



Rund 130 Expedienten aus ganz Deutschland haben in den vergangenen Tagen in der Landeshauptstadt einen zweitägigen Workshop der Reisebüroketten „Derpart“ besucht.

Sie kamen bei dem von der Wiesbaden Marketing GmbH organisierten Abendprogramm „Erlebnis Wiesbaden“ auf den „Wiesbaden-Geschmack“.

Nach einer Rundfahrt und einem Stadtrundgang gab es auf dem Schlossplatz ein Glas Sekt und einen süßen Gruß.

Mit den eigenen Sinnen erlebten sie so „Tradition & Brauchtum“, das Jahresthema der Wiesbaden Marketing GmbH, die als Kooperationspartner der Weiterbildungsveranstaltung am Vormittag bereits die Reise- und Tagungsdestination Wiesbaden präsentiert hatte.

Zur „Derpart“-Reisebüroketten gehören deutschlandweit rund 450 Betriebe.

Wenige Tage zuvor hatte die Reisebürokooperation „Best“-Reisen, der annähernd 600 Reisebüros in ganz Deutschland angehören, ihre jährliche Schulung in Niedernhausen

330 Reisefachleute auf den „Wiesbaden-Geschmack“ gebracht

Freitag, den 29. April 2016 um 12:58 Uhr - Aktualisiert Freitag, den 29. April 2016 um 13:04 Uhr

durchgeführt und an gleich zwei Abenden zum Rahmenprogramm nach Wiesbaden geladen.

Bei einem Stadtrundgang mit kulinarischen Kostproben lernten die 200 Teilnehmer die Landeshauptstadt kennen und gewannen nicht zuletzt bei einem Gala-Abend im Kurhaus einen besonderen und positiven Eindruck von der Stadt.

Der Inlandsmarkt ist für den Wiesbaden Tourismus von großer Bedeutung. Drei von vier Gästen kommen aus Deutschland und stellen rund 73 Prozent des gesamten Übernachtungsvolumens im Jahresverlauf dar.