



## Pressemitteilung

Pressereferat

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

10. März 2023

RheinMain CongressCenter (RMCC), Touristik, Homepage

### **Erfolgreiche Wiesbaden-Präsentation auf der ITB in Berlin**

Nach der Publikumsmesse „California Mastitis Test. Caravan, Motor und Touristik“ (CMT) in Stuttgart und dem Besuch Norwegens größter Reisemesse in Oslo nahm die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH (WICM) von Dienstag, 7. März, bis Donnerstag, 9. März, an der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin teil.

Auf der führenden Tourismusmesse, die nach vier Jahren Pause nun wieder in den Messehallen in Berlin stattfinden konnte, präsentierte sich Wiesbaden zusammen mit lokalen Partnern, hessischen Destinationen sowie der Region „FrankfurtRheinMain“. Erstmals nutzte Wiesbaden den ITB-Messeauftritt, um sich als Destination „WIESBADEN RHEINGAU“ vorzustellen. Die Zusammenarbeit mit dem Rheingau startete im Dezember 2021 und wird seither durch gemeinsame Auftritte, Werbemaßnahmen und Veranstaltungen kontinuierlich ausgebaut.

„Das Zusammentreffen mit touristischen Einkäufern auf der weltgrößten Reisemesse ist einer der wichtigsten Termine für die Vermarktung der Landeshauptstadt Wiesbaden im Jahresverlauf“, bewertet Wiesbadens Wirtschaftsdezernentin Christiane Hinninger die Präsenz der WICM GmbH vor Ort.

Geschäftsführer Martin Michel ergänzt: „Die rund 60 geführten Gespräche mit Reiseveranstaltern, Fachpressevertretern und Anbietern von touristischen Dienstleistungen sowie der persönliche Austausch mit Kolleginnen und Kollegen aus

anderen Destinationen und strategischen Partnern unterstreichen die Wichtigkeit von Präsenzveranstaltungen.“

Die WICM GmbH präsentierte sich gemeinsam mit der Destination WIESBADEN RHEINGAU mit einem neuen Messekonzept unter dem Dach des Landes Hessens. Das neue Standkonzept sah reichlich Raum für entspannte Gespräche vor, in einer einladenden und authentischen Atmosphäre, ganz im Sinne der Markenfamilie Hessen, in der sich auch die Wiesbadener Tourismusstrategie 2026 widerspiegelt.

Der neue Messestand war typisch hessisch - Kulinarisches wie Ahle Wurst ( kürzlich von der EU zur regionalen Marke erklärt), Zwiebelkuchen und auch Rheingauer Weine sowie Sekt von der Sektkellerei Henkell Freixenet konnte am Messestand mit allen Sinnen erlebt werden. Zur gelungenen Präsentation trugen neben einem Get-together mit über 200 geladenen Gästen, welches von Philipp Nimmermann, Staatssekretär im Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, eröffnet wurde, auch die lokalen Partner bei. Die WICM GmbH wurde vom Museum Wiesbaden, dem Hessischen Staatstheater, dem Rheingau Musik Festival sowie dem zukünftigen Museum Rheinhart Ernst begleitet. Die Partner zeigten sich ebenfalls zufrieden mit dem Ergebnis der dreitägigen Messe. Der Hessen-Stand wurde als zweitbesten Stand in der Kategorie „Europäische Messeauftritte“ mit dem Best Exhibitor Award (BEA) ausgezeichnet.

Schwerpunktt Themen waren in diesem Jahr neben dem nachhaltigen Reisen unter anderem die Entwicklung des Tourismus nach der Coronapandemie sowie die mittel- und langfristigen Auswirkungen der Ukraine-Krieg auf die Tourismuswirtschaft. Erfreulich ist, dass sich auch der Auslandsreisetourismus erholt. „Aus Gesprächen mit den Deutschlandvertretungen in unseren Hauptauslandsmärkten, den Niederlanden, Belgien, Österreich, Schweiz, der USA und Kanada können wir vermelden, dass die Reiseaktivitäten aus diesen Ländern nach Deutschland wieder zunehmen. Dass bestätigen auch unsere Tourismuszahlen für 2022“, zeigt sich Michel zuversichtlich.

Die Nachfrage nach nachhaltigen und authentischen Produkten war ebenfalls groß. Auf der ITB wurde neben vielen gesammelten Eindrücken zu aktuellen Trends, Entwicklungen und touristischen Neuerungen auch ein neues Projekt der WICM GmbH vorgestellt, nämlich eine progressive Webapp für Wiesbaden in Kooperation mit dem Start-up „plazy“. Plazy steht für „lazy planning“, also bequemes Planen, und ist das neue digitale Planungstool für Individualreisen nach Wiesbaden. Potentielle Wiesbaden-Besucherinnen und -Besucher können sich zukünftig ihre ganz persönlichen Tipps zusammenstellen und erhalten damit einen individualisierten Reiseplan. Die Präsentation der App auf der

Aktionsfläche des Messestandes wurde von den Besuchern sehr interessiert angenommen.

Die ITB wurde ebenfalls genutzt, um für Wiesbaden als Tagungs- und Kongressstandort mit den drei eigenen Veranstaltungshäusern aufmerksam zu machen. Eine Podiumsdiskussion zum Thema „Die neuesten Trends und Branding Strategien auf dem Veranstaltungsmarkt“ mit Marco Ölschlegel von Visit Berlin, Matthias Schulze vom German Convention Büro und Christiane Seelgen von der WICM GmbH erreichte über 200 Veranstaltungs-Interessierte in einem eigens eingerichteten Veranstaltungsforum vor Ort sowie über Social-Media-Kanäle. Weiterhin konnten für den Vertrieb der drei WICM-Veranstaltungshäuser sowie der touristischen Angebote wichtige Kontakte zu Leistungsträgern intensiviert oder neu geknüpft werden. Wiesbaden war ebenfalls am Stand des Verbandes der Veranstaltungsorganisatoren e.V. präsent.

+++