



KARLSRUHE

www.karlsruhe-tourism.de



Herbstoffensive der Karlsruher Tourismuszentrale

Mit neuer Homepage und Intensivierung der Auslandskontakte startet Karlsruhe in die neue Tourismus-Saison 2010

„Nach der Saison ist immer vor der Saison“. Nach diesem Motto geht der Tourismus Karlsruhe in die Herbstoffensive. Mit dem Relaunch seiner Homepage **www.karlsruhe-tourismus.de** wirbt der Geschäftsbereich Tourismus der Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH mit frischem Image für die Fächerstadt.

Strukturiert präsentiert sich die neue Seite, damit sowohl Geschäftsreisende als auch Privatbesucher schnell ihre Informationen auf ihre individuellen Fragen erhalten. Egal ob Gruppenreisen, verbilligte Bahntickets oder Hotelzimmer – mit wenigen Klicks wird dem Gast geholfen. Auch aktuelle kulturelle Highlights in Karlsruhe sowie wichtige Messen und internationale Kongresse sind nun schneller auf der neuen Homepage zu finden.

Gleichzeitig intensiviert der Karlsruhe Tourismus seine Kontakte nach Japan, Frankreich und Irland. Monika Storck, Leiterin des Karlsruhe Tourismus: „Aus Japan steigt die Anzahl von Fachbesuchergruppen, so haben sich die Übernachtungszahlen der japanischen Gäste von 2005 auf 2008 mit über 5.000 Übernachtungen beinahe verdoppelt.“ Frankreich ist mit über 16.000 Übernachtungen in 2008 der zweitwichtigste Quellmarkt für Karlsruhe. Dennoch verbirgt sich hier noch ein großes Potenzial, denn Karlsruhe ist trotz günstiger Verkehrsanbindung – der Hochgeschwindigkeitszug TGV verbindet Paris mit der badischen Metropole in nur drei Stunden – noch immer vielen Franzosen als Reisedestination unbekannt. Steigende Übernachtungszahlen gibt es auch von den irischen Gästen, knapp 2.000 Übernachtungen gab es in 2008, im Vergleich zu 810 in 2005. Dies ist sicherlich auch auf die Flugverbindung Dublin und dem Flughafen Karlsruhe/Baden-Baden zurückzuführen.

Monika Storck: „Wichtig ist eine kontinuierliche persönliche Präsenz vor Ort – und eine Festigung der dort erhaltenen Kontakte, um langfristig wichtige Geschäfte zu realisieren. Wir haben diesen Herbst mit der Intensivierung dieser drei Auslandskontakte begonnen und wir versprechen uns viele neue Chancen für den Karlsruhe Tourismus in den kommenden Jahren.“

Intensivierung der Kontakte nach Japan

So präsentierte sich der Karlsruhe Tourismus am 2. Oktober 2009 beim Landesempfang Baden-Württemberg in der Deutschen Botschaft in Tokio. Zu dieser hochkarätigen Veranstaltung hatte Ministerpräsident Günter Oettinger gemeinsam mit dem Deutschen Botschafter 2.000 Gäste aus der politischen und wirtschaftlichen Elite Japans eingeladen. Karlsruhe machte im Rahmenprogramm von sich reden mit den „walking acts“: Vier berühmten Persönlichkeiten der Stadt Karlsruhe (Carl Benz, Markgraf Karl Wilhelm, Luise von Baden, Freiherr von Drais mit seiner historischen



KARLSRUHE

www.karlsruhe-tourism.de



Draisine) stellen die Geschichte der Fächerstadt dar. Darüber hinaus präsentierte sich die Staatliche Majolika Manufaktur mit ihren Keramiken.

Weiterhin fand am 5. Oktober 2009 in Tokios Hotel „Westin“ eine Tourismus-Promotion statt, organisiert vom Tourismus Baden-Württemberg. Hier konnte sich Karlsruhe den wichtigen Verkäufern vorstellen und gezielt die Stadt sowie die neusten Special Interest Angebote bewerben. Aber auch zu japanischen Pressevertretern wurde der Kontakt vertieft: Beispielsweise wird Kyoko Aihara, bekannte Autorin und Fotografin, in Kürze Deutschland besuchen und einen zweitägigen Stopp in Karlsruhe einlegen.

Wichtiger Auslandsmarkt Frankreich muss gestärkt werden

Vom 21. bis 25. September 2009 fand in Paris die Messe „International French Travel Market TOP RESA“ statt, die wichtigste touristische Fachmesse in Frankreich. Karlsruhe war erstmalig am Stand der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) vertreten. Mit zahlreichen Informationen, zielgruppenspezifische Angeboten, aktuellen kulturellen Highlights sowie kommenden Messen versuchte das Team des Karlsruhe Tourismus den Bekanntheitsgrad der Fächerstadt zu steigern.

Gemeinsame Präsentation „Fly-Baden-Region“ in Dublin

Am 23. September 2009 präsentierte sich der Karlsruhe Tourismus gemeinsam mit dem regionalen Marketingnetzwerk „Fly-Baden-Region“ (www.fly-baden.com) in Dublin. Mit umfangreichem Informationsmaterial und regionalen Produkten wurden Reiseveranstalter und Medienvertreter in der irischen Hauptstadt über die touristischen Attraktionen der Region informiert, insbesondere die zahlreichen Highlights während der Wintermonate, wie beispielsweise die Weihnachtsmärkte. Um der starken Nachfrage aus den verschiedenen Quellmärkten – im Jahr 2008 reisten ca. 110.000 Gäste aus dem Ausland über den Flughafen Karlsruhe/Baden-Baden (FKB) in die Region ein – weiterhin gerecht zu werden und um zusätzliche neue Gästepotenziale für die „Fly-Baden-Region“ zu erschließen, werden der Präsentation in Dublin Kampagnen in Stockholm und Hamburg folgen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: [ww.karlsruhe-tourismus.de](http://www.karlsruhe-tourismus.de)