



Pressemitteilung

Pressereferat

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

2. Juli 2020

Touristik, Homepage

Freizeit-Tipps für den „Sommer in der Heimat“

Die Landeshauptstadt Wiesbaden und der Rheingau haben viel Erlebenswertes zu bieten – auch abseits der „großen“ bekannten Sehenswürdigkeiten und dies soll in diesem besonderen Sommer den Daheimgebliebenen attraktiv und ideenreich präsentiert werden: In einer gemeinsamen Kampagne bündeln die für den Tourismus zuständigen Partner Wiesbaden Congress & Marketing GmbH, Rheingau-Taunus Kultur & Tourismus GmbH und Rheingauer Weinwerbung GmbH ihre vielfältigen Freizeittipps für die Gäste und Besucher aus der Region.

Zu den Outdoor-Angeboten für den „Sommer in der Heimat“ zählen unter anderem Wanderungen abseits bekannter Pfade, entlang der Wiesbadener Täler und Tipps für Rundtouren etwa um die Flörsheimer Warte und zu den Weinsichten sowie kulturhistorische Sehenswürdigkeiten. Gleichzeitig wird als Kampagnenmotiv und in den Sozialen Medien unter dem Hashtag #mehrzuentdecken kommuniziert.

Ein besonderes Highlight der Kooperationskampagne ist die Aktion „Gast in der (eigenen) Stadt“, bei der ausgewählte Hotels für einheimische Gäste besondere Konditionen für die Übernachtung am Wochenende bereithalten. „Diese Aktion erfreute sich bereits in der Vergangenheit großer Beliebtheit“, sagt Wiesbadens Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz. „Die Wochenend-Specials gelten nun erstmals nicht allein für Gäste aus Wiesbaden, sondern auch für Gäste aus dem Rheingau-Taunus-Kreis, und sie sorgen für einen interessanten und spannenden

Perspektivwechsel“, verspricht Franz, der die Aktion als einen weiteren Baustein der städtischen Maßnahmen während der Corona-Krise zur Unterstützung von Wiesbadens Hotellerie und Gastronomie bezeichnet.

Thorsten Reineck, Geschäftsführer der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, begrüßt die Kooperationskampagne der Stadt Wiesbaden und des Rheingaus ebenfalls: „Wir freuen uns sehr über die gemeinsame Aktions-Kampagne mit Wiesbaden. Die Verknüpfung von Städte- und Landerlebnis ist perfekt. Es gelingt uns, den Sommer vor der Haustür erlebbar zu machen. Unsere Kernthemen des Rheingaus Natur, Kultur und Wein ergänzen sich und inspirieren den Gast zu einem längeren Aufenthalt in der Region“.

Bei den Tipps zum „Sommer in der Heimat“ im Rheingau spielt der Wein – nicht allein in Form des während der Lockdown Phase bereits bewährten „WineTalk“ – eine entsprechend bedeutende Rolle. Peter Seyffardt, Präsident des Rheingauer Weinbauverbandes ergänzt: „Der Rheingau mit seiner einzigartigen Kulturlandschaft bietet den perfekten Raum für Erholung, Natur und Genusslebnis zugleich. Wir laden die Gäste aus nah und fern ein, die Weinerlebnisdestination und Heimat des Rieslings zu entdecken und den Rheingau in vollen Zügen zu genießen.“

„Die auf den Seiten wiesbaden.de/tourismus und rheingau.com gebündelten Freizeit-Tipps informieren beispielsweise über mögliche alternative Wanderrouten abseits bekannter Strecken und bieten darüber hinaus aber auch die Möglichkeit, Angebote wie beispielsweise Weinproben oder Führungen zu buchen. Unter den geplanten Themen finden sich auch Hinweise zu den Wiesbadener Vororten, in die sich der ein oder andere Ausflug ebenfalls lohnt“ erläutert Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH den Kommunikationsansatz. Darüber hinaus findet sich unter dem Hashtag #mehrzuentdecken eine Übersicht von Produktangeboten wie Weinpaketen oder Multifunktionsstüchern der Rheingauer Weinwerbung GmbH, die wie die Merchandisingartikel der Stadt Wiesbaden vor Ort in der Wiesbaden Tourist Information am Marktplatz 1 in Wiesbaden oder deren Online-Shops auf www.wiesbaden.de/tourismus bzw. www.rheingau.com/shop erworben werden können.

Die Kampagne #mehrzuentdecken wird sowohl analog in den Tourist Informationen in Wiesbaden und denen im Rheingau sowie in Sehenswürdigkeiten und Vinotheken wie dem Kloster Eberbach oder auf Schloss Johannisberg und örtlichen Vinotheken beworben. Darüber hinaus wird die Kooperationskampagne zu Beginn der Sommerferien auf den sogenannten City Light Säulen im Wiesbadener Stadtgebiet präsentiert sein und

mit regelmäßigen Posts bei Facebook und bei Instagram platzierten Angeboten sowie Teasern auf Social Media Kanälen digital in den Fokus gerückt. Zusätzlich werden Postkarten mit den beiden Hauptmotiven aus Wiesbaden und dem Rheingau kostenlos erhältlich sein, um Sommergrüße versenden zu können.

Eine kompakte Übersicht aller Freizeitangebote mit vielen hilfreichen weiterführenden Links, die sich in den kommenden Wochen immer erweitert, findet sich unter www.wiesbaden.de/mehrzuentdecken.

+++