



Pressemitteilung

Pressereferat

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

27. Januar 2021

RheinMain CongressCenter (RMCC), Touristik, Homepage, Wirtschaft

Stadt präsentiert sich digital bei wichtigen Tourismus-Messen

Die Landeshauptstadt Wiesbaden präsentiert sich bei wichtigen Tourismus-Messen derzeit digital. Die Marketingmaßnahmen für die Zeit nach der Pandemie laufen auf Hochtouren.

Die für die nationale und internationale Vermarktung der hessischen Landeshauptstadt zuständige Wiesbaden Congress & Marketing GmbH startet mit einem umfassenden Aktionsplan in das Tourismusjahr 2021. Den Einschränkungen der Corona-Pandemie geschuldet, finden zwar etliche bedeutende Messen der Reisebranche rein digital statt, doch ab der zweiten Jahreshälfte sind Verkaufstreisen sowie Workshops und Roadshows in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) fest eingeplant.

Den Auftakt des neuen Tourismusjahres bildet die Internationale Tourismus Börse (ITB) in Berlin Anfang März, die weltweit führende Messe der Reisebranche, die in diesem Jahr ausschließlich digital durchgeführt wird. Weitere wichtige Termine sind die RDA Group Travel Expo 2021 im April, die Leitmesse der Bus- und Gruppentouristik, sowie der Germany Travel Mart™ (GTM). Der größte Incoming-Workshop für das Reiseland Deutschland, für den Wiesbaden wiederholt Gastgeber war, findet aus Mecklenburg-Vorpommern ebenfalls als digitale Plattform statt.

„Es ist wichtig, auch in dieser von massiven Einschränkungen geprägten Zeit den Kontakt zu den Partnern aus der Reiseindustrie in Deutschland und im Ausland intensiv zu

pflegen“, unterstreicht Wiesbadens Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz die Bedeutung der virtuellen Präsenz bei den Messen. „Damit sind wir gut aufgestellt, wenn sich der Reiseverkehr und der Tourismus wieder normalisieren.“

Neben den Vorbereitungen professioneller virtueller Präsentationen wird mit Hochdruck an neuen Projekten und Kampagnen gearbeitet. „Wir freuen uns natürlich auf erste Präsenzveranstaltungen im benachbarten europäischen Ausland sowie in Asien ab der zweiten Jahreshälfte und darauf, Marketingmaßnahmen im Print- und Onlinebereich für unsere Re-Start-Kampagne umzusetzen“, sagt Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH. Folgende Themen werden dabei 2021 im Fokus stehen: Angebote im Outdoorbereich, Ausflugsziele ins Grüne, Wiederbelebung des Einzelhandels, der Gastronomie sowie der Kulturangebote. Zu den Maßnahmen der Re-Start-Kampagne gehört der „Reiseplaner 2021“, welcher Anfang Februar erscheint und Informationen zu allen Pauschalen, Gruppenangeboten, Hotels und Sehenswürdigkeiten bündelt. „Dabei werden selbstverständlich die aktuellen Pandemie-Einschränkungen und die damit angepassten Angebote berücksichtigt. So ist es unter anderem möglich, die Erläuterungen von Gästeführern bei Stadtrundgängen über Kopfhörer zu verfolgen, dabei Abstand zu wahren – und doch nicht aufs echte Erleben verzichten zu müssen“, so Michel.

In einem bundesweit vertriebenen Zeitungsbeileger wird darüber hinaus im Frühjahr für Wiesbaden als Einkaufsstadt geworben, und das Thema Kultur steht im Fokus einer für den Herbst geplanten Beilage. Die Stadt beteiligt sich ferner an der internationalen Kampagne „German Spa Tradition“ der Deutschen Zentrale für Tourismus, die damit das Reiseland Deutschland als hochwertiges, nachhaltiges und sicheres Wellness- und Gesundheitsziel mit einzigartigem historischen Flair positioniert.

+++