitig die Vorteile eines nachhaltigen Aufenthalts mit dem öffentlichen Nahverkehr innerhalb der Stadt hervorzuheben.

Unterstützt wurde die Pressereise vom b'mine Hotel Frankfurt Airport, das den Journalisten ein Car-Loft-Zimmer zur Verfügung stellte und damit das Thema Mobilität auf besondere Weise erlebbar machte.
Das Programm umfasste eine allgemeine Stadtführung, ein traditionelles Mittagessen in einer Frankfurter Apfelweinkneipe, den Besuch des Main Towers sowie eine Schifffahrt mit der Primus-Linie auf dem Main. So erhielten die Journalisten vielfältige Eindrücke von den kulturellen, kulinarischen und touristischen Highlights der Stadt.

Als Ergebnis der Pressereise erschienen zwei Beiträge im AUDI Magazin: ein sechsseitiger Artikel über Frankfurt (Seiten 72–77) sowie ein weiterer Beitrag über das b'mine Hotel Frankfurt Airport (Seiten 128–131). Das Magazin wurde am 21.05.2026 veröffentlicht und erreicht mit einer Auflage von 7.000 Exemplaren rund 20.000 Leserinnen und Leser.

Erschienene Online-Artikel:
https://online.fliphtml5.com/ugfwu/AUDI_1_2026/#p=1

25.04.2026
Medienveröffentlichung infolge des „Meet the Media"-Workshops in Dublin

Als Ergebnis des beim „Meet the Media"-Workshop in Dublin geknüpften Kontakts mit dem Journalisten Rohan Smyth erschien am 25.04.2026 der Artikel „Frank's for the Memories" in den irischen Tageszeitungen Irish Daily Star und Irish Daily Mirror.

Anlass für die Berichterstattung war die Einführung einer neuen Flugverbindung ab Shannon Airport nach Frankfurt. Der Artikel präsentiert Frankfurt als attraktives Städtereiseziel und hebt insbesondere das kulturelle Angebot, die Sehenswürdigkeiten sowie die kulinarische Vielfalt der Stadt hervor.

Erschienene Online-Artikel:
https://www.instagram.com/destinazionemondo20/

Frank's for the memories

All you need to know about German city as Shannon launches new direct flight

DESK-OVER NEW WAY TO WORK AT TOP HOTEL...

FRANKFURT

SHANNON

Influencerreise Frankreich, 04. – 08.05.2026

03. – 06.05.2026
Pressereise Stasia Brewczynski & Adam Callaghan (USA)

Reichweite Food & Wine
– Online: 9.979.536 UVM
– Print: 929.543 Leser*innen

Im Rahmen einer Pressereise besuchten die Journalistin Stasia Brewczynski und der Journalist Adam Callaghan Frankfurt. Das deutsch-affine Journalistenpaar ist auf Food & Beverage- sowie Reisethemen spezialisiert.

Aus der Recherche entstand ein umfangreicher Beitrag für das renommierte US-amerikanische High-Gloss-F&B-Magazin „Food & Wine" mit dem Titel „Linger in the Less Crowded Alternative to Berlin and Munich for More Than a Layover". Der Artikel positioniert Frankfurt als vielseitigen europäischen Travel Hub und stellt insbesondere die kulinarische Vielfalt, die Apfelweinkultur sowie die modernen Genussangebote der Stadt in den Fokus.

Link:
https://www.foodandwine.com/frankfurt-germany-12014197

04. – 08.05.2026
Influencerreise Frankreich – Emily from Paris

Instagram:
– travelandfilm
– 24 K Follower

Die TCF organisierte eine Influencerreise für die in Paris ansässige Travel-Content-Creatorin „Emily from Paris", zu der bereits im Rahmen des „Meet the Media"-Workshops in Dublin Kontakt geknüpft worden war. Schon beim ersten Austausch zeigte sich ihr großes Interesse an Frankfurt als vielseitiger, urbaner und gleichzeitig überraschend gastfreundlicher Städtedestination.
Ziel der Reise war es, Frankfurt authentisch für den französischen Markt erlebbar zu machen und persönliche Eindrücke zu schaffen, die über klassische Reiserouten hinausgehen. Das Programm führte sie unter anderem auf eine entspannte Schifffahrt auf dem Main, durch die neue Altstadt im Rahmen einer geführten Tour sowie in ausgewählte Museen der Stadt. Besonders begeistert zeigte sie sich von den kulinarischen Erlebnissen mit regionalen Spezialitäten wie Handkäs mit Musik, Grüner Soße und Apfelwein, die für sie einen sehr unmittelbaren Zugang zur lokalen Kultur eröffneten.
Der persönliche Austausch während der gesamten Reise erwies sich als besonders bereichernd und trug dazu bei, die bestehende Verbindung weiter zu vertiefen und neue Ideen für zukünftige Kooperationen zu entwickeln.

Bereits erschienener Blogartikel:
Travel and Film:
https://travelandfilm.com/visiter-francfort/

From world-class art to Michelin-star dining, why Germany's financial capital is anything but dull

The Main attraction

BY GEORGINA HEFFERNAN

City slicker: Cocktails from main, Frankfurt's bejolling centre; A room at the Rocmatin by Accorhotel collection; The city's famed Grune Soase and Georgine by the River Main

Pressereise Irland, 08. – 10.05.2026

IMEX Press Trip, 21. – 23.05.2026

© #meetfrankfurt

08. – 10.05.2026
Pressereise Irland – Irish Daily Mail

Im Rahmen der Teilnahme am „Meet the Media"-Workshop in Dublin entstand der Kontakt zu Georgina Heffernan, Features Writer der Irish Daily Mail. Die TCF organisierte im Anschluss eine Pressereise, um Frankfurt als urbane Kultur- und Gastronomiedestination für den irischen Markt erlebbar zu machen.

Besonders positiv hervorgehoben wurde die persönliche Betreuung vor Ort – einschließlich der inspirierenden Führung durch einen zertifizierten Gästeführer, der die Stadt mit anschaulichen Details und großer Leidenschaft vermittelte.
Das Programm folgte dem bewährten Ablauf mit Stadterkundungen, Museumsbesuchen und kulinarischen Einblicken in die lokale Gastronomie.

Die Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem The Florentin Hotel by Althoff Collection, das nicht nur die Unterkunft stellte, sondern auch exklusive Einblicke in sein gastronomisches Konzept sowie die historische Anlage des Hauses ermöglichte. Ziel der Reise war es, redaktionelle Berichterstattung in einem reichweitenstarken Medium anzustoßen und Frankfurt als vielseitige Destination nachhaltig im irischen Markt zu positionieren.

21. – 23.05.2026
Post IMEX Press Trip „Design meets Wine" mit 5 internationalen MICE-Journalist*innen

Im direkten Anschluss an die IMEX Frankfurt, durften wir fünf internationale MICE-Journalist*innen aus Belgien, UK, Polen und den USA durch Frankfurt und den angrenzenden Rheingau führen.

Ziel war es, Frankfurt und die Region Frankfurt-RheinMain als attraktives Ziel für Business Veranstaltungen zu präsentieren.
Ausgewählt wurden neu eröffnete und dadurch sehr aktuelle Locations, die passend zu Frankfurts Titel als „World Design Capital" in diesem Jahr im Zeichen von einprägsamem und besonderem Design standen.
Hierzu zählten die Hotels Kennedy 89 by Hyatt, Kimpton Main Frankfurt, The Florentin in Frankfurt sowie WALD.WEIT im Rheingau, das Collection Business Center im FOUR Frankfurt am Goetheplatz und das Kloster Eberbach im Rheingau.
Außerdem wurde ein Stopp im Museum Angewandte Kunst gemacht, bei dem die Veranstaltenden der World Design Capital über ihre Projekte und deren Bedeutung für die Region FrankfurtRheinMain sprachen.

Die Pressereise bot die ideale Möglichkeit, IMEX-Teilnehmer*innen die Stadt und Region auch außerhalb der Messehallen näher zu bringen. Die Berichterstattung über die Pressereise und die Region FrankfurtRheinMain als MICE Standort ist bereits angelaufen.

Kooperation mit Passenger_X , 21. – 25.05.2026

© #visitfrankfurt

Fam-Trip , 08. – 11.06.2026

21. – 25.05.2026
Kooperation mit Passenger_X (Deutschland)

Im Rahmen einer Kooperation mit der Content Creatorin passenger_x wurde Frankfurt über verschiedene Instagram-Formate präsentiert. Die Zusammenarbeit umfasste mehrere Reels, Carousel Posts sowie eine mehrtägige Story-Begleitung.

Inhaltlich standen sowohl kuratierte Themenformate rund um das Thema Nachhaltigkeit als auch ausgewählte Orte und Erlebnisse in der Stadt im Fokus.
Durch die Kombination aus Bewegtbild, Storytelling und persönlicher Perspektive konnte Frankfurt authentisch und aufmerksamkeitsstark inszeniert und einem breiten Publikum nähergebracht werden.

08. – 11.06.2026
Fam-Trip mit US-amerikanischen Reiseveranstaltern/Signature Travel Network

Im Juni begrüßte die TCF in Kooperation mit Unique Germany (DMC) zehn hochkarätige Travel Agents des US-amerikanischen Konsortiums Signature Travel Network. Signature zählt zu den führenden Zusammenschlüssen unabhängiger Reiseagenturen in den USA und erreicht eine besonders reiseaffine Zielgruppe im hochwertigen Individual- und Luxussegment.

Die TCF übernahm die inhaltliche Konzeption und Umsetzung des Programms und stellte sicher, dass die Stärken Frankfurts als exklusive Städtedestination optimal präsentiert wurden. Das Feedback der Teilnehmenden war äußerst positiv – Frankfurt wurde als vielseitige Destination wahrgenommen, die sich ideal für anspruchsvolle Individualreisende eignet.

Medienveröffentlichung infolge einer Pressereise aus Frankreich 2025

Im Nachgang einer Pressereise mit der französischen Journalistin Ursula Laurent ist am 27. Juni 2026 ein weiterer Artikel in der französischen Tageszeitung Dernières Nouvelles d'Alsace erschienen. Der Beitrag mit dem Titel „Francfort, son paysage urbain unique et son art de vivre" („Frankfurt, seine einzigartige Stadtkulisse und seine Lebensart") stellt Frankfurt als vielseitige Städtedestination vor.

Tourisme 35

Allemagne

Francfort, son paysage urbain unique et son art de vivre

Repères

1.4 Mailingaktion

Zeitraum	Anlass
09.04.2026	**Monatsmailing an italienische Reiseveranstalter und Fachpresse durch R.C. Marketing & Communication** Thema „Francoforte Capitale mondiale del Design" – Frankfurt World Design Capital.
24.04.2026	**Tourist.News – Grüne Soße Festival** Kundenversand in deutscher und englischer Sprache
30.04.2026	**DZT Belgien B2C Newsletter** Thema: „Frankfurt op twee wielen: cultuur, natuur en skyline" – Frankfurt auf zwei Rädern: Kultur, Natur und Skyline.
07.05.2026	**Partner-Mailing** Einladung für FRM MICE Network-Veranstaltung „Sommer Get-Together" im GIBSON Beach Club am 02.06.2026
12.05.2026	**IMEX-Standpartner-Mailing** Versand der finalen Ausstellerinformationen an alle Standpartner
18.05.2026	**Tourist.News – Wäldchestag** Kundenversand in deutscher und englischer Sprache
26.05.2026	**IMEX-Standpartner-Mailing** Abschlussbefragung nach der IMEX an alle beteiligten Standpartner
27.05.2026	**Mailing touristische Leistungsträger Frankfurt am Main** Einladung digitaler Kick-off zur Gästebefragung Frankfurt 2026/2027
03.06.2026	**Kunden-Mailing** Einladung zum Frankfurt MICE DAY am 03.09.2026 an Kunden DACH
03.06.2026	**Tourist.News – Rooftop Day** Kundenversand in deutscher und englischer Sprache
11.06.2026	**Partner-Mailing** Einladung zum ersten digitalen FRM MICE Lab am 16.07.2026 „Messe Frankfurt: Nachhaltigkeit unter der Lupe. Strategie und Ausblick."
16.06.2026	**Monatsmailing an italienische Reiseveranstalter und Fachpresse durch R.C. Marketing & Communication** Thema „L'estate a Francoforte – tra il lungofiume dei musei e i Giardini Nizza" – Sommer in Frankfurt – zwischen Museumsufer und den Nizza-Gärten
23.06.2026	**Tourist.News – Satourday: Kostenlos ins Museum** Kundenversand in deutscher und englischer Sprache
24.06.2026	**Partner-Mailing** Abfrage fahrradfreundliche Unterkünfte/Listung auf www.mainradweg.com

Monatsmailing an italienische Reiseveranstalter und Fachpresse durch R.C. Marketing & Communikation, April 2026

Tourist.News – Wäldchestag

Tourist.News – Rooftop Day Frankfurt

Frankfurt Information 2026, Faltblatt

Frankfurt Sightseeing 2026, Flyer

1.5 Publikationen und Produkte

Interne Publikationen

Marketing-Quartalsbericht 1/2026
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: digital
➔ Bericht über die Aktivitäten der TCF im Quartal 1/2026

Broschüren der TCF

FrankfurtRhineMain Travel Planner 2026
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: englisch
Auflage: 1.800 (Nachdruck)
➔ Inspirationen, Must-Sees und praktische Hilfen für die Reiseplanung (B2B und B2C)

Frankfurt Information 2026
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 10.000
➔ Basisbroschüre/Faltplan für den Aufenthalt in der Stadt mit illustrierten Stadtplänen

Frankfurt Sightseeing 2026
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 3.000
➔ Informationen zu Rundfahrten, Rundgängen und Schifffahrten

