

Presse-Information

DZT mit Weibo-Auftritt in China

Deutsche Zentrale für Tourismus erfolgreich in Social Media

Frankfurt am Main, 07. Februar 2012 – „Durch ein verstärktes Engagement im Bereich Social Media erwarten wir uns die Erschließung neuer Zielgruppen sowie eine Erhöhung der Übernachtungszahlen – vor allem durch jüngere Reisende“, so Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Die DZT intensiviert seit 2011 ihre Social Media-Aktivitäten in China, dem mit rund 500 Millionen Internet-Usern größten Internetmarkt der Welt, und setzt dabei besonders auf Sina Weibo – einem Twitterähnlichen Dienst. Bereits zum Jahresbeginn 2012 wurde die Marke von 100.000 Fans überschritten, und damit eine aktive und attraktive Plattform zur Bewerbung des Reiselandes Deutschland geschaffen. Mit regelmäßigen Meldungen zu verschiedenen Veranstaltungen, aktuellen Angeboten sowie Kultur und Shopping soll die Interaktion mit Endverbrauchern gestärkt und dadurch die Imagebildung des Reiselandes Deutschland positiv gefördert werden. Die User-Zahl der DZT-Website soll mit der Nutzung sozialer Netzwerke wie Weibo ebenfalls gesteigert werden.

Analyse der führenden Social Media-Plattformen

Vorausgegangen waren umfangreiche Untersuchungen rund um das Thema Social Media-Plattformen in China. Auf Basis dieser konnte die Microblogging-Plattform von Sina Weibo mit über 200 Millionen Nutzern als eine der führenden im chinesischen Markt analysiert werden. Laut dem China Internet Network Information Center (CNNIC) wuchs die Zahl der Microblogging-User 2011 im Vergleich zu 2010 um 296 Prozent und hat sich damit in einem Jahr verdreifacht. Seit der Einführung des Microbloggings in China vor rund drei Jahren hat es sich vom Massenphänomen zu einem wichtigem Kommunikationskanal entwickelt.

Weltweite Social Media-Aktivitäten

In einer ersten Phase verfügte die Deutsche Zentrale für Tourismus seit Januar 2011 in Österreich/Schweiz, Spanien, Ungarn, den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich und den USA über einen inhaltlich einheitlichen Facebook-Auftritt.

Seit diesem Jahr ist auch Frankreich mit einer eigenen Fanpage auf Facebook vertreten. Parallel dazu wurden in aufstrebenden Märkten wie China Präsenzen auf den dort marktführenden Web 2.0-Plattformen errichtet. Die Auswahl der Länder erfolgte nach Analyse der marktspezifischen Relevanz von Social Media und dem Ziel einer möglichst breiten geografischen Abdeckung.

Über die DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Sie vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. Die DZT entwickelt und kommuniziert Strategien und Produkte, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland weiter auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern. Dazu unterhält sie weltweit 30 Länderververtretungen. Nähere Informationen finden Sie in unserem Online-Pressesecenter unter www.germany.travel/presse.