

DZT *aktuell* GTM Spezial

Marketing News zum Reiseland Deutschland ■ Mai 2011

GTM Germany Travel Mart™ 2011

37. GTM Germany Travel Mart™ in Köln/Bonn

Ein voller Erfolg für Anbieter und Gäste



Gefördert durch:



Incoming-Workshop

Großes Interesse am Reiseland Deutschland: Mehr als 600 Teilnehmer aus 40 Ländern

Die internationale Reiseindustrie zu Gast in Deutschland: Zum 37. Mal begrüßte die DZT vom 8. bis zum 10. Mai 2011 Einkäufer und Journalisten aus aller Welt zum GTM Germany Travel Mart™. Gastgeber der weltweit größten Incoming-Veranstaltung des Deutschland-Tourismus waren in diesem Jahr die Köln Tourismus GmbH und die Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler. Als weitere Hauptpartner präsentierten sich die Deutsche Lufthansa AG und die Deutsche Bahn AG.

Mehr als 600 Teilnehmer aus 40 Ländern waren der Einladung nach Köln und Bonn gefolgt, davon allein 160 Reiseexperten aus Übersee und rund 100 internationale Journalisten. Die stärkste Delegation stellten China und Hongkong mit 50 Teilnehmern, gefolgt von Großbritannien mit 45, den Niederlanden mit 43 und den USA mit 36 Teilnehmern. Besonders erfreulich: Auch aus Japan war eine große Delegation mit 33 Teilnehmern angereist ebenso wie aus Indien. Knapp 340 deutsche Aussteller

informierten auf über 6.000 Quadratmetern über Neuigkeiten aus Hotellerie, Incoming und Transport sowie Trends und Entwicklungen im Reiseland Deutschland.

Das Herzstück des weltweit größten B2B-Marktplatzes für den deutschen Incoming-Tourismus war wieder der zweitägige Workshop, der in diesem Jahr auf dem Messegelände Köln stattfand und für die Teilnehmer nach ersten Umfragen ein voller Erfolg war: Sie konnten außergewöhnlich viele Geschäftsabschlüsse tätigen, Verträge abschließen und eine große Zahl neuer oder vertiefter Akquise-Kontakte verbuchen.

Im Rahmen eines Online-Networking-Tools hatten deutsche Anbieter und internationale Einkäufer bereits vor Beginn des GTM mehr als 13.000 Gesprächstermine vereinbart. Über 45.000 Nachrichten waren im Vorfeld der Veranstaltung zwischen Ausstellern und Besuchern auf der Online-Plattform der DZT ausgetauscht worden – auch dies ein klares Zeichen für





das große Interesse der internationalen Reiseindustrie an den touristischen Angeboten Deutschlands.

Die Teilnehmerzufriedenheit war entsprechend hoch, wie erste Ergebnisse einer Befragung ergaben: Für fast 90 Prozent der Anbieter entsprach die Anzahl der Geschäftsabschlüsse und die Qualität der Fachgespräche auf dem GTM 2011 den Erwartungen. Mehr als 90 Prozent rechnen durch die Teilnahme mit Geschäftsabschlüssen, 15 Prozent sogar mit mehr als zehn Geschäftsabschlüssen. Bereits heute planen über 90 Prozent der Anbieter, beim nächsten GTM vom 13. bis 15. Mai 2012 in Leipzig wieder teilzunehmen.



Internationales Presseforum am 9. Mai

Deutschland-Tourismus: Rekordergebnisse 2010 – Erfolgskurs beim Incoming setzt sich weiter fort



Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, beim internationalen Presseforum auf der Kölnmesse

Als zentrale Informationsveranstaltung für internationale Journalisten organisierte die DZT auch in diesem Jahr eine Pressekonferenz am ersten Workshoptag. Dabei informierte sie rund 150 internationale und nationale Pressevertreter über Entwicklungen und Chancen des Deutschland-Tourismus.