Frannkfurt Barrierefrei-Broschüre 2026

Frankfurt Card 2026 Citylight

Frankfurt Card 2026 Ground-Poster

Frankfurt Barrierefrei-Broschüre 2026
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 1.000
➔ Orientierungshilfe für Besucher*innen und Einheimische rund um Barrierefreiheit

Postkarte Gästebefragung 2026/2027
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch/englisch
Auflage: 15.000
➔ Bewerbung der Gästebefragung und Verlinkung auf den Onlinefragebogen

Frankfurt Card 2026 Citylight + Ground-Poster im Frankfurter Hauptbahnhof
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch/englisch
Auflage: Citylight: 2, Ground-Poster: 1
➔ Bewerbung der Frankfurt Card
(Laufzeit: Ground-Poster bis 31.07.26, Citylight-Poster dauerhaft)

IMEX-Workwear
Veröffentlichung: April 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 50

Postkarte Gästebefragung

IMEX-Workwear
© #visitfrankfurt, Ines Philipp

Wäldchestag 2026 – DIN A1-Plakat

Maskottchen Waldtraut

Wäldchestag 2026 – Brückenbanner

Wäldchestag 2026, Orientierungsplan

Publikationen und Produkte zu Festen

Wasserspender/Trinkwasserbrunnen
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 1
➔ Außengestaltung mit allen Fest-Logos auf allen Volksfesten und Veranstaltungen

WÄLDCHESTAG

Maskottchen Waldtraut
Veröffentlichung: Mai 2026
Auflage: 1
➔ Sonderanfertigung eines Maskottchen-kostüms zum Einsatz auf dem Veranstaltungs-gelände nach TCF-Entwurf

Empfehlungskampagne Deutsche Bahn am Frankfurter Hauptbahnhof/Ströer
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
➔ 10-sekündiger Clip zum Wäldchestag

DIN A1-Plakate
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 475

Citylight-Poster
Veröffentlichung: Mai 206
Sprache: deutsch
Auflage: 10

18/1-Großflächenwerbung auf Hängern
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 2

Orientierungsplan auf Bauzaunbannern
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 10

Waldmeisterin Waldtraut-Likör (20ml)
Veröffentlichung: Mai 2026
Auflage: 2.500

Waldtraut-Aufkleber, 2 Sorten
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 5.000/3.000
➔ Hinweis darauf, Zigaretten-kippen in Abfallkörbe zu entsorgen

„Zurück zu den Wurzeln"-Kampagne Traditionspfleger-Urkunden, Couponbögen für teilnehmende Unternehmen
Veröffentlichung: Mai 2026

Food & Drinks: Genuss unter freiem Himmel

1. Brasilianische Spezialitäten
2. Flammlachs
3. Stullen & Getränke
4. Apfelwein
5. Libanesische Spezialitäten
6. Wein & Snacks
7. Apfelwein
8. Wein
9. Cocktails
10. Cocktails
11. Hot Dogs & Wein
12. Wein & Snacks
13. Italienische Spezialitäten
14. Cupcakes, Eis & Kaffee
15. Bier
16. Bar
17. Grüne Soße & Crêpes
18. Deutsche Pfannengerichte
19. Wein & Snacks
20. Italienische Spezialitäten
21. Apfelwein
22. Wein
23. Cocktails
24. Sekt
25. Flammkuchen & Wein
26. Thailändische Spezialitäten
27. Argentinische Spezialitäten
28. Mini-Burger, Corndogs, Austern, Champagner, Wein
29. Indische Spezialitäten
30. Spanische Spezialitäten
31. Apfelwein & Snacks
32. Italienische Spezialitäten
33. Bier

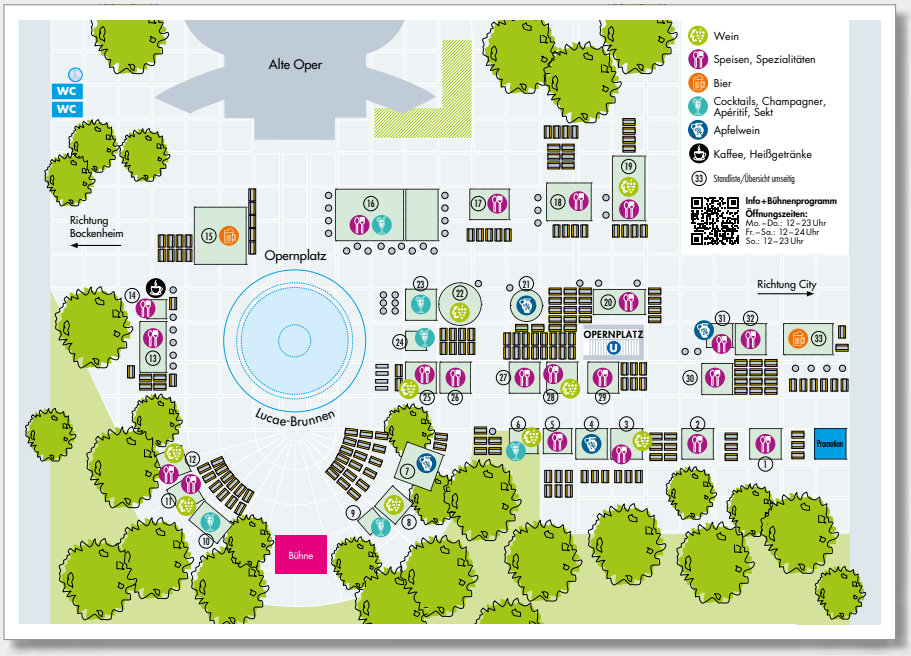
Bühnenprogramm

Mi., 17.06.	19.15 – 22.00 Uhr	**ZUNDANZ**
Do., 18.06.	18.15 – 22.00 Uhr	**Roy Hammer & die Pralinées**
Fr., 19.06.	18.15 – 22.30 Uhr	**The Sound Section**
Sa., 20.06.	18.30 – 22.30 Uhr	**ORQUESTA RUMBON**
So., 21.06.	15.15 – 17.00 Uhr	**René Moreno**
	19.15 – 22.00 Uhr	**FKDUO & FRIENDS**
Mo., 22.06.	18.30 – 22.00 Uhr	**The Rodgau Groove Factory**
Di., 23.06.	18.15 – 22.00 Uhr	**PHONOFUNK**
Mi. 24.06.	18.30 – 22.00 Uhr	**Salsamania**
Do., 25.06.	18.15 – 22.00 Uhr	**Let the Butterfly**
Fr., 26.06.	15.30 – 17.30 Uhr	**Mojo Matics**
	19.30 – 22.30 Uhr	**RISE**

Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main
+49(0)69/24 74 55-400
info@infofrankfurt.de
www.visitfrankfurt.travel
@frankfurt.feiert.feste

FRANKFURT TOURISMUS +CONGRESS

Titelfoto: © #visitfrankfurt, Holger Ullmann



Opernplatzfest 2026 – Flyer

Opernplatzfest 2026 – Traversenbanner

Opernplatzfest 2026 – Brückenbanner

OPERNPLATZFEST

Empfehlungskampagne
Deutsche Bahn am Frankfurter Hauptbahnhof/ Ströer
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
➔ 10-sekündiger Clip zum Opernplatzfest

Plakat DIN A1
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 535

Plakat DIN A2
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 50

Citylight-Poster
Veröffentlichung: Mai 206
Sprache: deutsch
Auflage: 10

Flyer
Veröffentlichung: Mai 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 17.000
➔ Informationen zum Bühnenprogramm inklusive Übersichtsplan, Beilage in der FAS – Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung

Opernplatzfest 2026 – Plakat DIN A1

Mainfest 2026 – Plakat DIN A1 + Citylight-Poster

Mainfest 2026 – Brückenbanner

Mainfest 2026 – Orientierungsplan

Publikationen und Produkte zu Festen

MAINFEST

Empfehlungskampagne – Deutsche Bahn am Frankfurter Hauptbahnhof/Ströer
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
➔ 10-sekündiger Clip zum Mainfest

Plakat DIN A1
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 475

Citylights-Poster
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 10

12/1-Ganzsäule (Litfaßsäule)
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 10
➔ Hinweis zur Teilnahme am Fischerstechen, Informationen zum Mainfest

Orientierungsplan auf Bauzaunbannern
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 10

Fischerstecher-Teamshirts
Veröffentlichung: Juni 2026
Sprache: deutsch
Auflage: 25

Mainfest 2026 – 12/1-Litfaßsäule

Mainfest 2026 – Fischerstecher-Teamshirt
© #visitfrankfurt

Frankfurter Allgemeine Zeitung, Anzeige

IDEAT Magazin, 1/1-Anzeige

ZEIT online

Tagesspiegel Newsletter „Weekend“

1.6 Anzeigen und Advertorials

National (Auswahl)

Datum/Auflage	Medium
April 2026 35.000	**Sonderheft TAGEN** 1/1-Seite Anzeige zur Frankfurt Congress Card – Frankfurt: Wo Business auf Freizeit trifft
April 2026 8.500	**MEP** Brancheneintrag Frankfurt Convention Bureau
Mai 2026 k.A.	**Business Traveller** Einseitiges Advertorial über Frankfurt am Main – in Verbindung mit Bleisure Frankfurt: Wo Business auf Freizeit trifft – Frankfurt am Main verbindet wirtschaftliche Stärke mit kultureller Vielfalt
Mai 2026 k.A.	**Marketing Börse** Interview mit Jutta Heinrich – IMEX: Die neue Logik erfolgreicher Live-Events
Mai 2026	**DER FRANKFURTER** Rooftop Day-Anzeige
Mai 2026	**Taunus-Nachrichten** Rooftop Day-Anzeige
Mai 2026	**Journal Frankfurt** Zwei Rooftop Day-Anzeigen
Mai 2026 108.000	**Tagesspiegel, Sehnsüchte Magazin** Vierseitiges Advertorial (inkl. 1/1-Seite WDC-Beteiligung) – „Kultursommer am Main"
20.05.2026 116.000	**RheinMainMedia (Frankfurter Rundschau, Frankfurter Neue Presse und Frankfurter Allgemeine Zeitung)** Anzeige (250/4) – Wäldchestag
Mai/Juni 2026	**RheinMainMedia (Frankfurter Rundschau, Frankfurter Neue Presse und Frankfurter Allgemeine Zeitung)** Rooftop Day-Anzeige
Juni 2026 110.000	**IDEAT Magazin** 1/1-Seite Anzeige „Hochkultur bissi anners"
Juni 2026	**Tagesspiegel Newsletter „Weekender"** Opening Ad „Hochkultur bissi anners"
Juni 2026 229.167	**ZEIT online** Content Cards – Halfpage Ad als Card Stack mit Slide Effekt „Frankfurt. Bissi anners."
Juni 2026	**Journal** Online-Anzeige zur Bewerbung des Rooftop Days
Juni 2026 8.630	**BusMail** Newsletter-Versand Clubs, Vereine und Verbände
Juni 2026	**Leo Magazin** 1/1 Advertorial zum Thema Sommer in Frankfurt (LGBTQ+)
15.06.2026 116.000	**RheinMainMedia (Frankfurter Rundschau, Frankfurter Neue Presse und Frankfurter Allgemeine Zeitung)** Anzeige (250/4) – Opernplatzfest

Print International (Auswahl)

Datum/Auflage	Medium
April 2026 k.A.	**IMEXscoop** Online Beitrag – „IMEX City Frankfurt: Where Business meets Leisure"
April 2026 342.745	**Schweiz am Wochenende** „Mehr als Banken und Börse", 1/1 redaktioneller Bericht von Silvia Schaub (organisierte Pressereise)
April/Mai 2026 809.627	**Wanderlust Magazine** 1/1-Seite Anzeige „From Frankfurt with Love"
28.05.2026 2.000	**B2B Newsletter railtour** Teaser im Reisebüro-Newsletter „Skyline meets Fachwerk"
31.05.2026 40.000	**B2C Newsletter Railtour** Teaser im Stammkunden-Newsletter „Skyline meets Fachwerk"
27.06.2026 103.087	**Tages-Anzeiger Zürich** ½-Seite Advertorial „Frankfurt kann auch Fachwerk"

Reisen

Mehr als Banken und Börse

Frankfurt hat viel zu bieten. Wer genauer hinschaut, entdeckt eine Stadt im Wandel. Ein Besuch in der Design-Weltkulturstadt 2026.

