



Pressemitteilung

Pressereferat

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

29. August 2018

RheinMain CongressCenter (RMCC), Touristik, Homepage, Wirtschaft

Tourismus in Wiesbaden legt weiter zu

Wiesbaden verzeichnet erneut deutliche Zuwächse im Tourismus: Mit annähernd 284.500 Besuchern im ersten Halbjahr dieses Jahres, weist die Tourismus-Statistik ein Plus von 2,5 Prozent aus (2017 waren es im ersten Halbjahr 277.617 Gästeankünfte). Auch bei der Anzahl der Übernachtungen ist ein Plus von 2,6 Prozent zu verbuchen: In den Monaten Januar bis Juni 2018 wurden in den 81 Beherbergungsbetrieben der Stadt, die fast 7700 Betten bereithalten, 609.916 Übernachtungen registriert (2017: 594.624 Übernachtungen).

Die Anzahl der Gäste aus dem Inland steigerte sich um 4,2 Prozent auf rund 226.250 und kompensiert den Verlust bei Gästeankünften aus dem Ausland (minus 3,8 Prozent auf 58.179, die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Gäste sank um 1,9 Prozent auf 134.260). Die Analyse der vom Statistischen Landesamt erhobenen und vom Wiesbadener Amt für Statistik und Stadtforschung aufbereiteten Zahlen zeigt, dass einerseits Länder wie USA (- 4,6 Prozent, 28.354 Übernachtungen), Großbritannien und Nordirland (- 6,8 Prozent, 8.572 Übernachtungen) oder Österreich (-16,8 Prozent, 5.027 Übernachtungen) bis Juni rückläufig waren, dafür aber einige Märkte auch positive Entwicklung zeigten, wie zum Beispiel Schweiz (+ 0,4 Prozent, 6.523 Übernachtungen), Polen (+3,0 Prozent, 3.686 Übernachtungen) oder Japan (+ 20 Prozent, 2.180 Übernachtungen).

Nach einem starken Einbruch im vergangenen Jahr hat sich die Zahl der Gäste aus den

Arabischen Golfstaaten hingegen um 49,3 Prozent (Ankünfte) und 10,5 Prozent (Übernachtungen) wieder deutlich gesteigert. „Die insgesamt sehr zufriedenstellende Bilanz für das erste Halbjahr stimmt uns zuversichtlich, dass sich der Tourismus auch in den kommenden Monaten weiter positiv entwickeln wird“, kommentiert Wiesbadens Wirtschaftsdezernent Detlev Bendel die jetzt veröffentlichte Statistik.

Die für die Vermarktung der hessischen Landeshauptstadt verantwortliche Wiesbaden Marketing GmbH war in den ersten sechs Monaten dieses Jahres auf neun nationalen und internationalen Messen und Fachworkshops vertreten, darunter touristische Leitmesse wie die ITB Berlin, die größte touristische Publikumsmesse CMT Stuttgart, der auf das Gruppenreisegeschäft spezialisierte RDA-Workshop Friedrichshafen und die internationale Messe der Kongress-, Meeting-, Event- und Incentivebranche IMEX in Frankfurt.

Große Aufmerksamkeit in der Branche erregte die Landeshauptstadt zudem mit der Eröffnung des neuen RheinMain CongressCenter, die zwei Tage lang mit rund 30.000 Gästen gefeiert wurde. Seit der Inbetriebnahme fanden in dem Kongresszentrum ein Bundes- und verschiedene Landesparteitage, ausverkaufte Publikumsveranstaltungen, erfolgreiche Eigenveranstaltungen des RMCC sowie große Tagungen und Kongresse statt. Zahlreiche Veranstalter haben bereits Folgeverträge unterschrieben, was sich weiterhin positiv auch auf die Anzahl inländischer Gäste auswirken wird.

Begleitet von sehr viel positiver Resonanz stellte das Unternehmen im Frühjahr den neuen Imagefilm „Wiesbaden – That’s why we love it“ vor, der nun bei sämtlichen nationalen und internationalen Vertriebsaktivitäten und Präsentationen eine zentrale Rolle spielt. Die Präsentation des digitalen Reiseführers „Cool Cities“ auf der ITB Berlin, die Initiierung der Sommeraktion „Sommer zu Hause“, für die Wiesbaden Marketing GmbH auf der städtischen Plattform wiesbaden.de Tipps für „Zu Hause – Sommer in und um Wiesbaden“ zusammengestellt hat und eine gemeinsam mit den „Starken Städten Hessens“ durchgeführte Großplakat-Aktion in Bahnhöfen in der Schweiz (in Kooperation mit dem Reiseveranstalter Railtour) sind Beispiele für weitere touristische Marketingaktivitäten des Unternehmens. International und ebenfalls im Rahmen der etablierten Kooperation der Historic Highlights of Germany e.V. startete eine Jahreskampagne zum Thema Kulinarik auf einer der größten Reiseplattformen in den USA, matadornetwork.com.

Weiter begleitete die Wiesbaden Marketing GmbH darüber hinaus ein Dutzend Pressereisen, deren Teilnehmer sich über die Sehenswürdigkeiten sowie den

Facettenreichtum Wiesbadens und der Region informierten. Als „ganz besonders erfolgreich“ bewertet Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH, die Informationsreise von Wanderjournalisten zum Thema „Klostersteig im Rheingau“. Die Wiesbaden Marketing GmbH hatte den Fachjournalisten gemeinsam mit der Rheingau-Taunus Kultur & Tourismus GmbH (RTKT) die attraktiven Kombinationsmöglichkeiten von Wandern im Rheingau und dem Städteerlebnis in Wiesbaden präsentiert.

+++