



Pressemitteilung

Pressereferat

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

22. März 2018

Touristik, Homepage, Wirtschaft

1,25 Millionen Übernachtungen - Allzeithoch im Wiesbaden-Tourismus

Der Tourismus in Wiesbaden ist weiter im Aufwind. Im Jahr 2017 empfingen die Wiesbadener Beherbergungsbetriebe exakt 583.205 Gäste. Die Anzahl der Übernachtungen lag bei 1.249.204 und damit um 2,1 Prozent über dem Wert des Vorjahres. Dies ist ein neuer Übernachtungsrekord: Im sechsten Jahr in Folge sind die Übernachtungszahlen auf das neue Allzeithoch gestiegen.

Diese positive Entwicklung ist vor allem inländischen Geschäfts- und Städtereisenden zu verdanken. 461.428 Gäste aus Deutschland (plus 0,5 Prozent im Vergleich zu 2016) buchten 959.899 Übernachtungen und damit 5,6 Prozent mehr als im Jahr 2016. Damit verbrachte jeder inländische Besucher durchschnittlich 2,1 Nächte in der Stadt. Den erfreulichen Zuwachs bei Übernachtungen inländischer Gäste führt Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel auch auf die Attraktivität der Landeshauptstadt als Städtereiseziel zurück: „Wiesbaden wird einerseits als ein lohnenswertes Städtereiseziel wahrgenommen, andererseits als attraktiver Tagungs- und Kongressstandort“, kommentiert er die vom Statistischen Landesamt erhobenen und vom Amt für Statistik und Stadtforschung aufbereiteten Zahlen.

Die Anzahl ausländischer Besucher betrug im Jahr 2017 121.777 (minus 6,7 Prozent), sie buchten mit 289.305 genau 8,1 Prozent weniger Übernachtungen als im Vorjahr. Im Schnitt nächtigt der Auslandsgast 2,4mal in der hessischen Landeshauptstadt. Nach wie vor sind die USA einer der wichtigsten Quellmärkte. Sowohl die Zahl US-amerikanischer

Gäste (22.824, plus 6,6 Prozent) als auch die der Übernachtungen aus diesem touristischen Quellmarkt in der Wiesbadener Hotellerie ist (63.358, plus 6,3 Prozent) angestiegen.

Dagegen lässt sich bei den Besuchern aus den arabischen Golfstaaten (Gäste: minus 38,9 Prozent, Übernachtungen: minus 37,3 Prozent), aus China (Gäste: minus 31,1 Prozent, Übernachtungen: minus 26,6 Prozent) sowie aus Russland (Gäste: minus 19,9 Prozent, Übernachtungen: minus 11,9 Prozent) ein Rückgang feststellen. Hier zeigen sich weiterhin die Auswirkungen aktueller politischer Entwicklungen in den für den Wiesbaden-Tourismus wichtigen Quellmärkten.

Erfreulich sind dagegen die Zahlen aus einigen europäischen Ländern: Eine positive Bilanz zeigt sich bei italienischen Gästen (4.945, plus 6,5 Prozent) und deren Übernachtungen (10.155, plus 3,7 Prozent). Bei den Übernachtungen von Gästen aus Österreich (9.519, plus 9,1 Prozent) zeigt sich ebenfalls ein positiver Effekt. Aus Großbritannien und Nordirland kamen im Jahr 2017 zwar mehr Gäste als im Vorjahr (10.607, plus 2,5 Prozent), die haben aber weniger Übernachtungen gebucht (19.047, minus 3,3 Prozent).

Gezählt wurden die Gäste in 77 Beherbergungsbetrieben, die zusammen im Jahresdurchschnitt 7.202 Betten und Schlafgelegenheiten anboten. Die durchschnittliche Bettenauslastung stieg um 0,6 Prozentpunkte auf 47,5 Prozent.

Als sehr erfreulich wird die Entwicklung der Kongress- und Tagungsdestination Wiesbaden bewertet. In den Wiesbadener Hotels wurden im vergangenen Jahr 115.501 Veranstaltungsteilnehmer gezählt (2016: 95.543), in den Veranstaltungshäusern waren es 264.719 (2016: 291.051). Die Anzahl der Veranstaltungen in den Hotels stieg von 4.688 im Jahr 2016 auf 5.055 im letzten Jahr, in den Kongresszentren der Stadt wurden 1.657 Veranstaltungen durchgeführt (2016: 1.225). Insgesamt wurden in Wiesbaden im vergangenen Jahr 6.712 Veranstaltungen durchgeführt (2016: 5.913).

