



Pressemitteilung

Pressereferat

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

26. August 2016

Touristik, Homepage, Wirtschaft

Auslandsgäste übernachten immer länger in der Stadt

Der Aufwärtstrend bei den Tourismuszahlen, der sich bereits in den ersten drei Monaten des Tourismusjahres 2016 abzeichnete, hält an: Im ersten Halbjahr besuchten mit 280.861 Gästen 0,5 Prozent mehr Besucher als im ersten Halbjahr 2015 die Landeshauptstadt (279.575) – und sie übernachteten deutlich länger als in den ersten sechs Monaten des Vorjahres: Die Anzahl der Übernachtungen stieg um 1,3 Prozent von 569.224 Übernachtungen im ersten Halbjahr 2015 auf 576.887 im Zeitraum Januar bis Juni 2016.

Ebenfalls 1,3 Prozent macht die Steigerung bei den Gästeankünften aus dem Inland aus. Es wurden 214.032 Besucher aus dem Inland registriert, 211.275 Besucher waren es im ersten Halbjahr 2015. Die Anzahl ausländischer Gäste ging um 2,2 Prozent auf 66.829 Besucher zurück, gleichzeitig übernachteten sie deutlich länger in Wiesbaden: Wurden im ersten Halbjahr 2015 noch rund 146.000 Übernachtungen ausländischer Gäste gezählt, waren es im ersten Halbjahr dieses Jahres 156.360 Übernachtungen. „Die erneut gestiegenen Übernachtungszahlen sind eindrucksvoller Beleg der Attraktivität unserer Stadt und sie beweisen den Erfolg unserer Marketingaktivitäten in den internationalen Quellmärkten“, würdigt Wiesbadens Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel die zielgerichtete Vermarktung der Landeshauptstadt durch die verantwortliche Wiesbaden Marketing GmbH.

Die vom Hessischen Statistischen Landesamt erhobenen und vom Amt für Strategische

Steuerung, Stadtforschung und Statistik aufbereiteten Zahlen zeigen einen markanten Anstieg insbesondere der Besucher aus den Arabischen Golfstaaten. In den ersten sechs Monaten dieses Jahres kamen 4.381 Gäste (ein Plus von 5,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) und sie übernachteten 27.212 Mal in Wiesbaden. Das entspricht einer Steigerung von 27,5 Prozent im Vergleich zu den Übernachtungszahlen des ersten Halbjahres 2015. Deutliche Steigerungen bei den Übernachtungszahlen gab es ferner unter anderem auch bei Gästen aus den USA (30.624 Übernachtungen, plus 15,5 Prozent), Spanien (knapp 6.700 Übernachtungen, plus 33,0 Prozent), Polen (5.143 Übernachtungen, plus 43,0 Prozent) und etwa Irland (1.114 Übernachtungen, plus 71,6 Prozent).

Bei Präsentationen auf internationalen Messen wie der Germany Travel Show (GTS) in London oder großen nationalen Verbrauchermessen wie der CMT Stuttgart (Caravan, Motor, Touristik) konnte die Wiesbaden Marketing GmbH zahlreiche konkrete Reiseanfragen verbuchen. Neben der Vermarktung Wiesbadens als Städtereiseziel steht bei Wiesbaden Marketing die Bewerbung des Kongress- und Tagungsstandortes Wiesbaden im Fokus. „Ein 3D-Modell, das einen virtuellen Rundgang durch das neue RheinMain Congress Center ermöglicht, das 2018 eröffnet wird, haben wir bei verschiedenen Messepräsentationen erfolgreich eingesetzt“, sagt Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH. Des Weiteren präsentierte sich die Wiesbaden Kongressallianz mit ihren Partnern auf Workshops wie z.B. der ICJ MICEAdvantage ,der career@office sowie auf der IMEX, der internationalen Fachmesse für Meetings, Incentives, Tagungen und Events in Frankfurt. Hier wurden über 150 qualifizierte Kunden-Gespräche geführt und zahlreiche Anfragen für Wiesbaden entgegengenommen.

Das sehr erfreuliche und weiterhin stetige Wachstum bedarf kontinuierlichen Vermarktungsaktivitäten im In- und Ausland, so führt Michel unter anderem den Fach-Workshop der Reisebüro-Kette „Derpart“ und die Schulung der Reisebüro-Kooperation „Best“-Reisen auf. Begleitend zu den Fachtagungen beider Unternehmen in der Landeshauptstadt stellte Wiesbaden Marketing knapp 330 Reisebüro-Mitarbeitern den Facettenreichtum der hessischen Landeshauptstadt vor. Deren Begeisterung über die vielfältigen Entdeckungsmöglichkeiten in der Stadt teilten auch neuseeländische Reiseagenten und Reisejournalisten renommierter Reisemagazine, die an Bord des Fluss-Kreuzfahrtschiffes „Imagery II“ am Biebricher Rheinufer Halt machten: Auch sie nahmen von den organisierten Besichtigungstouren positive Eindrücke Wiesbadens mit. Die Angebotsvielfalt in der Landeshauptstadt schätzen neben internationalen Gästen auch Tagesbesucher aus Deutschland. Immer mehr Busreiseveranstalter nehmen das

Reiseziel Wiesbaden aufgrund der steigenden Nachfrage in ihre Programme auf.

+++