Schweiz am Wochenende, 1/1-Bericht

Wanderlust, Online-Artikel

1.7 Kampagnen

National

Zeitraum	Anlass
April – Mai 2026	**Kampagne zur Steigerung der Willkommenskultur vor und während der IMEX mit einem Fokus auf Bleisure 2026** • Werbung am Frankfurter Flughafen vom 18. – 24.05.26: Zur Begrüßung der internationalen Gäste und zur Stärkung der Willkommenskultur wurden an den Terminals 1, 2 und 3 des Flughafens kurze Videoclips mit Motiven der IMEX und #visitfrankfurt gezeigt. Die Clips waren auf rund 160 Gepäckbandmonitoren sowie sechs großformatigen Videowalls im Außenbereich von Terminal 1 zu sehen. • Willkommensbrief des Oberbürgermeisters an alle Teilnehmenden der IMEX über die Frankfurter Hotellerie, der über einen QR-Code mit dem Image-Film „Frankfurt. Bissi Anners." verknüpft war. • Eigene Bleisure-Microsite unter www.meetfrankfurt.de/imex mit speziellen Hotelangeboten und Inspiration für eine Verlängerung der Reise rund um die IMEX. • „Arrive earlier. Stay longer. Experience Frankfurt." – Posts auf persönlichen LinkedIn-Profilen zu Leisure-Empfehlungen wie Museumsbesuchen oder aktiven Unternehmungen im Stadtgebiet rund um die IMEX • „Frankfurt. Where Business meets Leisure." – Posts auf persönlichen LinkedIn-Profilen zu Tipps rund um die Nutzung der Frankfurt Congress Card • Kostenlose Ausgabe der Frankfurt Congress Card an unserem FrankfurtRheinMain-Stand auf der IMEX an Besucher*innen der Messe © David Vasicek • „My IMEX Frankfurt – going-out tip!": Restaurantempfehlungen, Ausgehtipps und versteckte touristische Highlights, gepostet von Mitarbeiter*innen des FCB, German Convention Bureau (GCB) und der Messe Frankfurt über persönliche LinkedIn-Profile • Produktion eines persönlichen Social-Media-Begrüßungsvideos mit der CEO der IMEX und Vertreter*innen des FCB, der Messe Frankfurt und des GCB; Veröffentlichung auf LinkedIn und Instagram • Frankfurt Selfie-Spot am Eingang zur Galleria

DB
Nächster Halt:
Frankfurt
Sparpreise ab
17,99 €
Der ICE bringt dich hin.
bahn.de/Frankfurt
In Kooperation mit:
FRANKFURT AM MAIN

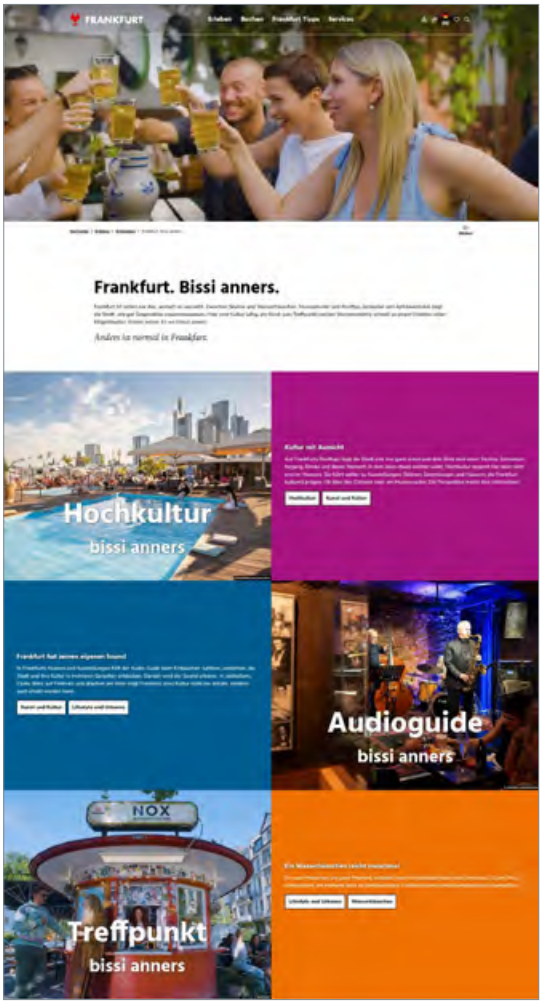
DB
Nächster Halt:
Frankfurt
In Kooperation mit:
FRANKFURT AM MAIN

DB
FRANKFURT AM MAIN

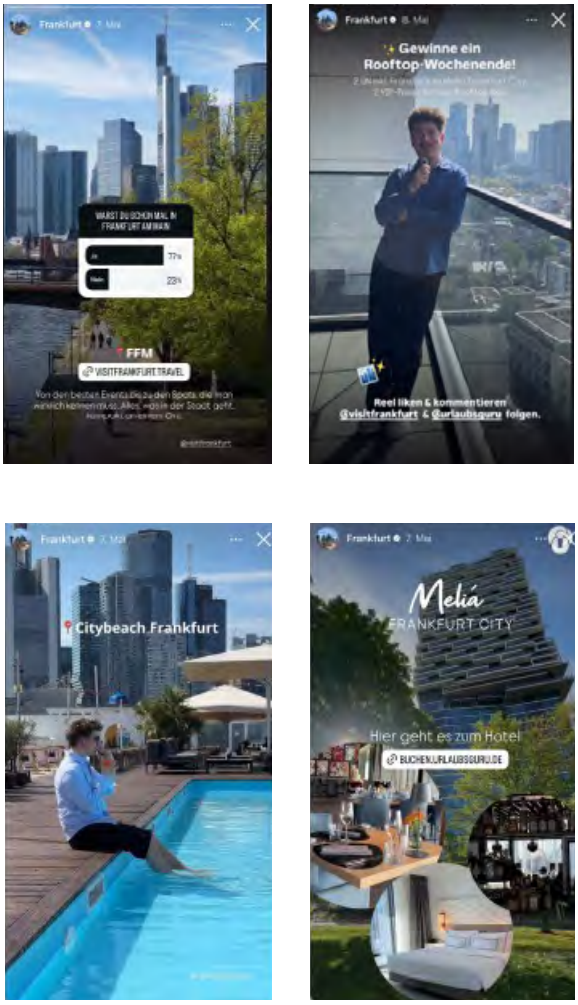
DB
In Kooperation mit:
FRANKFURT AM MAIN

Zeitraum	Anlass
April 2026	**Escapio-Kampagne** Frankfurt wird ein Jahr lang beim Hotelportal „escapio“ als Städtereiseziel beworben. Ein umfangreicher Standalone-Blogbeitrag, angelehnt an die Themenschwerpunkte der Kampagne „Frankfurt.bissi anners“, ist das ganze Jahr über online. Mehrere punktuelle Maßnahmen verlinken auf diesen Content. Dazu gehören eine Result Ad, ein Teaser in der Newsletterkampagne „Rooftop: Pools, Bars & Sonnenuntergänge“. Escapio liefert besondere Reise- und Hotelinspirationen im gehobenen Segment. Hier geht's zum Geheimtipp Frankfurt.
April – Mai 2026	**DB-Kampagne** Im Kampagnenzeitraum vom 13. April bis 17. Mai setzte die Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF) erstmals eigenständig eine bundesweite Awareness-Kampagne mit der Deutschen Bahn um. Über den gesamten crossmedialen Marketingmix konnten rund 95 Millionen Bruttokontakte erreicht und damit eine hohe Aufmerksamkeit für Frankfurt als Städtereisedestination geschaffen werden. Die Kampagne setzte einen klaren Schwerpunkt auf Bewegtbild: Der Werbespot wurde im linearen Fernsehen, auf Streaming-Plattformen (Prime, Netflix, Disney+ etc.) sowie als Online-Video-Ad ausgespielt und erzielte eine hohe Reichweite in den relevanten Zielgruppen. Insbesondere Streaming trug mit einer gezielten Ansprache zur Kampagnenleistung bei und generierte über 1,6 Millionen Kontakte. Ergänzt wurde die Bewegtbildstrategie durch eine aufmerksamkeitsstarke Out-of-Home-Kampagne (712 City-Light-Poster und Road-Side-Screens in Berlin, Hamburg, Köln, Düsseldorf, München und Stuttgart), Social-Media-Maßnahmen auf Meta sowie Pinterest, Online-Banner und weitere digitale Werbeformate. Allein über die Social-Media-Kanäle konnten mehr als 19 Millionen Kontakte erzielt werden. Durch den abgestimmten Einsatz der Kanäle TV, Out-of-Home, Social Media, Streaming, Online Video und Display-Werbung konnte Frankfurt bundesweit wirkungsvoll als attraktives Städtereiseziel positioniert werden. Im Nachgang der Awareness-Kampagne war Frankfurt zudem Teil der deutschlandweiten Inspirationskampagne der Deutschen Bahn. In einem KI-gestützten Werbespot erhielt Frankfurt einen eigenen ICE-Waggon, der die Stadt mit ihrer einzigartigen Atmosphäre und ihren Erlebnissen in Szene setzte. Die Kampagne wurde über verschiedene digitale Kanäle, Streaming-Plattformen, Social Media, Digital Out-of-Home sowie in den Reisezentren und DB-Lounges ausgespielt. KI Spot: https://www.youtube.com/watch?v=nuG_gdm0kSk
April – Juni 2026	**Beats Radio** Von April bis Juni wurden auf Beats Radio Sommerevents in Frankfurt beworben. Der 60-sekündige Radiospot stellte die Vielfalt des Frankfurter Kultursommers in den Mittelpunkt und machte unter anderem auf den Rooftop Day, das Europa Open Air, das Museumsuferfest, sowie die Sommerevents der Museen aufmerksam. Mit einer Reichweite von über 9 Millionen Kontakten trug die Kampagne dazu bei, Frankfurt als attraktives Reiseziel für den Sommer zu positionieren und auf das vielfältige Veranstaltungsangebot aufmerksam zu machen.

Zeitraum	Anlass
Mai – Juni 2026	**Fortführung der Kampagne „Frankfurt. Bissi anners."** Die Kampagne „Frankfurt. Bissi anners." wurde auch im zweiten Quartal 2026 mit weiteren Marketingmaßnahmen fortgeführt. Dazu gehörten digitale Platzierungen in reichweitenstarken Medien wie DIE ZEIT, Tagesspiegel und IDEAT sowie zielgruppenspezifische Maßnahmen zur Ansprache von Gruppenreiseveranstaltern über BusMail. Durch die Kombination verschiedener Kanäle wurde die Sichtbarkeit Frankfurts als attraktives Reiseziel weiter gestärkt und die Kampagnenbotschaft bundesweit verbreitet. Im Rahmen der Kampagne „Frankfurt. Bissi anners." wurde außerdem eine eigene Landingpage auf visitfrankfurt.travel erstellt. Diese dient als zentrale Zielseite für die verschiedenen Kampagnenmaßnahmen und bündelt die dazugehörigen Inhalte. Über die Landingpage werden Interessierte gezielt weitergeleitet und erhalten einen Überblick über die besonderen Erlebnisse und Angebote in Frankfurt: visitfrankfurt.travel/bissianners
Mai 2026	**Rooftop Day** Bewerbung des Rooftop-Days auf Ströer-Flächen in Aschaffenburg, Frankfurt, Darmstadt, Hanau, Wiesbaden, Mainz, Bad Homburg, Heidelberg, Mannheim, Offenbach und Würzburg: • Großflächen an Bahnhöfen • City-Light-Poster • Motion Tower
Mai 2026	**Urlaubsguru-Sommer-Aktion** In Kooperation mit mit dem Online-Portal Urlaubsguru wurde Frankfurt am Main im Kontext des „Rooftop Day" präsentiert. Ziel des sog. „Guru-Check" war es, ausgewählte touristische Angebote der Destination sowie das Eventformat digital sichtbar zu machen und zusätzliche Reichweite über Social Media zu generieren. Bestandteil des „Guru-Checks" war ein im Vorfeld abgestimmtes Programm mit Besuchen verschiedener teilnehmender Locations des Rooftop Days. Die daraus entstandenen Inhalte wurden in Form von Stories und Reels über die Kanäle von Urlaubsguru ausgespielt. Ergänzend wurde ein gemeinsames Gewinnspiel zum Rooftop Day umgesetzt, das die digitale Aktivierung rund um das Event unterstützte und zur Interaktion mit der Community beitrug. Mit einer Reichweite von 218.424 und 243.202 Impressionen konnte die Maßnahme die Sichtbarkeit des Rooftop Days erhöhen und Frankfurt als abwechslungsreiche, urbane Erlebnisdestination präsentieren.
April 2026	**Online-Kampagne mit Wanderlust (USA & UK)** Im April 2026 wurde gemeinsam mit Wanderlust eine Online-Kampagne in den Zielmärkten USA und Großbritannien umgesetzt. Herzstück der Kampagne war der Online-Artikel „Discover Frankfurt's Culture and Cuisine", der auf der Wanderlust-Website veröffentlicht wurde und 8.629 Seitenaufrufe erzielte. Zur Steigerung der Reichweite wurde der Beitrag zusätzlich über bezahlte Kampagnen auf den Instagram- und Facebook-Kanälen von Wanderlust beworben. Dadurch wurden 3.655.496 Impressionen und eine Reichweite von 1.946.983 Personen erzielt. Ergänzend wurde der Artikel über den Wanderlust-Newsletter verbreitet und erreichte 53.120 Newsletter-Öffnungen sowie 55 Klicks auf den Beitrag. Die Kampagne trug dazu bei, Frankfurt in den wichtigen Fernmärkten USA und Großbritannien als attraktive Kultur- und Genussdestination zu positionieren. https://www.wanderlustmagazine.com/inspiration/discover-frankfurts-culture-and-cuisine/



