



Pressemitteilung

Pressereferat

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

19. März 2021

Touristik, Homepage, Wirtschaft

Corona bremst Übernachtungs-Rekorde aus

Acht Jahre hintereinander übertraf die Stadt Wiesbaden ihre eigenen Rekorde bei den Übernachtungszahlen – knapp 1,279 Millionen Übernachtungen waren es im Jahr 2019. Die Corona-Krise und die mit der Pandemie einhergehenden Reise- und Aufenthaltsbeschränkungen haben diese positive Entwicklung abrupt beendet: Im Jahr 2020 besuchten rund 256.000 Gäste die hessische Landeshauptstadt und buchten in den Beherbergungsbetrieben insgesamt 654.564 Übernachtungen.

Den vom Hessischen Statistischen Landesamt erhobenen und dem städtischen Amt für Statistik und Stadtforschung aufbereiteten Zahlen zufolge entspricht dies einem Rückgang von 57 Prozent bei den Gästeankünften und einem 49-prozentigen Rückgang bei der Anzahl der Übernachtungen. Die Zahl der Übernachtungen in den hessischen Beherbergungsbetrieben verringerte sich insgesamt um 48 Prozent auf 18,5 Millionen. „Damit liegt die Landeshauptstadt bei den Übernachtungsrückgängen im hessenweiten Durchschnitt“, kommentiert Wiesbadens Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz die pandemiebedingte Entwicklung.

Reisebeschränkungen, Lockdown und Grenzschließungen führten dazu, dass die Anzahl der Gäste im Binnenmarkt im vergangenen Jahr um 56 Prozent auf 210.000 sank, die gut 547.000 Übernachtungen entsprechen einem Minus von 46 Prozent. Bei den ausländischen Quellmärkten waren die Auswirkungen der Corona-Pandemie noch deutlicher: Im Vergleich zum Vorjahr sank die Anzahl der Wiesbaden-Reisenden aus dem

Ausland um 59 Prozent auf 46.037, deren Übernachtungen um 59 Prozent auf 107.557.

Die USA waren mit knapp 29.200 Übernachtungen das nach wie vor wichtigste ausländische Herkunftsland, auch wenn dies einem 50-prozentigen Minus im Vergleich zu 2019 entsprach. Die zweitgrößte Gästegruppe kam aus den arabischen Golfstaaten, die im vergangenen Jahr 9.204 Mal (minus 68 Prozent) in der hessischen Landeshauptstadt übernachtet hat. Die Niederlande (7.454 Übernachtungen, minus 42 Prozent) waren trotz Pandemie im Jahr 2020 der führende Quellmarkt in Europa und hatten damit im Vergleich zum Vorjahr Großbritannien (5.565 Übernachtungen, minus 65 Prozent) überholt. Die deutlichsten Rückgänge im Vergleich der Top Ten-Herkunftsländer gab es bei den Übernachtungen von Gästen aus den arabischen Golfstaaten (minus 68 Prozent), Österreich (minus 68 Prozent) sowie Großbritannien (minus 65 Prozent).

Die Tourismusstatistik erfasst Betriebe mit zehn und mehr Betten sowie Campingplätze mit mindestens zehn Stellplätzen. Das Bettenangebot sank von 7.673 im Jahr 2019 auf 6.806 im Jahr 2020, die Zahl der Betriebe verringerte sich im gleichen Zeitraum von 83 auf 76. Die durchschnittliche Bettenauslastung sank deutlich um 19 Prozentpunkte auf 26,3. Positiv hat sich die Verweildauer entwickelt. Jeder inländische Besucher verbrachte im Durchschnitt 2,6 Nächte in der Stadt (2019: 2,1). Jeder Auslandsgast nächtigte 2,3 Mal in Wiesbaden (2019: 2,1). Vermutlich schlugen hier beruflich motivierte Langzeitaufenthalte und Einschränkungen der Reisemöglichkeiten zu Buche.

Der Schwerpunkt bei den Marketingmaßnahmen der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH (WICM) lag 2020 pandemiebedingt auf dem deutschen Binnenmarkt. Hier wurden vor allem über die Sommermonate mit Kampagnen und Aktionen Tagesgäste aus dem Umland und Übernachtungsgäste aus ganz Deutschland angesprochen. Die Themen Natur und aktiv rückten in den Vordergrund, aber auch Kultur, Kulinarik und Shopping spielten selbstverständlich eine Rolle. Es wurden Alternativen zu ausgefallenen Festen und Events geschaffen. Dies gelang zum Beispiel in Form von Weinprobierständen und Gutschein-Aktionen mit dem Einzelhandel. Messen und Workshops konnten von der WICM teilweise analog besucht werden – unter anderem in Österreich und der Schweiz - ein Großteil fand aber auch digital statt. Der Kontakt zur Reiseindustrie in den für Wiesbaden relevanten Auslandsmärkten sowie in Deutschland wurde intensiv gepflegt. Ein wichtiger Kooperationspartner im letzten Jahr war unter anderem der Rheingau, durch gemeinsame Angebote und Kampagnen wie „Sommer in der Heimat“ konnte ein noch stärkerer Bezug zwischen Stadt und Land für die Gäste hergestellt werden. Auch an Kampagnen der Hessen Agentur sowie der Deutschen Bahn beteiligte sich die WICM.

Die aktuell nach wie vor geltenden Reisebeschränkungen sorgen leider auch für verhaltene Gästezahlen in den ersten Monaten dieses Jahres. „Sobald sich jedoch der Reiseverkehr und der Tourismus wieder normalisieren, sind wir starkklar und gut aufgestellt“, versichert Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH. Umfassende Maßnahmen zum Re-Start sind bereits in der Umsetzung und weiteren Planung. Einen Baustein bildet der neue Film „Wiesbaden loves you“, welcher zum Jahresbeginn erschienen ist. Vom 9. bis 12. März fand gerade die ITB NOW als digitale Reisemesse statt. Auch der Germany Travel Mart 2021, der wichtigste Incoming-Workshop für das Reiseland Deutschland, wird im April als digitale Veranstaltung durchgeführt. Ab der zweiten Jahreshälfte plant die WICM dann auch wieder ihre Teilnahme an analogen Veranstaltungen für die Reisebranche im In- und Ausland. Darüber hinaus sind diverse Kampagnen und Aktionen im Online- und Printbereich vorgesehen. Dabei werden die folgenden Themen im Fokus stehen: Aktivangebote im Grünen, Wiederbelebung des Einzelhandels, der Gastronomie sowie der Kulturangebote.

+++