



Pressemitteilung

Pressereferat

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

22. Januar 2016

Homepage, Wirtschaft

Erfolgreicher Start ins neue Messejahr

Die „prickelnden Seiten“ der hessischen Landeshauptstadt standen mit im Mittelpunkt der Wiesbaden-Präsentation auf der Tourismusmesse CMT (Caravan, Motor und Touristik), die noch bis Sonntag in Stuttgart stattfindet. Mit ihrem Partner, der Sektkellerei Henkell, stellte die Wiesbaden Marketing GmbH an einem in Kooperation mit dem Arbeitskreis der Hessischen Städte und der Hessen Agentur HA betriebenen neuen Messestand ihre vielfältigen Besucherangebote vor.

Dazu gehören auch die Führungen durch die Sektkellerei und der Besuch des 2015 eröffneten neuen Henkell-Shops, die vor allem auch bei Gruppen sehr gefragt sind. Auf der CMT, der weltweit größten Publikumsmesse rund um Tourismus und Freizeit, sorgte Wiesbaden Marketing bei einem Fachbesucher-Frühstück nicht nur für ein prickelndes Geschmackserlebnis, sondern stellte dabei auch die neuen Reiseangebote wie das „Wiesbaden Erlebnis“, die Führungen durch die „Krimistadt Wiesbaden“ und die kulturellen Höhepunkte 2016 vor. Für das Publikum wurden zudem Besucherpakete beispielsweise zu Veranstaltungen bereitgehalten, aber auch Ausflugsideen in den Rheingau, Vorschläge zu Wandertouren, zu Weinproben oder der Besichtigung kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten wie dem Kloster Eberbach vorgestellt.

„Die gezielte Präsentation auf Deutschlands bedeutendster Endverbrauchermesse ist für die Vermarktung unserer Stadt sehr wichtig, insbesondere auch für die Positionierung im nationalen Wettbewerb als attraktives Städte- und Kulturreiseziel“, betont Wiesbadens

Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel. Sowohl die CMT in Stuttgart als auch die „Ferien-Messe“ Wien, die bereits vor einer Woche stattfand, bei der die Wiesbaden Marketing GmbH die gesamte Region Frankfurt Rhein-Main stellvertretend repräsentierte und zahlreiche konkrete und verbindliche Anfragen zu Reiseangeboten in die hessische Landeshauptstadt mit nach Hause brachte, eigneten sich besonders zur Vorstellung neuer Angebote. So entspreche das von Wiesbaden Marketing initiierte kombinierbare Tourenangebot nach Wiesbaden und Mainz unter dem Motto „Ein Fluss. Zwei Städte“ der großen Nachfrage nach Städtereisepaketen, welche beide Landeshauptstädte von Hessen und Rheinland-Pfalz beinhalteten, ergänzt Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH. Traditionell sind auf der CMT auch Ausflugsmöglichkeiten für Vereine und Freundeskreise in den Rheingau stark nachgefragt. Als ungebrochen groß erlebte das Marketing-Team, das ein beträchtliches Interesse auch an Ausflügen in den Taunus registrierte, die Nachfrage nach dem Thema „Weinerlebnis“ in und um Wiesbaden.

In der neuen Wiesbaden-Broschüre „Wiesbaden Erleben“, die aktuell auf den Messen vorgestellt worden ist, sind die vielfältigen neuen Städtereisenangebote nach Wiesbaden gebündelt. Das Besucherpaket „Ästhetik der Natur“ beispielsweise bietet neben dem Erlebnis der naturkundlichen Sammlung im Museum das Kennenlernen der hessischen Landeshauptstadt mit einer Übernachtung. Reisepakete rund um Veranstaltungshöhepunkte wie die Rheingauer Weinwoche oder der Sternschnuppen Markt sind in der Broschüre ebenfalls zu finden. Aus dem vielfältigen Angebot der Stadtrundgänge werden Neuheiten vorgestellt wie zum Beispiel „Von der Spielfilmkulisse zur Krimistadt“ - ein Highlight für Cineasten und Fernsehkrimi-Fans gleichermaßen. Sie gewinnen bei einem Krimi-Rundgang von „Klein-Hollywood zu Staatsanwalt und Tatort“ umfassende Einblicke in die Filmgeschichte der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden und entdecken so manchen „Tatort“.

+++