Kampagne „Frankfurt. Bissi anners.“



Urlaubsguru-Sommer-Aktion

Online-Kampagne mit Wanderlust

International

Zeitraum	Anlass
April – Mai 2026	**Online-Kampagne mit eDreams ODIGEO (USA, UK, Frankreich, Italien)** Im Frühjahr 2026 wurde gemeinsam mit eDreams ODIGEO eine internationale 360°-Online-Kampagne in den Märkten USA, Großbritannien, Frankreich und Italien umgesetzt, mit dem Ziel, die Markenbekanntheit Frankfurts zu steigern sowie Übernachtungsbuchungen in den relevanten Quellmärkten zu fördern. Die Kampagne umfasste verschiedene digitale Maßnahmen entlang des gesamten Marketing-Funnels, darunter On-Site-Display-Werbung zur Ansprache neuer Zielgruppen sowie gezieltes Retargeting über Display- und E-Mail-Marketing-Kanäle. Die Kampagne erzielte eine starke internationale Performance und generierte insgesamt 2.671 Reisende (PAX) sowie 18.697 Übernachtungen. Mit über 3,7 Millionen Impressionen und einer globalen Klickrate (CTR) von 0,36 % konnte eine hohe Sichtbarkeit in den Zielmärkten erreicht werden. Besonders erfolgreich war auch das E-Mail-Marketing mit einer Öffnungsrate von 47 %. Die ganzheitliche Full-Funnel-Strategie führte zu einem geschätzten wirtschaftlichen Effekt von über 5 Millionen Euro und unterstreicht die hohe Wirksamkeit der Kampagne zur Steigerung der internationalen Nachfrage nach Frankfurt als Reiseziel. Link zur Kampagne: https://www.edreams.net/promotion/tourism/frankfurt/?qsa=1
April – Juni 2026	**Shanghai Jungle Social Media Kampagnen, China** Der Contentplan unserer Agentur in China für das 2. Quartal 2026 umfasste Kurz- und Langformate für die chinesischen Social-Media-Plattformen WeChat, RedNote und Weibo. Inhaltlich standen sowohl saisonale Ereignisse als auch touristische Highlights Frankfurts im Fokus. Dazu zählten Beiträge zum Wäldchestag, Opernplatzfest, der World Design Capital Frankfurt RheinMain, Ostern in Frankfurt sowie Inspirationen für einen Aufenthalt in der Stadt – darunter Walking Tours, „Ein Tag in Frankfurt", Reiseempfehlungen für drei bis vier Tage, der Krönungsweg, Rooftop-Bars und die Top 10 Sehenswürdigkeiten Frankfurts.
April – Juni 2026	**B2B Travel Hub, Connecting Travel, Arabische Golfstaaten** Im Rahmen der dreimonatigen Kooperation mit Connecting Travel wurde ein eigener Content Hub auf ConnectingTravel.com umgesetzt. Die Kampagne umfasste redaktionelle Beiträge auf Englisch und Arabisch, eine Mailing-Aktion, die Einbindung in den Connecting Travel-Newsletter sowie die Integration in die Google-Ad-Kampagne des Mediums. Im Berichtszeitraum wurden Neuigkeiten aus Frankfurt veröffentlicht, darunter Beiträge zum Terminal 3 am Flughafen, zu Hoteleröffnungen sowie zu zusätzlichen Flugverbindungen. Ergänzt wurde die Berichterstattung durch Feature-Artikel wie „7 Reasons to Visit Frankfurt" sowie Beiträge zu Mainfest, Wäldchestag und Grüne-Soße-Festival. Darüber hinaus erschienen Fotostrecken zu den Neueröffnungen der Hotels Taj Hessischer Hof und The Florentin.

Online-Kampagne mit eDReams ODIGEO

Zeitraum	Anlass
Mai – Juli 2026	**GRN Connect B2B Marketing Kampagne, Indien** Im Rahmen einer Kampagne mit der B2B-Plattform „GR Connect“ wird Frankfurt als attraktive Sommerdestination und eigenständiger Städtereiseaufenthalt positioniert. Ziel ist es, Reisende zu einem Aufenthalt von mindestens zwei Nächten zu inspirieren und die Buchungen über die GRNconnect-Plattform zu steigern. Hierzu werden Frankfurts vielfältige Erlebnisse, neue 2–3-Nächte-Pakete, Premium-Unterkünfte sowie FCT-Incentives gezielt im internationalen Reisevertrieb beworben. Die Kampagne umfasst B2B-Maßnahmen wie E-Mailings an Reiseprofis, Banner auf der GRNconnect-Plattform, eine Frankfurt-Landingpage und ein Destinations-Webinar für Reiseagenturen. Der Erfolg wird anhand von Reichweite, Engagement und generierten Buchungen ausgewertet.
Juni 2026	**Crossmediale Kampagne DZT Japan, Goethestraße** Im Rahmen einer crossmedialen Kampagne mit der DZT Japan wurde die nachhaltige japanische Microsite der Goethestraße auf eine neue Plattform (goethestrasse.jp) übertragen. Ergänzend wurde im Rahmen der DZT-Kampagne „Culinary Germany“ eine einmonatige Kampagnen-Landingpage auf einer japanischen Reiseplattform umgesetzt. Ziel war es mindestens 500 Pageviews pro Partnerseite zu generieren. Es folgte zudem eine Social-Media-Kampagne über den DZT LINE VOOM-Account mit ca. 45.000 Followern. Die Kampagne umfasste einen organischen Beitrag und eine Werbekampagne pro Partner, um Besucher*innen auf die neue Microsite zu lenken. Ziel ist es, 100.000 Impressionen pro Partner Post zu erreichen, sowie 500-1.000 Klicks zur neuen Microsite. Zusätzlich wurde die Kampagne über den DZT-Konsument*innen-Newsletter mit rund 26.000 Abonnent*innen kommuniziert. Die DZT übernahm dabei die Koordination der Content-Erstellung, die redaktionelle Betreuung sowie die Qualitätssicherung der Inhalte.
Juni 2026	**DZT China B2B Newsletter** Veröffentlichung eines B2B Newsletters über den Wechat-Kanal der DZT China am 04. Juni 2026 zu den Themen Opernplatzfest, Museumsuferfest und Apfelweinfest.
Juni 2026	**Städtekampagne Spanien (DZT)** Zur gezielten Positionierung Frankfurts im spanischen Markt beteiligen wir uns 2026 an der globalen DZT-Kampagne „Your next stop: Travel Destination Germany“. Hintergrund ist das hohe Potenzial von Städtereisen aus Spanien nach Deutschland (53 % der Spanienreisen nach Deutschland sind Städte- oder Eventreisen). Im Zeitraum vom 03.06. – 30.06.26 wurde die erste Kampagnenwelle in den Kernmärkten Madrid, Barcelona, Málaga und Bilbao umgesetzt. Die Ausspielung erfolgt programmatisch über „DOOH“ sowie ergänzendes Mobile-Retargeting; insgesamt sind rund 3 Mio. Impressionen über beide Wellen hinweg geplant (ca. 1 Mio. via DOOH, ca. 2 Mio. via Mobile). Die zweite Welle ist für den Zeitraum 15.09. – 15.10.26 vorgesehen. Ergänzend haben wir die spanischsprachige Landingpage www.visitfrankfurt.travel/descubre-francfort entwickelt, um gezielt Inspiration und konkrete Reiseanlässe für Frankfurt zu vermitteln und die Kampagnenreichweite in qualifizierte Websitezugriffe zu überführen.

Zeitraum	Anlass
April – Dezember 2026	**DZT Österreich – ÖBB-/DB-Kampagne** Im Rahmen der von der DZT initiierten Marketingkooperation mit ÖBB und DB beteiligte sich die TCF erneut an einer umfassenden Kampagne zur Bewerbung nachhaltiger Städtereisen mit dem Zug. Frankfurt wurde dabei als attraktive Destination auf einer zentralen Kampagnen-Microsite präsentiert, die über Online- und Social-Media-Kanäle beworben wurde. Ein besonderer Fokus lag auf einer Außenwerbekampagne mit City Light-Postern in Wien, Linz und Innsbruck.
Juni 2026	**Kampagne mit collab-ed in UK** Aufbauend auf der erfolgreichen Zusammenarbeit aus dem Vorjahr wurde die Imagekampagne mit der Londoner Kreativagentur "collab-ed" 2026 fortgeführt, um die Sichtbarkeit Frankfurts im Vereinigten Königreich weiter zu stärken. Im Rahmen der Kampagne erschien erneut ein Advertorial im Foodism-Magazine, das Frankfurt als vielseitige Genuss- und Städtereisedestination präsentiert. Ergänzend wurden aufmerksamkeitsstarke Key Visuals sowie ein begleitender Online-Artikel veröffentlicht, der die kulinarischen Highlights und das urbane Lebensgefühl der Stadt in den Fokus rückt. Zur weiteren Reichweitensteigerung wurde zudem ein Gewinnspiel „Win an overnight foodie trip to Frankfurt for two" umgesetzt und über den Foodism-Newsletter sowie die digitalen Kanäle des Magazins beworben. Die Kampagne leistete einen wichtigen Beitrag zur Positionierung Frankfurts als attraktive Destination für Genuss- und Städtereisende auf dem britischen Markt. **Link zum Online-Artikel:** https://foodism.co.uk/features/long-reads/travel/frankfurt-foodie-getaway/ **Link zum Gewinnspiel:** https://foodism.co.uk/competition/win-frankfurt-stay/

Brand Summit 2026 der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)

Alle Fotos © Florian Trykowski

1.8 Sonstige Aktionen

DZT Incoming & Brand Summit 2026
Frankfurt am Main
21. – 23. Juni 2026

Vom 21. bis 23. Juni 2026 war Frankfurt Gastgeber des Travel Destination Germany Incoming & Brand Summit der Deutschen Zentrale für Tourismus. Unter dem Leitmotiv „Innovative. Authentic. Liveable." rückte die Veranstaltung urbane Identität, Lebensqualität und die internationale Attraktivität deutscher Städte in den Mittelpunkt.
Nach den deutschlandweiten Pre-Convention-Touren reisten am 21. Juni rund 70 internationale Medienvertreter*innen nach Frankfurt. Bereits am ersten Tag boten fünf Live-Experience-Touren einen facettenreichen Einblick in die Stadt. Auch am Abschlusstag standen fünf Touren auf dem Programm. Der Mix aus Skyline-Erlebnis mit MAIN TOWER, Museumsufer und Städel, historischer Spurensuche im Dom-Römer-Quartier inklusive der virtuellen Zeitreise „TimeRide", authentischer Stadtteilkultur mit Apfelweintradition sowie urbaner Natur im Frankfurter Grüngürtel zeigte eindrucksvoll die Vielseitigkeit der Destination.
Der Kongresstag am 22. Juni im Stadthaus verband inspirierende Keynotes und Panels mit einer klaren Frankfurter Handschrift. In Vorträgen und Diskussionsrunden zu Stadtentwicklung, Kulinarik und „Life beyond the Skyline" wurde deutlich, wie eng Themen wie Architektur, Kultur, Genuss und Lebensqualität miteinander verknüpft sind. Die Präsentation „Frankfurt am Main: From Village Feel to Global Metropolis" setzte dabei einen starken Impuls für die Wahrnehmung der Stadt im internationalen Kontext. Für Frankfurt war die Ausrichtung des Summits ein großer Mehrwert: Zahlreiche internationale Journalist*innen konnten die Stadt intensiv erleben – weit über gängige Klischees hinaus. Viele zeigten sich überrascht von der kulturellen Dichte, den grünen Oasen, der lebendigen Nachbarschaftskultur und der kulinarischen Vielfalt. Die durchweg positive Resonanz und die hohe Qualität der persönlichen Begegnungen unterstreichen die Bedeutung Frankfurts als leistungsfähiger, inspirierender und international relevanter Tourismusstandort.
Der Summit hat Frankfurt nicht nur als Tagungsort, sondern als erlebnisreiche, moderne und zugleich authentische Metropole nachhaltig im Blickfeld wichtiger Multiplikatoren positioniert.

Link zum Video:
https://www.youtube.com/watch?v=hidbVuPgmtg

Rooftop Day Frankfurt 2026

Radio- und Fernsehbeiträge
Mai/Juni 2026

hr1/hr3
Radiospots zur Bewerbung des Rooftop Days Frankfurt

Radio Frankfurt
Radiospots zur Bewerbung des Rooftop Days Frankfurt

Hitradio FFH
Radiospots und Instagram-Beitrag zur Bewerbung des Rooftop Days Frankfurt

Alle Fotos © Holger Menzel

© Roessler

Rooftop Day Frankfurt
06. Juni 2026

Mit dem zweiten Rooftop Day am 6. Juni 2026 setzte Frankfurt seine Entdeckungsreise in die Höhe fort. Von 16 bis 22 Uhr öffneten 47 teilnehmende Standorte ihre Dächer, Terrassen und sonst normalerweise nicht zugänglichen Aussichtspunkte. So entstand ein stadtweites Programm, das Architektur, Kultur, Gastronomie und Nachtleben miteinander verband.

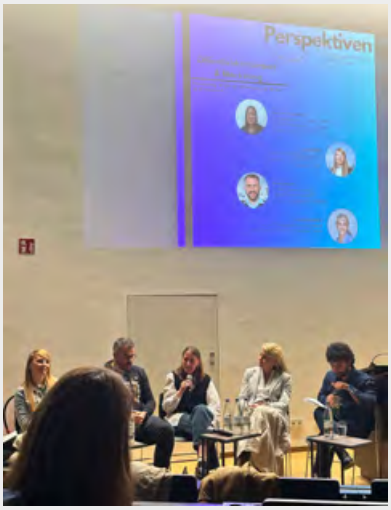
Während die Premiere im vergangenen Jahr vor allem die Idee eines dezentralen Erlebnistages etablierte, wurde das Format 2026 mit weiteren Programm-Highlights gefüllt. Neben Rooftop-Locations wie dem Occhio d'Oro, der Ruby Louise Bar und dem oben Restaurant & Skybar standen dieses Jahr unter anderen auch der Römer-Balkon, das 4Four und das Jüdische Museum im Programm. Damit bot der Rooftop Day nicht nur weite Blicke auf die Frankfurter Skyline, sondern auch exklusive Erlebnisse und Einblicke in Orte und Geschichten der Stadt.

Die einzelnen Gastgeberinnen und Gastgeber prägten das Programm mit individuellen Angeboten aus Musik, Gastronomie und Kultur. Architekturführungen durchgeführt durch die World Design Capital Frankfurt RheinMain 2026 (WDC), Camping auf dem Dach des 25hours Hotel The Trip, Yoga-Sessions im TOWER185 und Tanzkurse auf dem Dach des Main Bad Bornheim sorgten neben vielen weiteren Highlights für ein abwechslungsreiches Angebot und luden dazu ein, bekannte Orte neu zu entdecken.