Im Fokus der DZT-Präsentation von Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, standen die Rekordergebnisse des vergangenen Jahres: Deutschland verzeichnete 2010 60,3 Millionen Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland – deutlich mehr als je zuvor. Auch die Beliebtheit bei europäischen Besuchern war hoch wie nie. Mit 40 Millionen Reisen aus Europa überholte Deutschland Frankreich und lag erstmals auf Platz zwei nach Spanien. Der beeindruckende

Aufwärtstrend setzt sich 2011 fort. So wurde im Zeitraum Januar bis März ein Wachstum von neun Prozent bei den internationalen Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr registriert. Für die nächsten zehn Jahre prognostizierte die DZT ein Plus von 30 Prozent: 80 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland sind bis 2020 möglich.

Auch in Sachen Image fällt die Bilanz positiv aus: Weltweit liegt Deutschland laut Anholt-GfK Nation Brands Index auf Platz zwei der Länder mit dem besten Image. Da Großereignisse eine nachhaltig positive Auswirkung für das Ansehen haben, wird das Reiseland in diesem Jahr erneut punkten und insbesondere von der FIFA Frauen-WM profitieren. Weitere Schwerpunkte für 2011: das Jubiläum



Josef Sommer, Geschäftsführer der KölnTourismus GmbH



v.l.n.r.: Dr. Oliver Haferbeck, Leiter Produktmanagement und Zielmärkte, DB Vertrieb GmbH; Petra Hedorfer, Christian Tillmans, Vice President Globaler Vertrieb Privatkunden, Online & Touristik, Deutsche Lufthansa AG

„125 Jahre Automobil in Deutschland“ und das Themenjahr „Wellness- und Gesundheitsreisen in Deutschland“, das die 350 Heilbäder und Kurorte sowie die hochkarätigen Wellness- und Beautyhotels in den Mittelpunkt rückt. Auch zu den Themen für 2012 konnten sich die Journalisten bereits ein Bild machen: Das Geschäftsreiseziel Deutschland mit seinen Messen und Kongressen und die deutsche Wein-

kultur werden Schwerpunkte in der internationalen Arbeit der DZT bilden.

Anschließend an die Präsentation der DZT präsentierte Christian Tillmans, Vice President Global Leisure and Online Sales der Deutsche Lufthansa AG, aktuelle Entwicklungen der Fluggesellschaft sowie Details zu Service und Angeboten für internationale Reisende. Dr. Oliver Haferbeck, Leiter Produktmanagement

und Zielmärkte der DB Vertrieb GmbH, berichtete über die Bahn und ihre Angebote, insbesondere die stetig verbesserte Anbindung an wichtige europäische Metropolen. Abschließend stellten der Oberbürgermeister der Stadt Bonn, Jürgen Nimptsch, und Josef Sommer, Geschäftsführer der KölnTourismus GmbH, den Journalisten verschiedene Facetten sowie Zahlen und Fakten zu den gastgebenden Städten vor.



Jürgen Nimptsch, Oberbürgermeister der Stadt Bonn

Abendveranstaltungen

Beeindruckende Kulisse für Präsentation der Gastgeberstädte

Mit einem hochkarätigen Rahmenprogramm präsentierten sich die Gastgeber des GTM den Touristikern und Journalisten aus aller Welt. Die Eröffnungsfeier fand am 8. Mai im Kölner Dom statt. Jürgen Roters, Oberbürgermeister der Stadt Köln, und Klaus Laepple, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) und DZT-Verwaltungsratspräsident, begrüßten die Gäste. Anschließend eröffnete Petra Hedorfer offiziell den 37. GTM. Mit ihrer Ansprache leitete Dombaumeisterin Prof. Dr. Barbara Schock-Werner über zu einem kurzen Orgelkonzert. Der nachfolgende Empfang fand in den Räumen des Gürzenich statt, einem Jahrhunderte alten Wahrzeichen der Stadt.



Jürgen Roters, Oberbürgermeister der Stadt Köln



GTM-Teilnehmer auf dem Weg in den Kölner Dom



Klaus Laepple, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) und DZT-Verwaltungsratspräsident, mit Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT



GTM-Teilnehmer im Kölner Dom



v.l.n.r.: Volker Bremer, Geschäftsführer Leipzig Tourismus und Marketing GmbH; Burkhard Jung, Oberbürgermeister Leipzig; Jürgen Nimptsch, Oberbürgermeister der Stadt Bonn; Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT; Jürgen Roters, Oberbürgermeister der Stadt Köln; Klaus Laepple, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) und DZT-Verwaltungsratspräsident

Hier nutzten die Teilnehmer intensiv die Gelegenheit zum informellen Austausch.