Die Vermarktung des Kongress- und Tagungsstandortes wurde unter der Dachmarke „Convention Wiesbaden“ weiter entwickelt. Neben buchbaren Rahmenprogrammen wurde beispielsweise das Format „Training on Wiesbaden“ ausgebaut, welches u.a. den Mitgliedern der Wiesbaden Kongressallianz zur Weiterbildung dient. „Unsere Marketingkooperation feierte im vergangenen Jahr 2017 bereits ihr zehnjähriges Bestehen und gilt nach wie vor in Deutschland als Vorzeigemodell, bestehend aus Veranstaltungshäusern, Hotellerie und Kooperationspartnern“ erklärt Martin Michel,

Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH.

Zu den wichtigsten Aktivitäten der Marketingkooperation gehörte unter anderem die Präsentation auf der Leitmesse der MICE-Branche, der IMEX Frankfurt, im Mai und die Teilnahme bzw. Organisation von Kundenveranstaltungen. So lernten bei der „Meet Wiesbaden Tour“ im Juni rund 50 Veranstaltungsplaner aus ganz Deutschland nicht nur das breite Angebot an Veranstaltungshäusern und Hotels in Wiesbaden kennen, sondern bekamen durch das „Expertenteam für innovative Formate“ Einblicke in moderne Ansätze für Meetings und Tagungen.

Der Kongress- und Tagungsstandort und das Städtereiziel Wiesbaden wurden 2017 von der mit der nationalen und internationalen Vermarktung der Landeshauptstadt betrauten Wiesbaden Marketing GmbH auf insgesamt 15 Messen und Workshops beworben. Dazu kamen ein halbes Dutzend Verkaufsreisen innerhalb Deutschlands und der Schweiz, bei denen rund 100 Kundengespräche geführt wurden und gezielt die Erlebnisbausteine und Programmgestaltungsmöglichkeiten zu den Schwerpunktthemen Wein & Kulinarik und Kultur & Event-Highlights vorgestellt wurden.

Die Stadt wurde auf zahlreichen national und international bedeutenden touristischen Leitmessen wie der ITB Berlin, der FESPO Zürich, der FERIEN Wien oder der größten Incoming-Veranstaltung für den Deutschland-Tourismus, der Germany Travel Mart (GTM) in Nürnberg präsentiert. Im Rahmen der internationalen Quellmarktbearbeitung fanden Wiesbaden-Präsentationen in vier chinesischen Städten bei einer Kooperations-Roadshow mit Fraport und der Stadt Frankfurt statt. Auch bei den für das Segment der Endverbraucher bedeutenden nationalen Messen wie der CMT Stuttgart und der auf Gruppenreisen fokussierte RDA-Workshop in Köln und Friedrichhafen war die Landeshauptstadt erfolgreich vertreten.

Hautnahe Eindrücke von der Stadt Wiesbaden verschafften sich Medienvertreter und Fachbesucher bei ihren Reisen in die Landeshauptstadt. Wiesbaden Marketing betreute bei rund 25 Pressereisen insgesamt 125 Teilnehmer, die sich vor allem auch über Veranstaltungen, das gastronomische Angebot und die regionale Küche informierten. Im Rahmen der Kooperation mit den Historic Highlights of Germany (HHOG) wurden vier Journalistengruppen aus den USA und Kanada in Wiesbaden empfangen. Zu den Gästen zählten ferner Delegationen mit Fachbesuchern aus Russland und China sowie wichtige Blogger, die für renommierte Magazine und Portale schreiben.

Die von der Wiesbaden Marketing GmbH angebotenen Stadtführungen erfreuen sich

ungebrochener Beliebtheit. Mit rund 35.000 Teilnehmern konnte das Vorjahresniveau gehalten werden. Der Trend zu thematischen Schwerpunktführungen und Innen-Besichtigungen von Wiesbadens Sehenswürdigkeiten oder Traditionsunternehmen wie der Sektkellerei Henkell bestätigte sich auch im Tourismusjahr 2017.

Hinweis für die Redaktionen:

Für Rückfragen steht das Amt für Statistik und Stadtforschung, zur Verfügung, Telefon (0611) 315691, Fax (0611) 313962, E-Mail: amt-fuer-statistik-und-stadtforschung@wiesbaden.de oder Wiesbaden Marketing GmbH, Telefon (0611) 1729700, E-Mail: info@wiesbaden-marketing.de

+++