Initiiert von der Römerkoalition und umgesetzt durch die Stabsstelle Stadtmarketing in Kooperation mit der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF), wurde der Rooftop Day von einer crossmedialen Kommunikationskampagne begleitet. Über Plakate, digitale Infoscreens, Print-Anzeigen, Social-Media-Beiträge und Radiospots wurde das Veranstaltungsformat in Frankfurt und der Region sichtbar gemacht.

Der Rooftop Day zeigt Frankfurt als Stadt, die ihre markante Hochhauskulisse nicht nur als architektonisches Wahrzeichen versteht, sondern als Bühne für urbanes Leben, kreative Impulse und besondere Erlebnisse.

Datum/Auflage	Medium
16.04.2026	**Gastvortrag an der Goethe-Universität Frankfurt** Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Perspektiven“ am Institut für Kunstgeschichte/Curatorial Studies der Goethe-Universität Frankfurt stellte Luisa Rützel (Tourismusmarketing) die Arbeit der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main vor. Die Veranstaltungsreihe richtet sich an Studierende und bietet Einblicke in unterschiedliche Karrierewege für Absolvent*innen aus dem Rhein-Main-Gebiet. Unter dem Schwerpunkt „Öffentlichkeitsarbeit und Marketing“ gab Luisa Rützel Einblicke in die Aufgabenbereiche des Tourismusmarketings, aktuelle Projekte der TCF sowie die vielfältigen Berufsperspektiven innerhalb des Unternehmens. Im anschließenden Austausch konnten die Studierenden Fragen stellen und wertvolle Einblicke in die praktische Arbeit sowie die Verbindung von Kommunikation, Marketing und Destinationsmanagement gewinnen.
28.04.2026	**Workshop Potenziale des Musiktourismus für Frankfurt** Die TCF war eingeladen, an einer von der UAS und dem Musikreferenten der Stadt Frankfurt organisierten Expertenrunde teilzunehmen. Neben den Studierenden waren Repräsentant*innen aus Kultur, Hotellerie, Eventorganisation und des Gaststättenverbandes DEHOGA vertreten, um die Herausforderungen und Chancen des Musiktourismus in all seinen Facetten für Frankfurt zu thematisieren. Die TCF hatte zuvor bereits ihre Perspektive in eine Potentialanalyse der Studierenden eingebracht. Die Ergebnisse der Expertenrunde sollen Basis für die Entwicklung neuer Konzepte im Bereich Musiktourismus legen.
29.04.2026	**Gastvortrag an der IU Internationalen Hochschule** Henrike Teßmer (Tourismusmarketing) stellte im Seminar „Tourismusmarketing“ die TCF als Destination Management Organisation (DMO) vor. Im Vordergrund standen aktuelle Projekte und Marketingkampagnen sowie die vielseitigen Tätigkeitsfelder sowohl in der Marktbearbeitung als auch im Binnenmarketing und Partnermanagement. Neben diesen praktischen Einblicken stand ein lebendiger Austausch mit den dual Studierenden über Potentiale und Herausforderungen der Leisure Destination Frankfurt.
29.04.2026	**FRM MICE Network: Rundgang „Inside Messe Frankfurt“** Das FCB lud in Kooperation mit der Messe Frankfurt seine FRM MICE Network-Partner zu einem Rundgang über das Messegelände, inklusive Archiv, ein. Insgesamt nahmen 71 Partner*innen von Hotels, Locations, Incentive-Anbietern und Eventdienstleistern daran teil. Bei einem abschließenden Get-Together gab es Zeit zum weiteren Austausch und Netzwerken.



Gastvortrag an der Goethe-Universität Frankfurt

© #visitfrankfurt

FRM MICE Network-Rundgang

Alle Fotos © #meetfrankfurt

Datum/Auflage	Medium
05.05.2026	**Netzwerkabend im Rahmen der Frankfurter Kongress-Botschafter** Einladung der Frankfurter Kongress-Botschafter zusammen mit den Partnern, IHK Frankfurt am Main und der Messe Frankfurt Venue GmbH, zum Grüne Soße Festival.
02.06.2026	**FRM MICE Network: Sommer Get-together im GIBSON Beach Club** Um den Austausch innerhalb der MICE-Branche in Frankfurt Rhein-Main zu fördern, lud das FCB seine Netzwerkpartner zu einem lockeren Get-together im GIBSON Beach Club ein. Der Einladung folgten rund 62 Partner*innen von Tagungshotels, Locations, Incentive-Anbietern und Eventservices.
09.06.2026	**Gastvortrag bei der Frankfurt University of Applied Sciences (UAS)** Das FCB hielt im Rahmen einer Vorlesung einen Vortrag über die Vermarktung der Stadt Frankfurt als Kongressdestination und die Rolle eines Convention Bureaus vor Studierenden des dualen Studienganges Tourismusmanagement. © #meetfrankfurt
18.06.2026	**GCB-Mitgliederversammlung, Lufthansa Seeheim** Teilnahme des FCBs an der Mitgliederversammlung des German Convention Bureaus (GCB) inklusive Fachvortrag und einem Vortreffen mit Workshop der GCB NextGen am Vortag.
24.06.2026	**Hessen MICE.net Treffen** Das Frankfurt Convention Bureau (FCB) nahm mit einer Vertreterin bzw. einem Vertreter an der HESSEN MICE.Net AG-Sitzung in Wiesbaden teil. Auf der Agenda standen die Halbjahresbilanz zu den bisherigen Messe-Teilnahmen und Aktionen in der ersten Jahreshälfte sowie die Planung für das restliche Jahr und ein Ausblick auf 2027. Ergänzt wurde die Agenda durch eine Präsentation zum Thema „Open Data".

Get-together GIBSON Beach Club

Alle Fotos © #meetfrankfurt

wtf – We Transform Future, Palais Frankfurt

Alle Fotos © #meetfrankfurt

Delegationsbesuch der Partnerstadt Guangzhou

© #visitfrankfurt

Datum/Auflage	Medium
24.06.2026	**Ergebnispräsentation: Bleisure & Workation Monitor Deutschland, Rheingoldhalle Mainz** Teilnahme des FCBs an der Vorstellung der Ergebnisse der ersten bundesweiten Branchenbefragung zu Bleisure Travel & Workation aus Sicht der Anbietenden und Geschäftsreisenden, ein Forschungsprojekt der IU Internationale Hochschule. In einem Workshop und dem Austausch mit weiteren Städten und Bundesländern konnten die Kenntnisse vertieft werden.
25.06.2026	**wtf – We transform Future, Palais Frankfurt** Teilnahme des FCBs an diesem zukunftsorientierten Branchentreff-Event, das sich auf die nachhaltige Weiterentwicklung der Veranstaltungswirtschaft konzentriert und von der Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V. zum dritten Mal organisiert wurde. Der Fokus lag vor allem auf der Nachwuchsförderung, sodass junge Kolleginnen des FCBs an beiden Tagen die Möglichkeit hatten, am Fachprogramm teilzunehmen und mit der Veranstaltungsbranche in Austausch zu kommen.
30.06.2026	**Delegationsbesuch der Partnerstadt Guangzhou, China** Ein Austausch fand zwischen Geschäftsführer Thomas Feda und Herrn Chen Hong, stellvertretender Generaldirektor des Städtischen Amtes für Kultur, Radio, Fernsehen und Tourismus, und Herrn Wang Haibo, Direktor der Abteilung für Reisebüro- und Touristenhotelverwaltung desselben Amtes der Partnerstadt Guangzhou, statt. Im Rahmen des Termins wurde die TCF mit ihren Aufgabenbereichen und Verantwortlich-keiten, sowie die Marktbearbeitung des chinesischen Quellmarkts vorgestellt. Darüber hinaus fand ein Austausch zu den aktuellen touristischen Entwicklungen und Marketing-aktivitäten in Guangzhou und Frankfurt statt. © #visitfrankfurt

FrankfurtRheinMain

2. Regionales Marketing

2.1 Destination FrankfurtRheinMain

Webinare (Teilnahme TCF)

Zeitraum	Thema, Organisation
09.06.2026	**Webinar zum Thema Nachhaltigkeitskommunikation in der Tourismuswirtschaft** Organisation: Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Sonstige Aktionen

Zeitraum	Thema, Organisation
07.05.2026	**Teilnahme an der AG Leisure** Organisation: Hessen Agentur
28.05.2026	**Weiterbildungsfahrt für alle Destinationspartner nach Offenbach** mit Besuch des Ledermuseums, Besichtigung des Capitols und des Hafens mit Blauem Kran Organisation: Destination FrankfurtRheinMain
24.06.2026	**Teilnahme an der ersten Regionalkonferenz in Hanau mit dem Thema „Tourismusdaten 4.0: Vernetzt planen, lokal profitieren"** Organisator: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum
24.06.2026	**Teilnahme an der Leitkampagne der Hessen Agentur** Darunter die Organisation und Durchführung einer Influencerreise mit Stationen in Offenbach, Frankfurt, Hanau dem Kreis Groß-Gerau und die Erstellung eines Reiseführers auf der Website von Hessen Tourismus. Zudem eine Collection auf der Radfahr-App „Komoot" zur Bewerbung von Fahrradrouten darunter die Apfelwein- und Obstwiesenroute und die Klimaroute durch den Regionalpark RheinMain.

Mailingaktionen

Zeitraum	Thema, Organisation
29.06.2026	**Newsletter: FrankfurtRheinMain.News mit dem Thema „Sommer in FrankfurtRheinMain"** Versand an ca. 2000 Kunden

Internet und Social Media

#visitrhinemain/#visitrheinmain

Instagram: 2.960 Follower
24 Beiträge (Posts und Reels)
gesamte Reichweite: 132.339

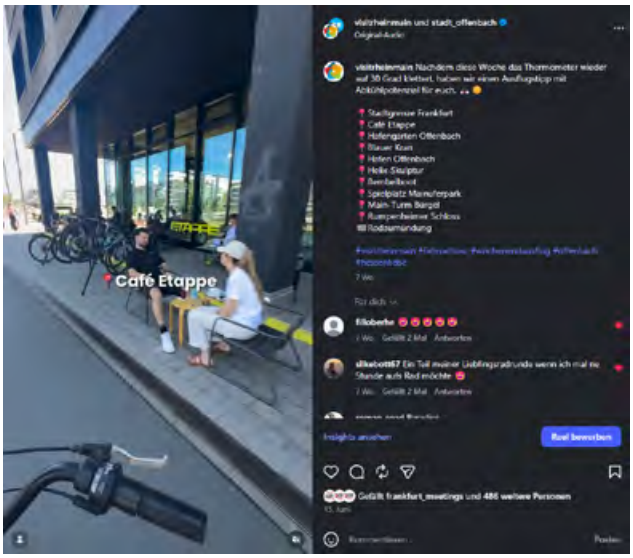
11 Stories
gesamte Reichweite: 1.722

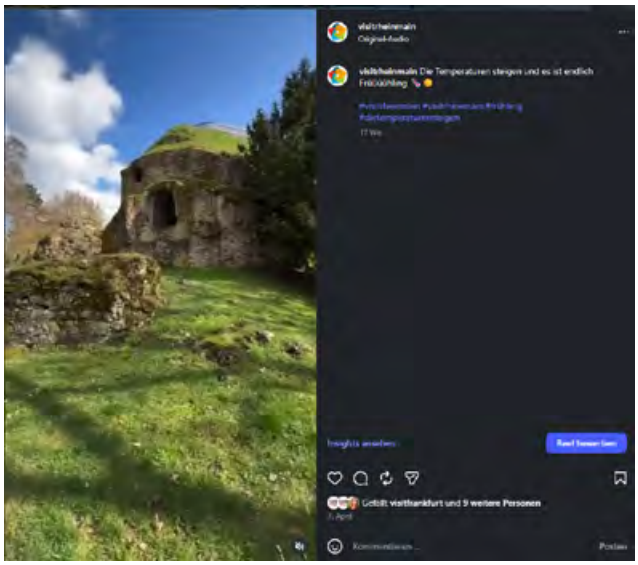
Facebook: 3.332 Follower
21 Beiträge (Posts und Reels)
gesamte Reichweite: 3.701

Kampagnen

Zeitraum	Thema, Organisation
April 2026	**Collab-Reel mit @visitfrankfurt zur Vorstellung des Kletterwalds im Deutsche Bank Park Frankfurt**
Mai 2026	**Collab-Reel mit der Familieninfluencerin @happykids_ausflugstipps zur Bewerbung der Brüder Grimm Festspiele in Hanau**
Juni 2026	**Trendiger Collab-Post mit @visit.darmstadt, der verschiedene Sehenswürdigkeiten der Destination sowie Darmstadt präsentiert;** Coverbild: Darmstadt
Juni 2026	**Collab-Reel mit @stadt_offenbach zu einer Fahrradtour durch Offenbach mit Stopps bei verschiedenen Landschaftsmarken** (u.a. Helix-Skulptur, Hafengarten, Blauer Kran)

Auszüge Social-Media-Post #visitrheinmain





FrankfurtRheinMain

Magazin Beliebte Reiseziele, Anzeige

RheinMainCard-Broschüre

2.2 Regionalmarketing FrankfurtRheinMain

Anzeigen und redaktionelle Beiträge

Datum/Auflage	Medium
April/Mai 2026	**Magazin Grashüpfer, Anzeige+Redaktion mit Gewinnspiel** 1/2-Seite Anzeige RheinMainCard
24.04.2026 89.100	**Magazin Beliebte Reiseziele Print + ePaper Webkiosk** 1/1-Seite U4-Anzeige, mobile Halfpage-Ad, Webkiosk RheinMainCard

Kampagnen

Zeitraum	Anlass
Juni 2026 – Mai 2027	**Tambiente Aktiv** Onlinereichweitenkampagne Naturerlebnisse/Outdoor Destination FrankfurtRheinMain + RheinMainCard; Advertorial, Katalogabbildung Flyer „RheinMainCard" Online inkl. Download

Sonstige Aktivitäten

Zeitraum	Anlass
April – Juni 2026	**RheinMainCard-Broschüre** Verteilung der RheinMainCard-Broschüre über MPM Hoteldisplays in 265 Hotels der Region; Ticketverkauf online über MPM und in den teilnehmenden Hotels an der Rezeption; zehnsekündiger Spot auf den e-Concierges in Hotels soll Lust auf Entdeckung der Region machen und die Verkaufszahlen der RheinMainCard steigern. Ergänzend macht die Anzeige in der MPM City-Map die RheinMainCard sichtbarer.

