



Pressemitteilung

Pressereferat

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

8. März 2019

RheinMain CongressCenter (RMCC), Touristik, Homepage

Wiesbaden auf der ITB

Traditionell steht die deutsche Hauptstadt Anfang März ganz im Zeichen des Tourismus. Auf der weltweit führenden und größten Tourismusmesse, der ITB Berlin, präsentiert sich vom 6. bis 10. März Wiesbaden zusammen mit hessischen Partnern und der Region Frankfurt Rhein-Main in einer eigenen Halle, um bei Fachbesuchern und auch bei Endverbrauchern für einen Besuch der hessischen Landeshauptstadt zu werben.

„Der Auftritt in Berlin ist ein wichtiger Baustein im Rahmen der Vermarktung Wiesbadens als Städtereiseziel. Mit unserem erweiterten Auftritt in der Messehalle mit dem Schwerpunkt Medizintourismus präsentieren wir gezielt den Gesundheitsstandort Wiesbaden“, beschreibt Bürgermeister und Wirtschaftsdezernent Dr. Oliver Franz nach seinem Besuch der ITB die diesjährige Messebeteiligung. „Der Wiesbadener Stand war auch dieses Jahr wieder sehr gut besucht“, berichtet der Wirtschaftsdezernent.

Bereits im Vorfeld der ITB Berlin wurden zahlreiche Fachgespräche mit nationalen und internationalen Reiseeinkäufern und Agenturen vereinbart. Hinzu kommt eine große Anzahl spontaner Gespräche am Wiesbaden-Counter, die bereits zu konkreten Buchungsanfragen geführt haben.

Mit Blick auf die Entwicklung im Städtetourismus stimmt auch die für Ende Juni terminierte Eröffnung der Jugendstil-Sparte im Museum Wiesbaden zuversichtlich – sie wird zukünftig ein großes kunstinteressiertes Publikum in die Stadt führen. Für den Besuch der

Jugendstil-Sammlung hat die, für die nationale und internationale Vermarktung der Stadt zuständige Wiesbaden Marketing GmbH attraktive Reisepakete für Individual- und Gruppenreisende geschnürt. Auf der ITB wird eine neue Imagebroschüre vorgestellt, mit der im Rahmen der, mit dem Museum Wiesbaden vereinbarten, Kooperation für den Besuch der Ausstellung und den Aufenthalt in Wiesbaden geworben wird.

„Der Trend nach Städtereisen und damit verbunden die steigende Beliebtheit an Kunst und Kulturangeboten ist für die Wiesbaden Marketing GmbH Anlass, das Portfolio an Besucherpaketen zu erweitern“ führt der Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH, Martin Michel, dazu aus. „Dabei arbeiten wir mit kompetenten und verlässlichen Partnern wie dem Museum Wiesbaden, dem Hessischen Staatstheater Wiesbaden, dem Rheingau Musik Festival oder auch dem Kulturzentrum Schlachthof zusammen. Neu im Portfolio sind auch Besucherpakete von „Wiesbaden Musik“, einer neuen Konzertreihe, die sich Meisterwerken der Klassik widmet.

Dank der Unterstützung der Chocolateria Kunder, des Café Maldaner und von Henkell Freixenet kommen am Wiesbaden-Counter und in der Hessen-Halle wieder die kulinarischen Botschafter der Landeshauptstadt Wiesbaden zum Einsatz. In diesem Jahr verstärkt die neue Wiesbadener Weinkönigin Michelle Gönder das Team von Wiesbaden Marketing. Sie steht den Besucherinnen und Besuchern am Wiesbaden-Stand zu allen Fragen des Weins und den Weinfesten in Stadt und Region Rede und Antwort.

Dem Gesundheitstourismus werden weltweit große Wachstumspotentiale zugeschrieben, so dass diesem Segment auch im Rahmen der ITB eine immer größere Bedeutung zukommt. Dies wird auf der Sonderfläche für Medizintourismus und in eigens dafür organisierten Fachforen thematisiert. Die Wiesbaden Marketing GmbH präsentiert sich hier gemeinsam mit dem internationalen Verband der historischen Thermalstädte „European Historic Thermal Towns Association“ (EHTTA), bestehend aus 45 Mitgliedern aus 13 europäischen Ländern, in dem die hessische Landeshauptstadt seit 2011 auch Mitglied ist.

Vor dem Hintergrund, dass die EHTTA auch gleichzeitig zu den Kulturrouten des Europarates zählt, beschert dies Wiesbaden eine weitere Präsentation in der „Culture Lounge“, wo sich alle in Deutschland vertretenen Kulturrouten in diesem Jahr erstmals gemeinsam vorstellen.

Der Aufenthalt der Wiesbadener Delegation in Berlin wird traditionell auch genutzt, um potenzielle Veranstalter und Geschäftskontakte aus dem Kongress- und Tagungsbereich

zu Gesprächen zu treffen. So wurde das RheinMain CongressCenter und die entsprechende Infrastruktur im Rahmen von Kundenterminen vorgestellt.

+++