



Pressemitteilung

Pressereferat

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

18. Januar 2017

Touristik, Twitter, Homepage, Veranstaltungen, Kultur, Wirtschaft

Wiesbaden Marketing: Erfolgreicher Start ins neue Messejahr

Die vielfältigen Möglichkeiten, die hessische Landeshauptstadt als Besucher zu erleben, stehen bei der Präsentation der Wiesbaden Marketing GmbH auf der Tourismusmesse CMT (Caravan, Motor und Touristik) in Stuttgart unter dem Motto „Wiesbaden – Mehr zu entdecken“. Noch bis kommenden Sonntag, 22. Januar, werden am Kooperationsstand des Arbeitskreises der Hessischen Städte und der Hessen Agentur HA neue touristische Angebote vorgestellt.

Auf der weltweit größten Publikumsmesse rund um Tourismus und Freizeit sorgte Wiesbaden Marketing mit der Sektkellerei Henkell als Partner bei einem Fachbesucher-Frühstück nicht nur für ein prickelndes Geschmackserlebnis, sondern stellte dabei auch das Angebot an Stadtrundgängen und Themenführungen für 2017 vor. Darunter auch die Kellerei-Führung am Stammsitz der Firma mit dem angegliederten Henkell-Shop, das sich großer Beliebtheit erfreut.

„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, das zudem mit hochkarätigen Traditionsveranstaltungen punktet“, betont Wiesbadens Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel.

Dem Publikum werden auch Besucherpakete, beispielsweise zu Veranstaltungen und

Ausflugsideen in den Rheingau, Vorschläge zu Wandertouren, zu Weinproben oder zur Besichtigung kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten wie dem Kloster Eberbach, vorgestellt.

Großes Interesse gibt es auch an einem kombinierten Besuch der beiden benachbarten Landeshauptstädte Wiesbaden und Mainz. Der in Kooperation mit der Stadt Mainz herausgegebene Flyer „Ein Fluss. Zwei Städte“ erfreut sich dabei großer Beliebtheit. „Hierbei punktet Wiesbaden nun auch mit der aktualisierten Wiesbaden Tourist Card, die ab sofort nicht nur die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs zwischen beiden Städten beinhaltet, sondern auch Ermäßigungen auf touristische Angebote in Mainz bietet“, erläutert Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH.

Bereits in der vergangenen Woche repräsentierte die Wiesbaden Marketing GmbH stellvertretend die gesamte Region Frankfurt Rhein-Main am Stand der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) auf der Ferien-Messe in Wien. Diese touristische Publikumsmesse in Österreich eignet sich ebenso wie die Ende Januar in Zürich stattfindende Leitmesse auf dem Schweizer Markt, die „FESPO“, hervorragend für die Vorstellung neuer Angebote. So präsentiert die Wiesbaden Marketing GmbH dort zielgerichtet, beispielsweise für das kulturinteressierte Publikum, Veranstaltungshöhepunkte wie die Internationalen Maifestspiele, das Internationale Pfingstturnier, das Rheingau Musik Festival oder die Rheingauer Weinwoche. Ungebrochen ist die positive Nachfrage nach Erlebnisbausteinen rund um das Thema „Wein und Kulinarik“, insbesondere zu Produkten „Made in Wiesbaden“. „Diese Themen werden traditionell bei den Publikumsmessen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, insbesondere auch von kleinen Gruppen aus Vereinen und Freundeskreisen, nachgefragt; eine Reise in die hessische Landeshauptstadt wird oftmals auch mit Ausflügen in den Rheingau kombiniert. Hier ergänzt die Wiesbaden Marketing GmbH ihr Angebot sowohl für Gruppen als auch Individualreisende mit Angeboten wie beispielsweise Führungen und Weinproben im Kloster Eberbach“, so Michel abschließend.

+++