Am zweiten Abend lud die Stadt Bonn in das World Conference Center ein: Der ehemalige Plenarsaal des Deutschen Bundestages bot das passende Ambiente für einen stilvollen Abschluss. Jürgen Nimptsch, Oberbürgermeister der Stadt Bonn, hieß die Gäste willkommen, bevor Tilmann Flaig als Geschäftsführer der Tourismus & Congress GmbH Region

Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler die Region vorstellte. Der Philharmonische Chor begeisterte mit seiner Version der „Ode an die Freude“, bei der auch die Gäste zum Mitsingen eingeladen wurden. Weiteres musikalisches Highlight: Der Auftritt von Amarcord, eines A-capella-Quintetts ehemaliger Thomaner aus Leipzig. Vorher hatte der Leipziger Oberbürgermeister Burkhard Jung den Gästen mit einem stimmungsvollen Film und einer begeisternden Rede einen ersten Eindruck von der Gastgeberstadt des GTM 2012 vermittelt.



Gäste singen gemeinsam „Ode an die Freude“ im ehemaligen Plenarsaal des Deutschen Bundestages



Philharmonischer Chor der Stadt Bonn

Niederländisches Expertenpanel

Hochkarätige Experten diskutieren aktuelle Fragen rund um den wichtigsten deutschen Quellmarkt

Die Niederlande sind für Deutschland der mit Abstand größte Quellmarkt – und Deutschland bleibt das wichtigste ausländische Reiseziel für die Niederlande: Nahezu jede fünfte Auslandsreise eines Niederländers führt ins Nachbarland. 2010 konnte Deutschland mit plus 5,4 Prozent ein weiteres Wachstum bei den Übernachtungen realisieren und erstmals die Zehn-Millionen-Grenze überschreiten. Nahezu überall in Deutschland stellen Niederländer die wichtigste ausländische Gästegruppe. Die DZT nahm diese Entwicklung zum Anlass, den Markt im Rahmen eines niederländischen Expertenpanels am 10. Mai ausführlich darzustellen.

Zum Panel hatte die DZT hochkarätige Experten der niederländischen Tourismusindustrie eingeladen, die unter Leitung von Petra Hedorfer aktuelle



v.l.n.r.: Theo de Reus, Michaela Klare, Teuni Daalwijk, Petra Hedorfer, Frank Oostdam, Coby van Dongen, Gert Nieuwboer, Ed Trentelmann

Themen und Chancen des Marktes diskutierten. **Frank Oostdam** vertrat als Direktor den niederländischen Verband der Reiseindustrie ANVR, dem rund 200 Reiseveranstalter und 1.550 Reisebüros angehören. Die Geschäfts-

führerin des bedeutenden niederländischen Generalisten De Jong Intra Vakantie, **Coby van Dongen**, wurde 2011 als erste Frau zur Travel Managerin des Jahres gekürt. **Gert Nieuwboer** hat als Direktor von SNP, Spezialveranstalter



für Natur- und Aktivurlaub, eine besondere Affinität zum Nachbarland: Mit 14 National- und 103 Naturparks wartet Deutschland für diese Zielgruppe mit einem attraktiven Angebot auf. **Karel Vos** saß als Managing Director von Bookit auf dem Podium. Auf verschiedenen Websites, darunter dem „Flaggschiff“ www.weekendjeweg.nl, präsentiert der Online-Anbieter rund 2.500 Hotels. Fast die Hälfte der Niederländer übernachtet in Ferienwohnungen, -häusern oder -parks – ein Segment, das **Teuni Daalwijk**, Direktorin des auf Deutschland spezialisierten Parahotellerie-Anbieters ADE, bestens kennt. **Theo de Reus** schließlich brachte seine Expertise als Chefredakteur der größten niederländischen Touristik-Fachzeitschrift *Reisrevue* in die Diskussion ein.

