



Pressemitteilung

Pressereferat

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

30. August 2017

RheinMain CongressCenter (RMCC), Touristik, Twitter, Homepage, Wirtschaft

Innerdeutscher Städtetourismus boomt

Gestiegene Übernachtungszahlen von Besuchern aus dem Inland untermauern den guten Ruf Wiesbadens als attraktive Städtereise- und Tagungsdestination. Im ersten Halbjahr dieses Jahres wurden mit insgesamt 583.804 Übernachtungen 1,2 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (576.947 Übernachtungen) gezählt. Im Durchschnitt verbrachten die Gäste zwei Nächte in den knapp 80 Beherbergungsbetrieben der Stadt; die Bettenauslastung lag bei 47,4 Prozent und damit 0,6 Prozent über dem Vorjahreszeitraum.

Die positiven Entwicklungen sind geprägt vom Wachstum bei den Ankünften und Übernachtungen aus dem Inland: Mit einem Plus von 1,3 Prozent bei den Gästeankünften (216.812 Besucher) und einem Zuwachs von 6,3 Prozent bei den Übernachtungen (447.200) partizipiert die hessische Landeshauptstadt am Boom des innerdeutschen Städtetourismus.

„Wiesbaden profitiert von dem Trend des Reisens im eigenen Land und überzeugt dabei mit dem touristischen Motto ‚Wiesbaden – Mehr zu entdecken‘“, kommentiert Wiesbadens Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel die vom Statistischen Landesamt erhobenen und vom Amt für Strategische Steuerung, Stadtforschung und Statistik aufbereiteten Zahlen. „Auch der Geschäftsreisetourismus, der mit der Eröffnung des RheinMain CongressCenters im kommenden Jahr deutlich weiter an Dynamik gewinnen wird, floriert. Dabei setzen wir auch darauf, dass der Facettenreichtum der Stadt

zunehmend Erstbesucher überzeugt, die ihrem geschäftlichen Aufenthalt in der Stadt eine Privatreise nach Wiesbaden folgen lassen“, so Bendel weiter.

In den Ergebnissen des Auslandsmarktes spiegeln sich auch die Auswirkungen der aktuellen Sicherheitslage, das gestiegene Sicherheitsempfinden von Reisenden und die teils angespannte wirtschaftspolitische Lage einiger wichtiger Quellmärkte für den Wiesbaden-Tourismus wider. So stellt sich das Ausland in den ersten sechs Monaten des Jahres 2017 bei den Übernachtungen mit einem Minus von 12,6 Prozent dar. Einen großen Anteil daran hat der Rückgang der Übernachtungen von Gästen aus Asien (4.510 Übernachtungen aus China, entspricht – 31,4 Prozent) und vor allem den Arabischen Golfstaaten (12.949 Übernachtungen, entspricht – 52,4 Prozent). Letztere wohnen zunehmend in Wiesbaden in Privatunterkünften und werden damit nicht von der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst.

Mit knapp 11.100 Besuchern (plus 0,7 Prozent) und mehr als 29.700 Übernachtungen (minus 3,0 Prozent) stabilisieren die US-amerikanischen Besucher ihre Spitzenposition im Gäste-Ranking. Auf stabilem und erfreulichem Niveau bewegen sich die Übernachtungen von Besuchern aus Europa, beispielsweise Österreich mit 5.009 Übernachtungen (+ 31,8 Prozent), Italien mit 5.953 Übernachtungen (+ 20,5 Prozent), Spanien mit 6.739 Übernachtungen (+ 0,6 Prozent) und die Schweiz mit 6.521 Übernachtungen (- 0,3 Prozent).

Zu den Aktivitäten der Wiesbaden Marketing GmbH zählten im ersten Halbjahr dieses Jahres unter anderem Präsentationen auf der Internationalen Tourismus Börse in Berlin (ITB), auf Endverbrauchermessen wie der CMT Stuttgart und der „Fespo“ in Zürich sowie der IMEX Frankfurt, der weltgrößten Fachmesse im Bereich MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events). Ferner wurde die hessische Landeshauptstadt beim größten Deutschland-Workshop für internationale Veranstalter, dem Germany Travel Mart in Nürnberg präsentiert. Gemeinsam mit Frankfurt RheinMain wurde die Region beispielsweise auf der Ferienmesse in Wien beworben.

Im Rahmen der gezielten Ansprache von Gruppen- beziehungsweise Busreiseveranstaltern wurden Verkaufsreisen nach Nordrhein-Westfalen, nach Thüringen und Sachsen und in die Schweiz durchgeführt. Dabei konnten insgesamt über 50 konkrete Planungsgespräche geführt werden.

„Die Themenbereiche Wein und Kulinarik standen im Mittelpunkt der Informationsreisen von 35 Reisejournalisten aus dem In- und Ausland, die von der Wiesbaden Marketing

GmbH im ersten Halbjahr 2017 betreut wurden“, erläutert Martin Michel, Geschäftsführer der für die nationale und internationale Vermarktung der Landeshauptstadt verantwortlichen Wiesbaden Marketing GmbH, als ein Beispiel für konkrete Vertriebsaktivitäten im Bereich Tourismusmarketing. Die Fachjournalisten wurden mit dem Facettenreichtum der Stadt und deren Attraktivität als lohnendem Städtereiseziel vertraut gemacht.

Von den vielfältigen Angeboten des Kongress- und Tagungsstandorts Wiesbaden konnten sich außerdem bei Präsentationen und gezielten Kundenevents der Wiesbaden Kongressallianz und des RheinMain CongressCenters rund 100 Vertreter der MICE-Branche überzeugen.

Weitere Projekte zur Bewerbung der Destination Wiesbaden im ersten Halbjahr 2017 waren unter anderem die Vorstellung des digitalen Reisemagazins „Entdecke Wiesbaden“ (www.entdecke-wiesbaden.de) und die gemeinsame Bewerbung der Ausstellung Richard Serra im Museum Wiesbaden unter Einbindung eines konkreten Besucherpaketes in den Städten Düsseldorf, Karlsruhe und Ludwigsburg.

+++