



Pressemitteilung

Pressereferat

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

24. September 2019

Statistik, Touristik, Homepage, Wirtschaft

Übernachtungszahlen um 1,2 Prozent erneut gesteigert

Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz sieht Zugkraft des RMCC für das erste Halbjahr 2019 in Tourismusbilanz bestätigt.

Die Tourismusbilanz der Stadt Wiesbaden für das erste Halbjahr 2019 weist erneut eine Steigerung der Übernachtungszahlen von 1,2 Prozent auf. Von Januar bis Juni 2019 wurden in Wiesbaden 616.172 Übernachtungen registriert (im gleichen Zeitraum 2018: 609.145). Dabei verzeichnen die Gästeübernachtungen aus dem Inland eine 2,9-prozentige Steigerung von 475.286 auf 489.126 und bilden damit die positiven Impulse ab, die von großen Kongressen und Tagungen vor allem im RheinMain CongressCenter (RMCC) ausgehen. Die Anzahl ausländischer Übernachtungsgäste sank dabei im Vergleich von rund 134.000 im ersten Halbjahr 2018 auf gut 127.000 im ersten Halbjahr 2019.

„Dass sich der Trend bezüglich der inländischen Gäste aus dem ersten Quartal 2019 fortsetzt, bestätigt die Anziehungskraft des gut nachgefragten RheinMain CongressCenter“, kommentiert Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz die vom Statistischen Landesamt erhobene und vom Amt für Statistik und Stadtforschung aufbereitete Statistik. So konnte allein im Monat Mai, als die Deutsche Gesellschaft für Innere Medizin (DGIM) ihre Jahrestagung im RMCC durchführte, ein Übernachtungsplus von 6,8 Prozent erreicht werden.

Neben den Gästen aus Deutschland tragen vor allem Besucherinnen und Besucher aus den Ländern der Europäischen Union (EU) zur positiven Übernachtungsbilanz bei. Gäste aus der EU übernachteten von Januar bis Juni 55.830 Mal in den mehr als 80 Hotels und Beherbergungsbetrieben der Stadt, das entspricht einem Plus von 9,4 Prozent. Ein deutliches Plus von 7,9 Prozent ist bei den Gästeankünften aus den USA zu verzeichnen, aus den Arabischen Golfstaaten reisten mit 2862 Gästen 9,9 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum nach Wiesbaden

Bei der von der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH verantworteten Vermarktung der Landeshauptstadt wurden Fachbesuchern wie Endverbrauchern auf nationalen und internationalen Messen nicht nur die attraktiven Veranstaltungshighlights präsentiert, sondern auch ein vielfältiges kulinarische Angebot unterbreitet, das sie „auf den Geschmack von Wiesbaden“ brachte. So wurden unter anderem auf der ITB Berlin neben Pralinen- und Kuchen-Spezialitäten aus der Landeshauptstadt auch Wiesbadener Wein und Henkell Sekt zur Verkostung angeboten. Auch bei der Leitmesse für Bus- und Gruppenreisen, der RDA Group Expo in Köln, waren diese Kostproben am Messestand der Stadt Wiesbaden gefragt. Auf reges Interesse stießen hier wie auf weiteren Messen und Workshops die Präsentation der Gruppenangebote zum Besuch der Jugendstil-Ausstellung im Museum Wiesbaden und der Highlights aus dem Veranstaltungskalender der Stadt wie die Rheingauer Weinwoche und der Sternschnuppen Markt.

Im ersten Halbjahr 2019 wurden bei 75 Veranstaltungen im RMCC mehr als 100.000 Teilnehmer gezählt. Neben gesellschaftlichen Highlights wie dem „Ball des Sports“ war das neue Veranstaltungshaus der Landeshauptstadt nach der Bauphase erstmals wieder Gastgeber des traditionsreichen Internistenkongresses mit einer Dauer von vier Tagen. Weitere, das erste Halbjahr prägende Veranstaltungen waren auch die Hauptversammlung der Commerzbank und die Internationale Motorradmesse. Ferner fanden im RMCC die Ausbildungsmesse der Industrie- und Handelskammer Wiesbaden (IHK) und die Fiberdays 2019 statt.

Nach 1977 und 2005 war die Landeshauptstadt Wiesbaden im Frühsommer 2019 zum dritten Mal Gastgeber des Germany Travel Mart (GTM), dem größten Incoming Workshop für das Reiseland Deutschland. Zu dem Forum reisten mehr als 350 Reiseeinkäufer und rund 140 Medienvertreter aus 51 Ländern an. „Die Erfahrung hat gezeigt, dass die Übernachtungszahlen nach dem GTM in den Folgejahren deutlich ansteigen“, sagt Martin Michel, zuständiger Geschäftsführer der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH, über die Bedeutung des Workshops. Auch der Organisation und Betreuung von Pressereisen misst das Unternehmen große Bedeutung bei. Im ersten Halbjahr 2019 besuchten

Fachjournalisten aus Deutschland, Holland, den USA, Schweiz, China, Japan und Kanada die Landeshauptstadt und die Region, und berichteten in Magazinen, Blogs und anderen Internetplattformen über die vielfältigen Facetten der Stadt.

Über verschiedene „Wall“-Kampagnen wurden darüber hinaus bundesweit Besucherpakete für die Jugendstil-Ausstellung im Museum Wiesbaden und die Maifestspiele im Hessischen Staatstheater Wiesbaden beworben.

+++