Nach einer kurze Vorstellungsrunde führte Petra Hedorfer mit einer Zwischenpräsentation tiefer ins Thema ein: Die Prognose für das Incoming aus den Niederlanden bleibt demnach positiv, bis 2015 prognostizieren Marktuntersuchungen starke Zuwächse aus dem benachbarten Quellmarkt. Als wichtiges Fundament für ein dauerhaft erfolgreiches Marketing sieht Petra Hedorfer das Benchmarking, den Vergleich mit Wettbewerbern. Hier steht Deutschland gut da: Seit vier Jahren hat das Reiseland – nicht zuletzt in Folge einer äußerst erfolgreichen Fußball-WM – Frankreich als das beliebteste Auslandsziel der Niederländer abgelöst.

Bei der Podiumsdiskussion wurden verschiedene Themen aus den Bereichen touristisches Angebot, Trends und Zukunft, Marketing und Vertrieb für den niederländischen Markt behandelt. Fragen wie „Regiert allein der



Petra Hedorfer im Gespräch mit Frank Oostdam, Direktor des niederländischen Verbandes der Reiseindustrie ANVR

Preis das Angebot?“, „Was erwartet der Reiseveranstalter von deutschen Partnern?“, „Hat der Katalog ausgedient?“, „Social Media - Bedrohung oder Chance?“ oder „Wie und was sucht der Niederländer heute und zukünftig?“ gaben den Anstoß für angeregte Dis-

kussionen. Michaela Klare, Leiterin der DZT Niederlande, ergänzte die Diskussion mit Fakten aus den aktuellen Marktanalysen und dankte für die erfolgreiche gemeinsame Marktbearbeitung aller Akteure in Deutschland und den Niederlanden.



Natur- und Aktivurlaub auf der niederländischen Website der DZT

Produktseminare

Fachinformationen zum touristischen Angebot Deutschlands

Verschiedene Seminare gaben den Teilnehmern am 8. Mai einen vertiefenden Einblick in einzelne Aspekte des deutschen Tourismusangebots. So befasste sich der erste DZT-Vortrag mit dem Themenjahr 2011 „Wellness und Gesundheitsreisen in Deutschland“ und unterstrich die Bedeutung des Megatrends Gesundheit für die Zukunft des Reiselandes Deutschland, das bereits heute zu den führenden Destinationen in diesem Segment zählt. Anschließend stellte die DZT das Themenjahr 2012 „Weinkultur und Natur in Deutschland“ vor: 2.000 Jahre Weinbaugeschichte werden in den 13 deutschen Weinbaugebieten erlebbar. Die DZT führt gemeinsam mit dem Deutschen Weininstitut (DWI) zu diesem Thema eine weltweite Marketingkampagne durch. Bereits heute sind umfassende Informationen zum Thema unter www.germany.travel abrufbar.

Auch für deutsche Anbieter viel Wissenswertes vermittelte die Präsentation „Jugendreisen nach und in Deutschland“: Deutschland ist die drittbeliebteste Destination bei jungen Europäern, bei osteuropäischen Jugendlichen sogar die beliebteste. Der wichtigste Quellmarkt ist Polen, gefolgt von Großbritannien, der Schweiz, Italien und den Niederlanden. Im Anschluss an den allgemeinen Überblick stellten Vertreter von visitBerlin, den A&O Hotels and Hostels, dem Deutschen Jugendherbergswerk und dem Tourismusamt München ihr Angebot für diese Zielgruppe vor.



Seminar „Jugendreisen nach und in Deutschland“

Die Quellmärkte Brasilien, Russland, Indien und China standen im Fokus des Vortrages „BOOM aus den BRIC-Staaten – Wo liegen die Chancen?“, der sich speziell an touristische Anbieter richtete. Bereits heute steht Deutschland bei Indern auf Platz zwei der beliebtesten Ziele in Europa, bei Brasilianern auf Platz fünf. China verzeichnet das höchste Geschäftsreisevolumen aus Asien, und Russland zählt zu den Top-10-Quellmärkten. Auch das Potenzial ist für alle vier Staaten groß: Bis 2020 werden sich die Reisen aus Indien verdreifachen. Das Fazit der Präsentation: Die BRIC-Staaten müssen bei deutschen Tourismus Anbietern noch stärkere Beachtung finden – als Wettbewerber genauso wie als Quellmarkt.

