



Pressemitteilung

Pressereferat

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

25. März 2024

Touristik, Homepage, Wirtschaft

Steigerung der Übernachtungszahlen 2023 um über 20 Prozent

Die Anzahl der Übernachtungen stieg 2023 um 20,5 Prozent von 1.110.254 im Vorjahr auf 1.377.702 Millionen. Insgesamt kamen 585.781 Gäste nach Wiesbaden (2022: 495.264). Das entspricht einer Zunahme von mehr als 18 Prozent.

„Die Zahlen des sehr guten Tourismusjahrs 2023 sprechen für die Attraktivität Wiesbadens als städtetouristisches Reiseziel und als nachhaltigen Kongress- und Tagungsstandort“, freut sich Bürgermeisterin und Wirtschaftsdezernentin Christiane Hininger. Das neue Rekordergebnis der Landeshauptstadt übertreffe sogar die Steigerungen auf Bundes- und Landesebene: Hessenweit stieg die Anzahl der Übernachtungen von 2022 auf 2023 „nur“ um 13 Prozent.

Das gestiegene Besucherinteresse führt Hininger auf die gezielten Marketingaktivitäten der WICM zurück, mit denen die vielen abwechslungsreichen Veranstaltungen und Events Wiesbaden national und international bekannt gemacht werden. Wichtig sei auch der gemeinsame Werbeauftritt mit dem Rheingau als Destination „Wiesbaden Rheingau“.

„Unsere sind Veranstaltungshäuser gut ausgelastet“, ergänzt Martin Michel, Geschäftsführer der für die nationale und internationale Vermarktung der Stadt zuständigen Wiesbaden Congress & Marketing GmbH (WICM). „Insbesondere Fachveranstaltungen, wie der Internistenkongress der DGIM, der Deutschen Röntgenkongress oder die ZELLCHEMING-Expo spielen hier eine wichtige Rolle.“ Aber

auch zahlreiche publikumsstarke Veranstaltungen, wie die Konzerte im Rahmen des Rheingau Musik Festivals oder Veranstaltungen wie der Founder Summit, die Anime-Convention „Connichi“, der ESN Day oder Shows der Ehrlich Brothers tragen viel zu den Ergebnissen bei.

„Wir konnten eine Vielzahl großer Veranstaltungen mit mehreren tausend Teilnehmern gerade auch für das RheinMain CongressCenter gewinnen, und das wirkt sich positiv auf die Übernachtungsstatistik aus“, sagt Michel.

Gästезahlen und Vertriebsaktivitäten der WICM 2023:

Großer Zuwachs bei Gästen aus Deutschland

Die vom Hessischen Statistischen Landesamt erhobenen und dem städtischen Amt für Statistik und Stadtforschung aufbereiteten Zahlen zeigen vor allem einen Zuwachs der Gäste aus Deutschland in der Landeshauptstadt. Ihr Anteil stieg um 20,3 Prozent auf rund 482.0000, die Anzahl ihrer Übernachtungen um 16,2 Prozent auf mehr als 1.048 Millionen Übernachtungen in den insgesamt 76 Beherbergungsbetrieben der.

Der Anteil der Besucher aus dem Ausland stieg um 9,8 Prozent auf 103.724 Gäste – diese verweilten allerdings deutlich länger in Wiesbaden: Der Anteil der Übernachtungen ausländischer Gäste stieg um 38,9 Prozent auf 289.301 Übernachtungen im Jahr 2023 (2022: 208.253 Übernachtungen).

Ein Drittel der Übernachtungen ausländischer Gäste entfallen auf die USA

Besonders klar wird der Trend zum längeren Aufenthalt bei Besuchern aus den USA: Deren Anzahl nahm 2023 im Vergleich zu 2022 zwar um 12,9 Prozent ab (2022: 26.564 / 2023: 23.140), doch die Anzahl ihrer Übernachtungen stieg um 21,2 Prozent auf insgesamt 71.284 Übernachtungen im Jahr 2023.

Starke Zunahmen sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen lassen sich ferner bei Besuchern aus den Niederlanden, der Schweiz und Österreich festmachen.

