

Presse-Information

Marketingkampagne 2020

DZT launcht Kampagne #WanderlustGermany

Kampagne startet in 13 europäischen Märkten – breite Zielgruppenansprache – crossmediales Kampagnenkonzept

Frankfurt am Main, 6. August 2020 – Hochwertige Aktivangebote mit den Kernaktivitäten Wandern und Radfahren in außergewöhnlich vielfältigen Naturregionen des Reiselandes Deutschland stellt die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) in den Mittelpunkt ihrer Kampagne #WanderlustGermany“. Gemeinsam mit dem Premiumpartner Mecklenburg-Vorpommern startet die Kampagne ab sofort in 13 europäischen Märkten.

„#WanderlustGermany nimmt den Trend zu naturnahen und aktiven Urlaubsformen auf, die dem aktuell wachsenden Bedürfnis unserer Kunden nach Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit entsprechen. Mit einem vielfältigen Produktangebot, durchdachten Hygiene- und Sicherheitskonzepten und erstklassigem Service laden wir die Gäste ein, sich jetzt auf den Weg zu machen und Überraschendes zu entdecken. Durch den fokussierten Einsatz digitaler Kommunikationsmaßnahmen und innovativer Events in Nahmärkten mit großem Potenzial geben wir dem Neustart des Incoming-Tourismus für Deutschland gezielte Impulse. Die Kampagne nutzt darüber hinaus die Positionierung Deutschlands als Reiseziel mit sehr guten nachhaltigen Angeboten und stärkt so unseren strategischen Ansatz, Qualitätstourismus gezielt weiter auszubauen“, erläutert Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT.

Für die Umsetzung der Kampagne hat die DZT drei Zielgruppen definiert: sportlich erfahrene Wanderer und Radfahrer, bei denen die Aktivität im Vordergrund steht, Familien, die Freizeit in der Natur verbringen und etwas erleben wollen sowie Genießer, die Aktivität in der Natur mit Kulinarik verbinden.

Makroregional – crossmedial – zielgruppenspezifisch

Die Kampagne #WanderlustGermany wird digital durch Programmatic Advertising und Social Media-Aktivitäten in insgesamt 13 europäischen Nahmärkten ausgespielt. Zusätzliche Akzente setzt die DZT mit Events in den sechs Top-Märkten Dänemark, Frankreich, den Niederlanden, Österreich, Polen und der Schweiz.

#WanderlustGermany ist eine Kampagne mit „Social-First-Ansatz“ sowie einem crossmedialen Mix an Marketingaktivitäten. Die Kampagne erhält durch reichweitenstarke Bewerbung in Social Media-Kanälen, Themen-Newsletter und Programmatic Marketing auf Online-Travel-Plattformen weitere Impulse. Die beiden Hashtags der Kampagne lauten: #WanderlustGermany und #NowIsYourTimeForGermany. Die Landing Page www.germany.travel/wanderlust unterstützt die Kampagne als Inspirations- und Informationshub mit zielgruppenspezifischem Bild- und Videocontent. Eingebettet in die Landing Page sind Videos in Form von Travel Stories, die durch Content Creator produziert werden, sowie ein Landschaftsfilm. Unterseiten ermöglichen eine individuelle Partnereinbindung.

Die Events in den Top-Märkten realisiert die DZT zwischen Mitte August und Mitte September unter Einhaltung der vor Ort geltenden Bestimmungen als Outdoor-Veranstaltungen. Zum Einsatz kommt dabei ein Cube-Eventmodul, ein mobiler Informationsstand mit interaktiven Elementen rund um das Thema Natur und Nachhaltigkeit. Neben der Beteiligung an diesen Events können Partner über Digital- und Premiumpakete der DZT am Kampagnenerfolg partizipieren.

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 Energie (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 31 Ländervertretungen. Nähere Informationen finden Sie in unserem Online-Pressecenter unter www.germany.travel/presse.