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

3. Volksfeste und Veranstaltungen

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

3.1 Dippemess im Frühjahr
27.03. – 19.04.2026

Mit der Frankfurter Dippemess im Frühjahr startet das Rhein-Main-Gebiet in die Open-Air- und Volksfestsaison. Das Volksfest begeistert mit actiongeladenen Fahrgeschäften, einem kulinarischen Angebot und Attraktionen für Groß und Klein – und mit über einer halben Million Besucherinnen und Besucher.
Insgesamt zogen 22 Fahrgeschäfte, darunter der Riesenkettenflieger „Jules Vernes Tower", die „Alpina Bahn" und das Riesenrad, Kirmesbegeisterte an. Ein Publikumsmagnet war außerdem das Fahrgeschäft „Sound Machine" – ein Überkopf-Fahrgeschäft.

Für die kleinen Gäste standen 13 Kinderfahrgeschäfte zur Verfügung. Immer dienstags von 15.00–20.00 Uhr erhielten Kinder bei der Knirpse-Kirmes Sonderangebote an Fahrgeschäften, Imbissen, Süßwaren- und Spielgeschäften. Eine Kinderschminkstation wurde ebenfalls angeboten.
Auf dem Festgelände tummelten sich insgesamt 17 Maskottchen, die für strahlende Gesichter bei den kleinsten Dippemess-Besucher*innen sorgten. Mit dabei waren u. a. die Maskottchen von Eintracht Frankfurt, Frankfurt Galaxy, dem Rhein-Main-Verkehrsverbund, des Frankfurter Sportamts, das Einhorn der Brüder-Grimm-Festspiele, Trimmy des Deutschen Olympischen Sportbunds (DOSB), Fessi von der Frankfurter Entsorgungs- und Service GmbH (FES), Kufi vom Sportamt.
Ein großer Erfolg war außerdem der Scooterball-Cup, der am Samstag, den 11. April, außerhalb der Öffnungszeiten der Dippemess als Partnerevent der TCF und des Schaustellerverbandes stattfand. Insgesamt kämpften 16 Teams um die begehrte Trophäe. Bei bestem Wetter konnten sich die TCF und der Schaustellerverband mit dieser unterhaltsamen Veranstaltung für die vertrauensvolle und gute Zusammenarbeit bedanken, ihre Wertschätzung gegenüber den Partnern ausdrücken und sich in entspannter Atmosphäre austauschen.

Ein ganz neues Format fand zudem im Riesenrad statt. „Hoch hinaus mit deiner Ausbildung" nannte die Wirtschaftsförderung Frankfurt am Main ihr Konzept, bei dem sie Arbeitgeber und potenzielle Auszubildende zusammenbrachte. Am 16. April fand das Job-Speed-Dating im Riesenrad statt. In luftiger Höhe hatten interessierte Schülerinnen und Schüler die Chance, in zehn Minuten Vertreter*innen von Unternehmen zu treffen, die Ausbildungsberufe vorstellten – während sich das Riesenrad drehte und spektakuläre Ausblicke über die Stadt bot.

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

3.2 Wäldchestag
22. – 26.05.2026

Der Wäldchestag ist Frankfurts ureigener Nationalfeiertag. Er steht für Identifikation und Verbundenheit der Bürger*innen mit ihrer Stadt. Wie in jedem Jahr lockten zahlreiche Sommergärten mit Live-Musik, ein vielfältiges gastronomisches Angebot, moderne Fahrgeschäfte sowie Verkaufsstände von Markthändlern und das traditionelle Wäldchesschießen viele Frankfurter*innen zum Oberforsthaus, wo gemeinsam gefeiert wurde.
Bereits am ersten Abend war das Traditionsfest bereits gut besucht. Eine Herausforderung waren die parallel im Waldstadion stattfindenden Metallica-Konzerte, die die Anreise zum Festgelände per PKW und ÖPNV erheblich erschwerten. Das Wochenende war sommerlich warm bis heiß, was sich positiv auf die Besucherzahl von insgesamt ca. 175.000 auswirkte. Besonders am Wäldchestag, dem Dienstag, war eine Steigerung der Besucher*innen zu verzeichnen. Zurückzuführen ist dies u. a. auf die Wiederauflage der Kampagne „Zurück zu den Wurzeln", die Unternehmen dazu aufrief, ihren Mitarbeitenden zum Wäldchestag – wie früher – einen freien Nachmittag zu schenken und gemeinsam den Wäldchestag zu besuchen. Die Aktion sicherte insgesamt 200 Mitarbeitenden Vergünstigungen auf dem Festgelände.

Der im letzten Jahr eingeführte Signature-Drink „Waldmeisterin Waldtraut" wurde an noch mehr gastronomischen Ständen angeboten.
Auch das Maskottchen-Thema wurde ausgebaut und Waldtraut zum Leben erweckt. Nach Entwürfen der TCF wurde ein Maskottchen-Kostüm angefertigt und beim Presserundgang und der Eröffnung präsentiert. Das Publikum nahm das überlebensgroße Maskottchen sehr gut an und Kinder wie Erwachsene umringten Waldtraut an allen Veranstaltungstagen. Sie war ein beliebtes Fotomotiv. Der Name ist bei den Besucher*innen bereits etabliert. Noch berühmter wurde Waldtraut mit einem eigenen Interview in der FAZ.

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

Opernplatzfest

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

3.3 Opernplatzfest
17. – 26.06.2026

In Kooperation mit der Interessengemeinschaft Opernplatz führt die TCF das Opernplatzfest jährlich durch. Das Fest ist eine Hommage an einen der schönsten Frankfurter Plätze. Neben musikalischer Unterhaltung bietet das Fest den Besucher*innen ein großes kulinarisches Spektrum von spanischen Tapas über Flammlachs und mediterrane Köstlichkeiten bis hin zu indischen oder thailändischen Spezialitäten.

Das Fest fiel dieses Jahr in eine außergewöhnliche Hitzewelle mit Temperaturen von über 40 Grad, was sich, besonders am Mittag und Nachmittag, deutlich negativ auf die Besucherzahlen auswirkte und dennoch ca. 200.000 Besucherinnen und Besucher auf den Opernplatz lockte.

© #visitfrankfurt, Holger Ullmann

4. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

4.1 Pressemeldungen

Zeitraum	Thema
08.05.2026	**Deutscher Fachwerktag 2026** Sonderführungen durch die Höchster Altstadt
18.05.2026	**Wäldchestag** Wäldchestag-Tour und Weinprobe im Riesenrad beim Wäldchestag
22.05.2026	**Feature: Der Frankfurter Wäldchestag** Tradition im Grünen
22.05.2026	**Rooftop Day** Nach erfolgreicher Premiere: 2. Rooftop Day Frankfurt mit rund 50 Locations
18.06.2026	**Opernplatzfest 2026** Eröffnung und Programm
25.06.2026	**Frankfurt stärkt sein Angebot für barrierefreies Reisen** 48 zertifizierte touristische Angebote und sechs neue Partner im Netzwerk „Reisen für Alle“

4.2 Pressekonferenzen und -termine

Zeitraum	Thema
21.05.2026	**Frankfurter Wäldchestag** Presserundgang über das Festgelände und Präsentation des neuen Maskottchens Waldtraut
22.05.2026	**Frankfurter Wäldchestag** Offizielle Eröffnung mit anschließendem Rundgang über den Festplatz mit Oberbürgermeister Mike Josef und TCF-Geschäftsführer Thomas Feda
26.05.2026	**Frankfurter Wäldchestag** Rundgang und Wäldchesschießen des Magistrats mit Oberbürgermeister Mike Josef
17.06.2025	**Opernplatzfest** Offizielle Eröffnung mit Stadtrat Dr. Marcus Gwechenberger und Dr. Nina Malaviya, Prokuristin der TCF

4.3 Fernseh- und Radiobeiträge (Auswahl)

Datum	Medium
März/April 2026	**RTL Hessen** Vierteilige Serie über die Dippemess und das Schaustellerleben
02.04.2026	**hallo hessen** Bericht zur Dippemess mit Interview mit Nina Malaviya
02.04.2026	**die ratgeber** Bericht zur Dippemess
11.04.2026	**hessenschau** Bericht zum Scooterball-Cup auf der Dippemess
14.04.2026	**RTL Hessen** Bericht zur Maskottchen-Parade auf der Dippemess
17.04.2026	**ZDF/3sat** Dreharbeiten für die Wissenschaftsdoku „Nano" zum Thema „Spieltheorie" auf der Dippemess
21.05.2026	**RTL Hessen** Bericht zur Eröffnung des Wäldchestages
21.05.2026	**Radio Frankfurt** Bericht zur Eröffnung des Wäldchestages
26.05.2026	**Sat.1** Bericht über den Wäldchestag in Frankfurt
02.06.2026	**ARD (Audio),** www.tagesschau.de Frankfurt lädt zum Rooftop Day

4.4 Nationale Presseberichte (Auswahl)

Datum/Auflage	Medium
06.04.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Des Titels Kulturerbe würdig – Bratwurst statt Beethoven, Zuckerwatte statt Zauberflöte – die UNESCO hat die Schaustellerkultur zum Immateriellen Kulturerbe geadelt. Welchen kulturellen Anspruch erfüllen Volksfeste? Eine Spurensuche auf der Frankfurter Dippemess
09.04.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Mehr als nur schön aussehen – Wer an Weinköniginnen denkt, hat meist ein Klischee im Kopf. Die Frankfurter Weinkönigin Kay Antje Lorenz beweist, dass inzwischen Kompetenzen mehr zählen als althergebrachte Rollenbilder
14.04.2026 23.573	**Frankfurter Neue Presse Stadtausgabe** Ohne Rummel wenig Glanz – Bericht über die Dringlichkeit der Sanierung des Festplatzes.

Datum/Auflage	Medium
19.05.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Kampf um das Kulturgut Wäldchestag – Der Wäldchestag wird immer noch gerne als Frankfurter Nationalfeiertag bezeichnet, doch halb Frankfurt merkt davon nichts. Die Mühen um den Erhalt der Tradition sind aber nicht vergebens.
20.05.2026 23.573	**Frankfurter Neue Presse Stadtausgabe** Es wird schon festlich im Wäldche – Von Freitag bis Dienstag findet das Volksfest im Frankfurter Stadtwald statt. Im 45 Meter hohen Riesenrad können Besucher erstmals Wein aus dem städtischen Weinberg probieren.
20.05.2026 12.134	**Frankfurter Rundschau Stadtausgabe** Der Wäldchestag rückt näher – Traditionsreiches Fest im Stadtwald bietet am Pfingstwochenende mit einer Weinprobe im Riesenrad auch eine Neuerung.
20.05.2026 12.134	**Frankfurter Rundschau Stadtausgabe** Der Wäldchestag rückt näher – Traditionsreiches Fest im Stadtwald bietet am Pfingstwochenende mit einer Weinprobe im Riesenrad auch eine Neuerung.
22.05.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Wäldchestag – „Nothing else matters"– Der Wäldchestag hofft auf einen Wacken-Effekt: Vielleicht entdecken Heavy-Metal-Fans, die zu den Metallica-Konzerten im Waldstadion Stadion kommen, auf dem Weg durch den Wald ihre Zuneigung zu Kettenkarussell und Riesenrad.
22.05.2026 12.134	**Frankfurter Rundschau Stadtausgabe** Wäldchestag lockt mit 66-Meter-Flugkarussell – Der Wäldchestag öffnet am Freitag um 17 Uhr im Stadtwald. Das höchste transportable Flugkarussell der Welt wirbelt Gäste in 66 Metern Höhe herum.
22.05.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Wäldchestag – „Nothing Else Matters" – Der Wäldchestag hofft auf einen Wacken-Effekt: Vielleicht entdecken Heavy-Metal-Fans, die zu den Metallica-Konzerten im Waldstadion Stadion kommen, auf dem Weg durch den Wald ihre Zuneigung zu Kettenkarussell und Riesenrad.
23.05.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Einmal wieder Kind sein – Während nebenan im Stadion Metallica rockt, wird im Stadtwald der Wäldchestag eröffnet. Zwei junge Frankfurterinnen entdecken das Volksfest als Ort, an dem jeder erleben kann, was sonst Kindern vorbehalten scheint.
26.05.2026 23.573	**Frankfurter Neue Presse Stadtausgabe** Zwischen Höhenflügen und Hitzewelle – Unter dem kühlenden Blätterdach: Wäldchesfest zieht zahlreiche Besucher in den Stadtwald.
27.05.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Maskottchen Waldtraut: „Ein Mann bat mich, ihn ganz fest zu drücken" – Erstmals ist das Maskottchen des Frankfurter Wäldchestags leibhaftig über das Volksfest flaniert. Im Interview spricht Waldtraut über ihre Mission.
04.06.2026 k.A.	**Main Echo** Beim Rooftop Day öffnen fast 50 Dächer und Terrassen in Frankfurt – Beim Rooftop Day an diesem Samstag werden faszinierende Aussichten von fast 50 Dächern und Terrassen zu bewundern sein

Datum/Auflage	Medium
06.06.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Die dreidimensionale Stadt – An diesem Samstag lässt sich Frankfurt von seinen Dächern aus erkunden. Welch eine wunderbare Idee. Der Blick aus der Vogelperspektive macht manches klarer.
07.06.2026 28.987	**Frankfurter Allgemeine Zeitung** Auf den Dächern von Frankfurt – An zahlreichen Standorten in Frankfurt haben am Samstag Dachterrassen ihre Türen für Besucher geöffnet und ihnen besondere Blicke über die Stadt ermöglicht.
08.06.2026 12.134	**Frankfurter Rundschau Stadtausgabe** Frankfurt zu Füßen – Zum zweiten Mal können Besucher am Samstag beim Rooftop Day Dachterrassen, Skybars und Kirchtürme erkunden.

