



Pressemitteilung

Pressereferat

der Landeshauptstadt Wiesbaden
Schlossplatz 6 · 65183 Wiesbaden
E-Mail: pressereferat@wiesbaden.de
<http://www.wiesbaden.de/presse>

9. März 2018

Touristik, Homepage, Wirtschaft

Wiesbaden bei Internationaler Tourismusbörse in Berlin gefragt

Die Stadt Wiesbaden kann bei den Fachbesuchern der ITB Berlin punkten: Insgesamt führte das Team der Wiesbaden Marketing GmbH an den ersten drei Messtagen 80 konkrete touristische Fachgespräche.

Zu den Fachbesuchern zählen unter anderem Incoming-Agenturen, die beispielsweise für den US-amerikanischen Markt maßgeschneiderte Deutschlandreisen einkaufen, oder auch Kulturreiseveranstalter.

Der neue Imagefilm der Tourismusdestination Wiesbaden feierte bei einem Kunden-Dinner am Vorabend des Messeauftakts eine erfolgreiche Premiere: 30 Kunden von Verbänden nahmen in der hessischen Landesvertretung nicht allein visuelle Eindrücke der Landeshauptstadt mit, sondern informierten sich bei einem „Speed-Geeking“, einem innovativen Veranstaltungsformat mit kurzen Informationseinheiten, über die Produkte des Kongress- und Tagungsstandortes Wiesbaden. Nach der Begrüßung durch Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel fand eine Talk-Runde mit Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH, Kurhaus Wiesbaden GmbH und des RheinMain CongressCenter, Carola Hildebrandt (Vertrieb RMCC) sowie Julia und Constantin von Deines (Hotel Nassauer Hof) statt, bei der die vielfältigen Veranstaltungsoptionen aufgezeigt wurden.

Das große Interesse am RheinMain CongressCenter (RMCC), das in wenigen Wochen

eröffnet wird, begeistert Wiesbadens Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel. „Die Resonanz auf unser modernes Kongresszentrum ist durchweg positiv“, fasst Bendel die RMCC-Präsentationen bei Kundenterminen zusammen; unter anderem gab es Vorstellungen bei zahlreichen in Berlin ansässigen Verbänden.

Von der traditionellen Abendveranstaltung auf der ITB, dem „Hessen Abend“, nahm Martin Michel mit seinem Team von Wiesbaden Marketing sehr positive Eindrücke mit: Bei dem bedeutenden Netzwerktreffen mit geladenen Gästen aus der Reisebranche und der Politik wurden zahlreiche wichtige Gespräche geführt.

Die Spezialitäten aus Wiesbaden – Mini-Maldaner-Schnitten vom Café Maldaner, Pralinen der Confiserie Kunder und Sekt der Sektkellerei Henkell – , die schon beim Kunden-Dinner großen Anklang fanden, überzeugen auch die Fachbesucher am Messestand der Landeshauptstadt und motivieren für ausführliche Gespräche über die weiteren Erlebnismöglichkeiten der Stadt. Insbesondere auch Fachbesucher aus europäischen Märkten, etwa der Schweiz, Niederlande und Österreich, interessieren sich für die Angebote der Städtedestination Wiesbaden. Ganz spontan werden sich Vertreter von drei Reiseveranstaltern aus den USA ein eigenes Bild von Wiesbaden machen: Sie haben eine außerplanmäßige „Site Inspection“ vereinbart, für die sie ihre Rückreise von Berlin umorganisieren und kurzfristig Wiesbaden einen Besuch abstatten.

Wiesbadener Köstlichkeiten werden auch den Endverbrauchern, die die Leitmesse der weltweiten Reisebranche am Wochenende besuchen können, nicht vorenthalten. Und sie werden ebenfalls Weinmajestäten aus dem Rheingau und die Kostheimer Weinkönigin Michelle Gönner kennenlernen und Wissenswertes zum Rheingauer Wein erfahren können. Der Weinbauverband stellt sich auf der ITB auf einer eigenen Präsentationsfläche vor und bietet Verkostungen und Aromaproben an.

Parallel zu den zahlreichen Fachgesprächen nutzt das Team von Wiesbaden Marketing den die Messe begleitenden ITB-Kongress zum fachlichen Austausch und informiert sich über neue Trends. Die Digitalisierung ist ein Aspekt der Neuerungen im globalen und nationalen Tourismus. Darüber hinaus finden Vorträge und Gespräche zu speziellen Themen wie Barrierefreiheit oder Medizintourismus besondere Beachtung.

+++