Der Anteil der Gäste aus Europa stieg um 24,1 Prozent auf 63.393, ihre Übernachtungen um 51,6 Prozent auf 165.592.

Vielfältige Aktivitäten und internationale Präsenz als Grundlage des Erfolgs

Das positive Feedback, das das Marketing- und Vertriebsteam der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH erreichte, als es Wiesbaden und die Destination unter anderem bei einer Roadshow in Kanada und den USA sowie internationalen Reiseanbietern auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin präsentierte, bestätigt sich an sehr guten Zahlen.

Sowohl in Deutschland als auch auf Messen in den europäischen Nachbarländern war das WICM Marketing- und Vertriebsteam im Einsatz: unter anderem standen die Teilnahme an einem Workshop in der Schweiz, einer Roadshow in Österreich, der Caravan Salon Düsseldorf und die Präsentation beim Germany Travel Mart (GTM) in Essen, der größten Incoming-Workshop für das Reiseland Deutschland, auf dem Programm.

Prall geführt war auch der Terminkalender des Convention-Teams, das bei der WICM den Verkauf der Veranstaltungskapazitäten im RMCC, Kurhaus Wiesbaden und Jagdschloss Platte verantwortet. Das Team präsentierte die Wiesbadener Veranstaltungshäuser bei der IMEX in Frankfurt, nahm an Healthcare- und medizinischen Foren in Deutschland und dem europäischen Ausland teil, warb bei Fachmessen für die Durchführung von Verbandsveranstaltungen in Wiesbaden und veranstaltet den Convention Wiesbaden Campus, der Kunden unter anderem kostenlose Weiterbildungs- und Netzwerkmöglichkeiten bietet. Darüber hinaus veröffentlichte Convention Wiesbaden ein regelmäßiges erscheinendes Journal. Das Vertriebsjahr 2023 wurde mit einem erfolgreichen Business-Festival, dem NEXTLIVE.FESTIVAL, zu dem Veranstaltungsplanende aus verschiedenen Wirtschaftszweigen eingeladen waren, abgeschlossen.

Stadtmarketing und Destinationsvermarktung

Im Bereich Stadtmarketing und Destinationsvermarktung wurde Tourismusstrategie 2026+ weiter vorangetrieben. Bei den Stadtführungen wurden beispielsweise in Kooperation mit dem Wiesbadener Gästeführerverband und abgestimmt auf die Produktprinzipien der Strategie, neue Themenführungen konzipiert. Im Jahr 2023 konnten 20.630 Gäste bei 1.069 Führungen Wiesbaden neu entdecken. Auch wurde der Prozess zur Zertifizierung der Destination WIESBADEN RHEINGAU als „Nachhaltige Reisedestination“ mit TourCert angestoßen. Daneben belegen zahlreiche weitere realisierte Projekte wie der zweite Tourismusdialog, oder eine eigene Ausgabe im MERIAN SCOUT Magazin die erfolgreiche Zusammenarbeit innerhalb der Destination.

Zusätzlich wurde in 2023 ein neues Partnernetzwerk für Wiesbaden initiiert, bestehend aus Leistungsträgern aus den Bereichen Tourismus, Kultur und Wirtschaft. Das Netzwerk hat sich aus der seit 2007 bestehenden Partnerallianz Wiesbaden (ehemals Kongressallianz Wiesbaden) und aus der Tourismusstrategie 2026+ entwickelt und öffnet seinen Raum für noch mehr Austausch und gemeinsame Entwicklung zur Schärfung der „Marke“ Wiesbaden im Städtetourismus und im Veranstaltungsbereich. Aus dem Partnernetzwerk wurde eine ganzheitliche Imagekampagne für Wiesbaden, die crossmedial im Radio, in Printmedien, auf Werbeflächen und in Online-Kampagnen ausgespielt wurde, realisiert. Ziel der Herbstkampagne war es, die Innenstadt zu beleben,

den Einzelhandel zu stärken und die Kulturangebote im Herbst herauszustellen.

+++