Online

Datum/Auflage	Medium
15.05.2026	**Pro Media News,** www.promedianews.de Frankfurt Convention Bureau begrüßt IMEX-Gäste mit besonderen Aktionen – Frankfurt ist weltoffen, engagiert und überraschend vielseitig – genau das möchte das Team des Frankfurt Convention Bureau (FCB) um Jutta Heinrich gemeinsam mit regionalen Partnern während der IMEX erlebbar machen.
20.05.2026	**t-online,** www.t-online.de Die wichtigsten Infos zum Wäldchestag – Heute Abend öffnet die Dippemess ihre Tore und sorgt wieder für Adrenalin und Nostalgie. Gerade laufen die sich die Fahrgeschäfte warm. Das Journal war vor Ort und hat einige Attraktionen vorab getestet.
20.05.2026	**Männer-Media,** www.maenner-media.de Regenbogenarea beim Wäldchestag – Seit Jahr und Tag gehört die Regenbogenarea zum festen Bestandteil des Frankfurter Wäldchestages.
20.05.2026	**Frankfurter Neue Presse,** www.fnp.de Wäldchestag startet am Freitag: Riesenrad bietet erstmals Weinprobe – Im 45 Meter hohen Riesenrad können Besucher am Sonntag, den 24.05. erstmals Wein aus dem städtischen Weinberg probieren.
21.05.2026	**Main Post,** www.mainpost.de Von Feuerwerk bis Wein im Riesenrad: Pfingst-Tipps in Hessen – Vom Glockenspiel in Frankfurt, über Weintasting im Riesenrad beim Wäldchestag bis zum Märchenkönigreich im Schlosspark: Diese Pfingst-Highlights in Hessen bringen Festivalstimmung, Sport und Genuss bei sommerlichen Temperaturen.
21.05.2026	**Journal Frankfurt,** www.journal-frankfurt.de Wäldchestag: Frankfurt feiert „Nationalfeiertag" – Besucher erwartet beim Wäldchestag im Stadtwald wie gewohnt ein bunter Mix aus Fahrgeschäften und Bühnenprogrammen. Aber es gibt in diesem Jahr auch eine Neuerung.

Datum/Auflage	Medium
22.05.2026	**Frankfurter Neue Presse,** www.fnp.de Frankfurter Nationalfeiertag startet: Wäldchestag lockt mit 66-Meter-Flugkarussell – Zur Eröffnung des Wäldchestages mit dem höchsten transportablen Flugkarussell der Welt.
25.05.2026	**Frankfurter Rundschau,** www.fr.de Heißer Wäldchestag in Frankfurt: Hey Lars, wie war´s auf dem Mars? – Bericht zum Abschluss des Frankfurter Wäldchestages. Höhenflüge und Hitzewelle prägten das Pfingst-Wochenende 2026 im Wald.
27.05.2026	**Journal Frankfurt,** www.journal-frankfurt.de Frankfurts Skyline von oben – „Ganz oben. Ganz Du.": Der „Rooftop Day" geht in seine zweite Runde. Fast 50 Veranstaltungen machen die Frankfurter Skyline erlebbar.
27.05.2026	**marketing-Börse,** www.marketing-boerse.de IMEX: Die neue Logik erfolgreicher Live-Events – Frankfurt Convention Bureau Direktion Jutta Heinrich äußert sich im Gespräch zum aktuellen Stand der MICE-Branche und betont die große Wichtigkeit von physischen Begegnungen und persönlicher Interaktion.
04.06.2026	**t-online,** www.t-online.de Vom Römer bis zu Villa Kennedy: Frankfurt feiert über den Dächern – Über den Dächern der Stadt feiern, tanzen oder Filme schauen: Beim Rooftop Day verwandeln sich fast 50 besondere Orte in Frankfurt in Eventflächen mit Aussicht.
05.06.2026	**Radio FFH,** www.ffh.de Unterwegs über den Dächern der Stadt – Am 6. Juni geht es in Frankfurt wieder hoch hinaus. Der zweite Rooftop Day steht bevor.
06.06.2026	**Hessenschau,** www.hessenschau.de Hier genießen Sie den Frankfurter Rooftop Day auch mit wenig Geld – Mit dem Rooftop Day feiert Frankfurt an diesem Samstag seine „einzigartige Dachkultur". Neben exklusiven Dinners und schicken Partys gibt es auch einige Ausblicke, die sonst nicht möglich sind.

4.5 Social Media-Kanäle

#visitfrankfurt

#visitfrankfurt/@visitfrankfurt

Follower	Beiträge	Reichweite
84.983	43 Posts u. Reels	1.943.794
	163 Insta-Stories	247.434

@infofrankfurt

Follower	Beiträge	Reichweite
31.533	39 Posts u. Reels	951.466
	13 Stories	7.947

#meetfrankfurt

@frankfurt_meetings

Follower	Beiträge	Reichweite
2.656	24 Posts	8.061
	107 Insta-Stories	24.325

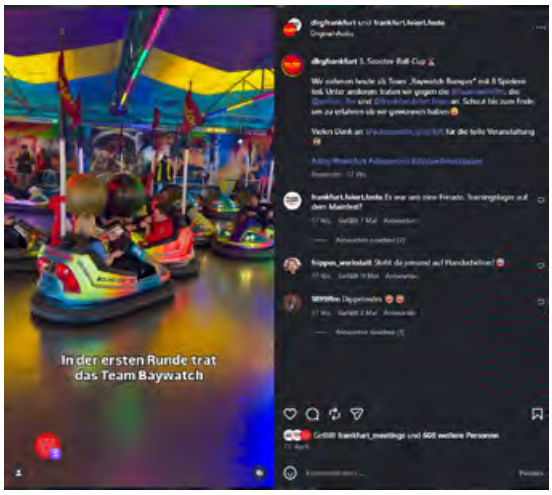
Frankfurt Convention Bureau

Follower	Beiträge	Reichweite
4.179	44 Posts	35.031

#frankfurtfeiertfeste

@frankfurt.feiert.feste

Follower	Beiträge	Reichweite
6.368	44 Posts u. Reels	838.431
	113 Insta-Stories	101.619



Auszuge Social-Media-Post von #frankfurt.feiert.feste

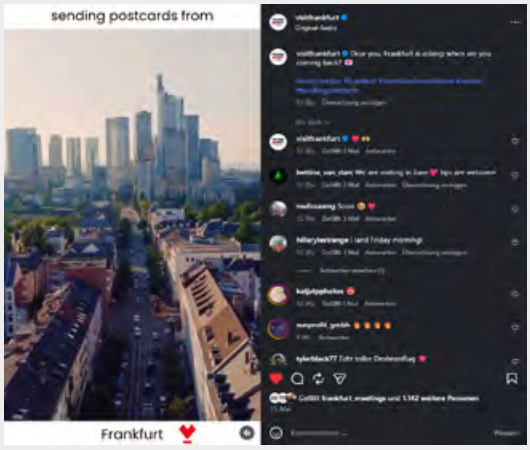
Social-Media-Kampagnen (Auswahl)

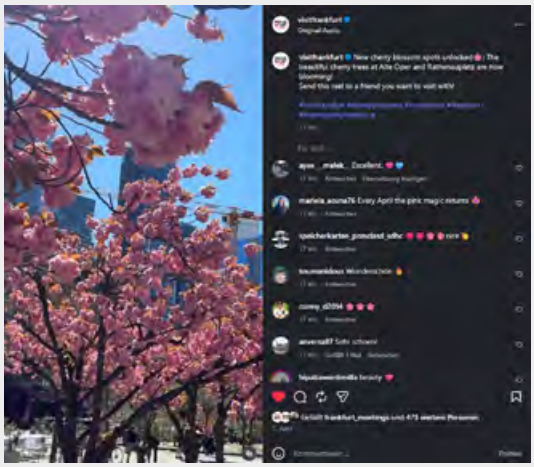
Datum	Medium
März – Mai 2026	**Frankfurt Convention Bureau** Diverse Posts und Videos bei LinkedIn zum Thema Messeauftritt IMEX 2026 und Vorstellung unserer Standpartner auf LinkedIn und Instagram. Promotion der IMEX-Standparty mit dem Berlin Convention Office am 19.05.2026 sowie ein Video in Kooperation mit der Messe Frankfurt und dem German Convention Bureau sowie der CEO der IMEX zur Ankündigung der IMEX Frankfurt
April 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @dlrgfrankfurt zum Scooter-Ball Cup auf der Frankfurter Dippemess

FRANKFURT Feste

FRANKFURT you

Auszüge Social-Media-Post von
#visitfrankfurt und frankfurt.feiert.feste





FRANKFURT

Datum	Medium
April 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @frankfurter.volksfeste zur Maskottchen-Parade auf der Frankfurter Dippemess
April 2026	**@visitfrankfurt** Collab-Reel mit @weingutderstadtfrankfurt und @frankfurt.de zur Eröffnung der Vinothek des Frankfurter Weinguts
April 2026	**@visitfrankfurt** Collab-Post mit @weingutderstadtfrankfurt zu den monatlich stattfindenden Weintouren durch die neue Altstadt mit einer Weinprobe
April 2026	**@visitfrankfurt** Collab-Reel mit @alexperiences zu Frankfurts grüner Soße sowie zur Bewerbung des Grüne Soße Festivals auf dem Roßmarkt
April 2026	**@visitfrankfurt** Collab-Reel mit @gruensossefestival zur Eröffnung des Grüne Soße Festival auf dem Frankfurter Roßmarkt
April 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Post mit @frankfurt.de und @dasdezernat5 zum Europa-Fest
Mai 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @damalsinfrankfurt zur Tradition des Frankfurter Wäldchesschießens auf dem Frankfurter Wäldchestag
Mai 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @frankfurt.de und @frankfurtfeeling zur Bewerbung des Frankfurter Rooftop Day am 6.6.26
Mai 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @frankfurt.de und @oberbuergermeisterffm zur Eröffnung des Frankfurter Wäldchestages
Mai 2026	**@frankfurt.feiert.feste/@visitfrankfurt** Collab-Reel mit @bear.kitchen.vibe zur Atmosphäre des Frankfurter Wäldchestages
Mai 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @frankfurt.vibe zum Frankfurter Wäldchestag
Mai – Juni 2026	**@visitfrankfurt** Serie von Collab-Reels mit @passenger_x zu den Themen Apfelwein, Kaffee, Höchst, Ausblick und Kulinarik
Mai – Juni 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Vier Collab-Posts mit @frankfurtfeeling zur Vorstellung der teilnehmenden Locations am Frankfurter Rooftop Day sowie ein weiteres Collab-Reel zum Recap über den Rooftop Day
Juni 2026	**@frankfurt.feiert.feste** Collab-Reel mit @damalsinfrankfurt als Aufruf zur Teilnahme am Frankfurter Fischerstechen

5. Nachhaltigkeit

Digitale Meetings

Datum	Thema
11.05.26 + 08.06.26	**Austausch "Nachhaltiges Reiseziel Hessen" der zehn Destinationen** Organisator: TMH Hessen
13.05.2026	**Fachaustausch TourCert Destinationen: Nachhaltigkeitsrat** Organisator: TourCert gGmbH

Sonstige Aktionen

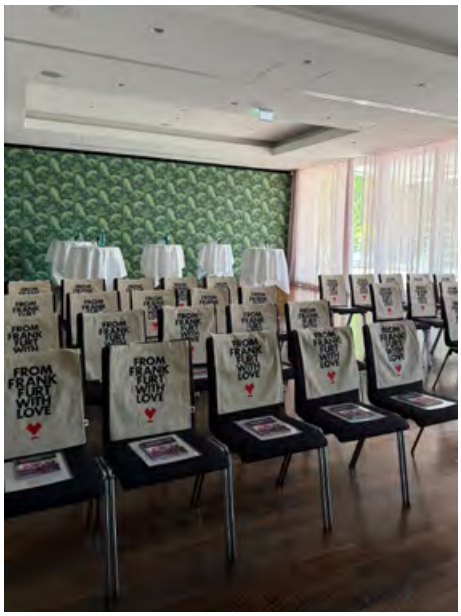
Datum	Thema
23. – 24.04. 2026	**Präsenztreffen Fachgruppe Nachhaltigkeit Magic Cities, Leipzig** Die TCF nahm am Partnertreffen zur touristischen Nachhaltigkeit der „Leipzig Region" teil. Die Fachgruppensitzung im Rahmen der Magic Cities ergänzte die Themen. Im Fokus stand der aktuelle Stand der Nachhaltigkeitsstrategie sowie Praxisbeispiele aus Deutschland. Ein besonderes Augenmerk lag auf der Nachhaltigkeitskommunikation und der Umsetzung der EmpCo-Richtlinie.

