



## Pressemitteilung

Pressereferat

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

19. Februar 2021

Homepage

### **Gesucht wird der „Sound of Wiesbaden“**

Jede Stadt hat ihr eigenes, unverwechselbares Flair, ihre Gerüche – und ihren Klang. Und um genau diesen Klang, um diese Geräusche, dreht sich alles bei der von der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH initiierten Aktion „Sound of Wiesbaden“.

Die Wiesbadenerinnen und Wiesbadener und alle die sich gerne beteiligen möchten, werden aufgefordert, typische Wiesbaden-Geräusche zu sammeln. Aus 10 bis 15 dieser an Wiesbadener Orten aufgenommenen Sounds wird eine „Klangmeile“ erstellt, die in Kombination mit einem Stadtplan ein virtuelles Erlebnis Wiesbaden-typischer Orte und ihrer Geräusche ermöglicht. „Ob es das Plätschern der Brunnen auf dem Bowling Green ist oder der Klang des Glockenspiels der Marktkirche – Wiesbaden hat sicherlich sowohl im Freien als auch innerhalb von Räumen viele unverwechselbare und für die Stadt typische Klänge“, ermuntert Wiesbadens Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz die Bevölkerung zum Mitmachen. Eine Jury aus Repräsentanten des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Wiesbaden (Dehoga), des Wiesbadener Gästeführerverbandes und der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH wird aus den Einsendungen jene Sounds küren, die in der „Klangmeile“ gesammelt werden.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Aktion müssen ihren „Sound of Wiesbaden“ nicht selbst aufnehmen. Bis Montag, 15. März, können sie die Orte, an denen es für die Stadt typische Klänge gibt, an die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH unter [info@wicm.de](mailto:info@wicm.de) melden; die Geräusche, die positiv besetzt sein sollen, werden dann

professionell als Audiodatei aufgenommen. Die „Klangmeile“ wird zukünftig für die Werbung potenzieller Wiesbaden-Gäste genutzt, erläutert Martin Michel Geschäftsführer der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH die Zielsetzung der Initiative. Das neue akustisch-digitale Angebot soll damit die Lust aufs Entdecken der Landeshauptstadt verstärken und bildet im Rahmen der initiierten Touristischen Re-Start Kampagne einen Baustein.

+++