



Pressemitteilung

Pressereferat

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

31. Mai 2016

Touristik, Homepage

Tourismus in Wiesbaden weiter im Aufwind

Der Tourismus in Wiesbaden befindet sich nach dem sehr guten Ergebnis des Tourismusjahres 2015 weiter im Aufwind. Die Anzahl der Übernachtungen ist in den ersten drei Monaten des Jahres um 3,32 Prozent auf rund 269.200 gestiegen. Bei den Inlandsgästen ist ein Plus von 0,1 Prozent auf 194.408 Übernachtungen zu verzeichnen, die Übernachtungen von Auslandsgästen sind um 12,78 Prozent auf 74.788 gestiegen.

Mit 127.428 Gästen wurden im ersten Quartal 2016 ähnlich viele Gästeankünfte wie im ersten Quartal des Vorjahres registriert. Während bei den Inlandsgästen ein leichtes Minus von 1,04 Prozent zu verzeichnen war (95.506 Gäste), nahm die Anzahl der Auslandsgäste um 3,51 Prozent auf 31.922 zu. Im Landesvergleich liegt Wiesbaden damit weit vorn: In ganz Hessen wurde im ersten Quartal 2016 ein 0,6-prozentiges Plus bei den Gästeankünften und ein Plus von 2,8 Prozent bei den Übernachtungen erzielt. „Der deutliche Anstieg ausländischer Gäste steht für den Erfolg unserer internationalen Vermarktungsaktivitäten“, zeigt sich Wiesbadens Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel von der nachhaltigen Wirkung der von der Wiesbaden Marketing GmbH verantworteten Marketingaktivitäten beeindruckt, beispielsweise die Präsentation auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin oder die Teilnahme an Roadshows und Verkaufsfahrten in den Vereinigten Arabischen Emiraten und Saudi Arabien.

Die vom Hessischen Statistischen Landesamt erhobenen und vom Amt für Strategische Steuerung, Stadtforschung und Statistik aufbereiteten Zahlen weisen zum Beispiel mit

annähernd 12.750 Übernachtungen ein Plus von 28,1 Prozent bei Besuchern aus den Arabischen Golfstaaten aus. Zunahmen bei den Übernachtungsgästen gab es ferner aus den Quellmärkten (USA: 14.073 Übernachtungen = plus 20,1 Prozent, China: 3.874 Übernachtungen = plus 5,4 Prozent, Spanien: 3.606 Übernachtungen = plus 115,2 Prozent, Niederlande: 3.472 Übernachtungen = plus 2,7 Prozent, Schweiz: 3.201 Übernachtungen = plus 12,2 Prozent und Frankreich: 2.182 Übernachtungen = plus 13,8 Prozent).

Im ersten Quartal des Jahres 2016, in dem Präsentationen auf internationalen Messen stattfanden, unter anderem auch auf der Germany Travel Show (GTS) in London, konnte die Wiesbaden Marketing GmbH auch auf großen nationalen Verbrauchermessen wie der CMT Stuttgart (Caravan, Motor und Touristik) konkrete Reiseanfragen verbuchen. „Neben der Bewerbung Wiesbadens als attraktives Städtereiseziel stellt die Vermarktung der Kongress- und Tagungskapazitäten einen wichtigen Schwerpunkt dar. So wurde beispielsweise das RheinMain CongressCenter, das 2018 eröffnet, auf der ITB mit einem 3D-Modell beworben, das einen virtuellen und dabei lebensechten Rundgang durch das Haus ermöglicht“, erklärt Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH.

In Berlin stand gleichzeitig das Jahresthema „Tradition“ im Fokus, das mit Produkten der Henkell-Sektellerei, des Café Maldaner und der Confiserie Kunder sinnlich erlebbar war. Der Facettenreichtum der Landeshauptstadt spiegelte sich auch im neuen DuMont-Bildatlas „Wiesbaden Rheingau“ wieder, der seit Anfang März im Handel erhältlich ist. Auf rund 70 Seiten wird Wiesbaden als attraktives Städtereiseziel vorgestellt und eine Vielzahl an Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen sowie Einkaufs- und Ausgelmöglichkeiten aufgezeigt.

Bei der Ameropa Programmpräsentation unter dem Motto „Mehr Ameropa. Mehr Erlebnisse. Mehr Wow“, die Anfang des Jahres am Weissenhäuser Strand stattfand, war die Wiesbaden Marketing GmbH gemeinsam mit der Hessen Agentur GmbH und der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main. Dabei wurden den Reiseexpedienten Rahmenprogrammbausteine aus Wiesbaden und dem Rheingau kreativ vorgestellt. Die Resonanz der Teilnehmer war ebenso positiv wie die der 26 amerikanischen Reiseagenten, die im Februar im Rahmen einer von Europe Express (Mitglied der TUI AG) initiierten Studienreise unter anderem die Landeshauptstadt Wiesbaden und den Rheingau besuchten. Bei ihrer Erkundungstour wurden die US-Reiseagenten von der Wiesbaden Marketing GmbH betreut.

+++