Auch die GTM-Partner hatten im Rahmen des Workshop-Tages erneut die Gelegenheit, die Teilnehmer zu ihren Produkten zu schulen. Die DB Deutsche Bahn AG präsentierte ihr Angebot im europäischen Bereich, unterstrichen durch Zahlen und Fakten zum Unternehmen und seinen Verbindungen. „How to get to Germany?“ fragte die Deutsche Lufthansa AG und stellte als Antwort neben ihrem weltweiten Streckennetz auch Services und Vertriebsstrategien dar. Vertreter der KölnTourismus GmbH und der Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler zeigten ein facettenreiches Bild der Gastgeberregion.



Deborah Horn, Lufthansa German Airlines - Global Customer Segment and Product Development



Heike Döll-König, Geschäftsführerin Tourismus NRW e.V.



Daniel Beutler, Geschäftsführer DB France Sarl & Leiter Regionalmanagement Westeuropa DB Vertrieb GmbH

Journalistenprogramme

Internationale Pressevertreter unterwegs in der Region Köln/Bonn

Abseits des Workshops erlebten die internationalen Journalisten am 8. und 10. Mai die Gastgeberstädte und die landschaftliche und kulturelle Vielfalt der Region aus erster Hand. Die Tour „Köln traditionell“ brachte der Gruppe Sehenswertes rund um das Thema „Wasser“ näher, vom Eau de Cologne bis zum Kölsch.



Nach einer Panoramarundfahrt auf dem Rhein stand ein Besuch des Schokoladenmuseums auf dem Programm. Bei der zweiten Tour zeigte sich die Stadt von ihrer kreativen Seite. Eine Video-Bustour, ein Besuch des Museums Ludwig für moderne Kunst und eine Architekturführung durch den Rheinauhafen mit seinen spektakulären Krankenhäusern beleuchtete verschiedene Aspekte des „Modernen Köln“.

Auch die ehemalige Bundeshauptstadt präsentierte sich gekonnt in ihren unterschiedlichen Facetten: Unter dem Motto „Bonn am romantischen Rhein“ gingen die Teilnehmer auf Tuchfühlung mit der reichen Geschichte der Stadt. Es folgte eine Schiffstour nach Königswinter und eine Fahrt mit der historischen Drachenfelsbahn zur neu gestalteten Drachenburg. In die „Hauptstadtära“ zurück führte die zweite Tour mit geschichtsträchtigen Stationen wie dem berühmten Palais Schaumburg, dem Kanzlerbungalow und dem ehemaligen Regierungsbunker.



Pre Convention Touren

Das Reiseland Deutschland – vom Automobil bis zur zeitgenössischen Kunst

Vor dem GTM hatten die internationalen Gäste die Gelegenheit, sich bei verschiedenen Info-Touren ein persönliches Bild des Reiselandes Deutschland zu machen. Erstmals waren dabei im Vorfeld alle Reisen mit umfangreichen Informationen, Galerien, Videos, 360°-Panoramen und Karten auch online abrufbar – ein Service, den die Gäste intensiv nutzten.

Insgesamt nahmen rund 160 internationale Experten aus 30 Ländern an den sieben Touren teil, die in enger Absprache mit den Landesmarketingorganisationen und den jeweiligen Städten ausgearbeitet worden waren.

Die größten Gruppen stellten China inklusive Hongkong mit 31 Teilnehmern und die USA mit 26 Teilnehmern, gefolgt von Russland, Kanada, Tschechien, Ungarn und Indien.



Gäste auf Info-Tour im Ruhrgebiet

Pre Convention-Touren im Vorfeld des GTM 2011

Tour 1	Wellness- und Gesundheitsurlaub München, Oberstaußen, Baden-Baden, Wiesbaden
Tour 2	Weinland & kulinarisches Deutschland Würzburg, Mainz, Bad Neuenahr
Tour 3	Barrierefreies Reisen Dresden, Sächsische Schweiz, Erfurt
Tour 4	Musikland – Historic Highlights – Unesco Leipzig, Weimar, Bayreuth, Heidelberg
Tour 5	Creative Germany München, Berlin, Frankfurt
Tour 6	Junges Reisen Hamburg, Essen
Tour 7	Autoland Deutschland Stuttgart, Wolfsburg

Impressum

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main
Herausgeber: DZT-Pressestelle

Telefon: 069 97464-262
Fax: 069 97464-233
E-Mail: presse@germany.travel
www.germany.travel