Barrierefreiheit

Neuzertifizierungen und Rezertifizierungen „Reisen für Alle"
Die TCF hat das Netzwerk der nach dem bundesweiten Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle" zertifizierten touristischen Angebote weiter ausgebaut. Neben sieben Neuzertifizierungen wurden zahlreiche bestehende Netzwerkpartner im Rahmen der turnusmäßigen Rezertifizierung erneut geprüft. Mit nunmehr 48 zertifizierten Betrieben und Einrichtungen und einer zertifizierten Tourist Information wurde Frankfurt zudem erneut als „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft" ausgezeichnet.

Neu zertifiziert wurden:
- Fraport Besucherzentrum
- Hotel Kimpton Main Frankfurt mit ANNI Brasserie
- Künstler*innenhaus Mousonturm
- Museum Judengasse
- Primus-Linie mit dem Fahrgastschiff „Maria Sibylla Merian"
- TOWER MMK und ZOLLAMT MMK.

Frankfurt ist damit weiterhin die einzige Stadt in Hessen mit der Auszeichnung „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft" und verfügt bundesweit – nach Berlin – über die zweithöchste Anzahl zertifizierter Angebote. Die TCF begleitet die Betriebe im Zertifizierungsprozess und unterstützt sie bei der Sichtbarkeit ihrer Angebote innerhalb des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle".



Neuzertifizierungen und Rezertifizierungen „Reisen für Alle"

Fotos © #visitfrankfurt

Weiterentwicklung der barrierefreien Online-Angebote
Die TCF hat den barrierefreien Bereich auf visitfrankfurt.travel weiter ausgebaut und nutzerorientiert aufbereitet. Ziel war dabei, Informationen für verschiedene Bedürfnisse gezielter zugänglich zu machen und die Reiseplanung für Gäste mit unterschiedlichen Anforderungen zu erleichtern.
So finden Nutzerinnen und Nutzer nun speziell aufbereitete Informationen für unterschiedliche Personengruppen – etwa für gehörlose, schwerhörige, sehbehinderte und blinde Gäste sowie Inhalte in Leichter Sprache. Diese klare Struktur ermöglicht einen schnelleren Zugang zu den jeweils relevanten Informationen und verbessert die Orientierung innerhalb des Angebots.

Ergänzend dazu umfasst der Bereich weiterhin gebündelte Informationen zu nach „Reisen für Alle" zertifizierten touristischen Angeboten sowie praxisnahe Hinweise zur barrierefreien Reiseplanung in Frankfurt. Ein besonderer Fokus liegt zudem auf den sieben barrierefreien „Urlaubsinspirationen", die zertifizierte Übernachtungs-, Gastronomie- und Freizeitangebote kombinieren und so konkrete Reisevorschläge bieten.

Aktualisierung der Broschüre „Frankfurt am Main Barrierefrei"
Im Zuge der Rezertifizierung wurde auch die Broschüre „Frankfurt am Main Barrierefrei" umfassend überarbeitet und aktualisiert. Dabei wurden insbesondere die neu nach „Reisen für Alle" zertifizierten Betriebe in das Informationsangebot aufgenommen.

Auch die barrierefreien „Urlaubsinspirationen" wurden entsprechend angepasst und erweitert, indem neue zertifizierte Übernachtungs-, Gastronomie- und Freizeitangebote ergänzt wurden. Dadurch werden die Inspirationen noch aktueller und bieten eine verlässliche Grundlage für die Planung eines barrierefreien Aufenthalts in Frankfurt.
Die Broschüre steht weiterhin sowohl als Printversion als auch als barrierefreies PDF zur Verfügung und bündelt alle relevanten Informationen in kompakter Form.

© ChatGPT Image

6. Digitalisierung

Die Digitalisierung begleitet innerhalb der TCF zentrale Entwicklungsprozesse an der Schnittstelle von Organisation, Datenmanagement, Künstlicher Intelligenz, Webseiten und digitalen Anwendungen. Im Fokus stehen dabei sowohl die strategische Weiterentwicklung digitaler Strukturen als auch die operative Umsetzung konkreter Projekte gemeinsam mit den jeweiligen Fachabteilungen und externen Partnern. Ziel ist es, digitale Prozesse innerhalb des Unternehmens effizienter, strukturierter und zukunftsfähiger zu gestalten sowie die digitale Sichtbarkeit touristischer Angebote der Stadt Frankfurt am Main und der Destination FrankfurtRheinMain kontinuierlich zu stärken.

Im zweiten Quartal 2026 lagen die Schwerpunkte insbesondere auf der Weiterentwicklung interner Arbeitsstrukturen, dem Ausbau des Datenmanagements im Rahmen des hessischen Open Data-Projekts, der Weiterentwicklung der internen KI-Plattform sowie der Betreuung und Erstellung verschiedener Webseiten- und Landingpage-Projekte.

Laufende Projekte/Maßnahmen (Auswahl)

Allgemein
Innerhalb der Digitalisierung wurde zum Beginn der zweiten Jahreshälfte ein Zwischenbilanz-Meeting durchgeführt, um den aktuellen Stand zu bewerten und das weitere Vorgehen für die kommenden Monate zu strukturieren. In diesem Zusammenhang wurde auch die interne Arbeitsorganisation weiterentwickelt. Ziel der neuen Arbeitsstruktur ist es, die zunehmende Anzahl an Aufgaben effektiver, stringenter und transparenter zu bearbeiten sowie Verantwortlichkeiten und Abläufe innerhalb des Teams klarer abzubilden.

Darüber hinaus nahm die Digitalisierung an verschiedenen externen Austausch- und Fachformaten teil. Dazu zählten unter anderem der „Bundesland KI-Summit" in Bremen, organisiert durch die destination.one GmbH, sowie mehrere Termine mit touristischen und kommunalen Partnern. Diese Formate dienten insbesondere dem fachlichen Austausch zu den Themen Künstliche Intelligenz, Datenmanagement, Open Data und zukünftigen Kooperationsmöglichkeiten.

Datenmanagement
Im Bereich Datenmanagement wurde intensiv an der weiteren Mitwirkung am Open Data-Projekt von Hessen Tourismus gearbeitet. Ziel des Landes ist es, bis Ende 2028 den Tourismus-Hub Hessen mit über 100.000 qualifizierten Datensätzen zu befüllen und die touristischen Akteure im Land durch technische Lösungen zu unterstützen. Die Destination FrankfurtRheinMain wirkt weiterhin aktiv daran mit, den entsprechenden Beitrag zu diesem Ziel zu leisten.

Hierfür wurde intern ein dynamischer Prozessplan aufgesetzt, der die Gewinnung, Aufbereitung und Pflege relevanter Daten für das restliche Jahr 2026 sowie die Folgejahre strukturiert. Der Fokus liegt zunächst auf Points of Interest, gastronomischen Betrieben sowie wiederkehrenden und einmaligen Veranstaltungen. Parallel werden Gespräche mit Datenhaltern geführt, um künftig auch infrastrukturelle Daten, Stammdaten und weitere touristisch relevante Angebote für das Projekt nutzbar zu machen.
Hierzu fanden mehrere Austauschtermine statt, unter anderem mit dem Stadtvermessungsamt der Stadt Frankfurt am Main. Im Mittelpunkt standen die jeweiligen Datenbanksysteme, Fragen des Datenmanagements, der Datenweitergabe sowie mögliche Kooperationsansätze. Ziel ist es, geeignete Daten aus dem Geoportal des Stadtvermessungsamts für das Open Data-Projekt auf Hessenebene zu gewinnen.

Auch mit Hessen Tourismus und der TMH Tourismus Management Hessen UG fand ein individuelles Beratungsgespräch für die Destination FrankfurtRheinMain statt. Thematisiert wurden die bisherige Zusammenarbeit, der aktuelle Stand des Datenmanagements sowie mögliche Synergien und Unterstützungsangebote für die hessischen Destinationen. Zudem nahm die Digitalisierung an zentralen Austauschformaten des hessischen Open Data-Projekts teil, darunter die Inner Circle-Runden, ein Meilenstein-Termin sowie die erste Regionalkonferenz „Tourismusdaten 4.0: Vernetzt planen, lokal profitieren". Die Konferenz unterstrich erneut die Bedeutung offener, strukturierter und maschinenlesbarer Daten für Webseiten, Apps, Portale und KI-Systeme.

Weitere Gespräche fanden mit den Organisatoren der Landesgartenschau Oberhessen 2027 statt. Ziel ist es, Veranstaltungen der Landesgartenschau nach Möglichkeit als Daten für das hessische Open Data-Projekt zu gewinnen und dadurch zusätzliche Reichweiten- und Ausspielungspotenziale zu erschließen.

Operativ wurden Abfragen an Partner der Destination FrankfurtRheinMain versandt, um potenzielle Datenquellen zu identifizieren und kontinuierlich Datensätze für das Open Data-Projekt zu gewinnen. Zudem wurde die Agentur plazy erneut beauftragt, um die Erstellung und Aufbereitung von Bildmaterial und Datensätzen zu unterstützen.

Auch die technischen und organisatorischen Grundlagen der Datenerhebung wurden weiterentwickelt. Mit Jotform wurde ein neues Formular-Tool eingeführt, das bereits für verschiedene Abfragen, unter anderem im Kontext des Museumsuferfests sowie für die Abfragen bei den Destinationspartnern, genutzt wird. Zwei Werkstudierende unterstützen das Datenmanagement bei der Datenpflege, der Aufbereitung neuer Datensätze und der Bearbeitung von Bildmaterial.

Zusätzlich wird geprüft, wie Künstliche Intelligenz künftig stärker bei der Datengewinnung und im Datenmanagement unterstützen kann. Erste KI-Prompts zur Generierung und Strukturierung von Datensätzen nach unterschiedlichen Typen wie POIs, Gastronomie und Veranstaltungen befinden sich aktuell in der Testphase.

KI

Im Bereich Künstliche Intelligenz wurde, auf der im ersten Quartal erfolgten, inhaltlichen Ausarbeitung aufgebaut. Die vorbereiteten, vorgeprompteten bzw. vorformulierten Anwendungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden wurden gemeinsam mit den jeweiligen Fachabteilungen weiter konkretisiert, getestet und fachlich angepasst. Ziel war es, die späteren Anwendungsfälle möglichst praxisnah an den tatsächlichen Bedarfen der Abteilungen auszurichten und die Nutzung der internen KI-Plattform strukturiert vorzubereiten.

Die entwickelten Prompts wurden im Verlauf des Quartals sukzessive für die Nutzung innerhalb der Plattform vorbereitet beziehungsweise, soweit systemseitig möglich, in die bestehende Systemumgebung überführt.

Parallel dazu wurde der weitere Entwicklungsverlauf der KI-Plattform betrachtet. Bis Ende des Jahres soll eine dynamische Roadmap für die TCF erarbeitet werden, die möglichen nächsten Schritte im Umgang mit Künstlicher Intelligenz innerhalb des Unternehmens beschreibt. Dabei geht es sowohl um konkrete Anwendungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden als auch um die strategische Frage, wie die TCF die Potenziale von KI verantwortungsvoll, praxisnah und zeitgemäß nutzen kann.

Webseiten

Im Bereich Webseiten wurde die Umsetzung einer neuen Webseite für das von der TCF veranstaltete Museumsuferfest beschlossen und begonnen. Die Arbeiten an der Seite laufen bis zum Fest Ende August fortlaufend weiter, sodass das Museumsuferfest 2026 wieder mit einem eigenen digitalen Auftritt begleitet wird.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Weiterentwicklung des Themas Suchmaschinenoptimierung. Da sich durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz auch Suchverhalten und Sichtbarkeitsmechanismen verändern, gewinnt neben klassischer SEO zunehmend auch Generative Engine Optimization (GEO), also die Optimierung von Inhalten für KI-gestützte Suchsysteme, an Bedeutung. Gemeinsam mit der begleitenden SEO-Agentur der TCF wurde hierzu eine Workshopreihe konzipiert und mit den jeweils verantwortlichen Mitarbeitenden durchgeführt. Ziel war es, ein gemeinsames Verständnis für aktuelle Entwicklungen zu schaffen und die redaktionelle sowie strategische Arbeit an den Webseiten entsprechend weiterzuentwickeln.

Darüber hinaus wurden in Zusammenarbeit mit dem Tourismusmarketing verschiedene Landingpages und digitale Sonderseiten umgesetzt. Dazu zählten unter anderem Seiten im Rahmen des Rooftop Day, der Kampagne „bissi anners“, einer anstehenden Gästebefragung sowie einer Seite für spanische Gäste im Kontext einer Kooperation mit dem Spanien-Sitz der Deutschen Zentrale für Tourismus. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, Kampagnen, Sonderprojekte und zielgruppenspezifische Inhalte digital sichtbarer und nutzerfreundlich auszuspielen.

Impressum

Herausgeberin:
Tourismus- und Congress GmbH Frankfurt am Main
Kaiserstraße 56, 60329 Frankfurt am Main
069/24 74 55-400
info@infofrankfurt.de, www.visitfrankfurt.travel

Alle Angaben sind ohne Gewähr und
entsprechen dem Stand der Veröffentlichung:
August 2026.

FRANKFURT TOURISMUS +CONGRESS

Ein Unternehmen der

STADT FRANKFURT AM MAIN

Zertifiziert für:

ServiceQualität DEUTSCHLAND

TourCert

NACHHALTIGES REISEZIEL

Reisen für Alle