

## Presse-Information

### **DZT-Marketingplanung 2020**

## **Weitere Anpassung internationaler Marketingmaßnahmen und Unterstützung deutscher Partner**

Frankfurt am Main, 13. März 2020 – Um die Auswirkungen der Corona-Krise auf den deutschen Incoming-Tourismus wirkungsvoll abzufedern, hat die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ein weiteres Bündel an Maßnahmen auf den Weg gebracht.

Ab sofort koordiniert ein Krisenstab unter der Leitung von Harald Henning, Leiter der DZT Schweiz, alle weltweiten Aktivitäten zur Bewältigung der Krise.

### **Germany Travel Mart™ in Rostock 2021**

Der für den 10. bis 12. Mai 2020 in Rostock geplante Germany Travel Mart™ (GTM) wurde auf das kommende Jahr verschoben. Als Alternative zum physischen GTM schafft die DZT einen digitalen Marktplatz für die eingeladenen Tradepartner und ihre potenziellen Geschäftspartner der deutschen Reiseindustrie, die sich für die Teilnahme am Workshop angemeldet haben.

### **Flexible Kampagnenplanung 2020**

Der Start weltweiter Marketingkampagnen, der für das erste Halbjahr geplant war, wird entsprechend der aktuellen Entwicklung in den jeweiligen Quellmärkten ab der zweiten Jahreshälfte neu terminiert. Mit Start der Recovery-Maßnahmen können Kampagneninhalte marktspezifisch justiert rasch ausgerollt werden.

### **Kontinuierliche Online-Information für Partner im Deutschlandtourismus**

Unter [www.germany.travel](http://www.germany.travel) richtet die DZT einen spezifischen Bereich zur aktuellen Corona-Entwicklung und deren Auswirkungen auf das Deutschland-Incoming ein, auf der sich Stakeholder, Mitglieder und Partner jederzeit kompakt über den aktuellsten Stand informieren und relevante Fakten abrufen können.

Die Webseite vermittelt darüber hinaus den jeweils aktuellen Stand laufender und geplanter DZT-Aktivitäten weltweit und informiert über die aktuelle Situation in den wichtigsten Märkten.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erklärt dazu: "Deutliche Buchungsrückgänge aus unseren Quellmärkten und verunsicherte Kunden bedeuten immense wirtschaftliche Herausforderungen für die mittelständische Tourismusindustrie in Deutschland. In unserem engen Netzwerk mit internationalen Reiseveranstaltern und OTAs sowie den Partnern im Deutschlandtourismus beraten wir bereits heute intensiv über mögliche Recovery-Maßnahmen. Ich bin überzeugt, dass die Strahlkraft, die die Marke Reiseland Deutschland weltweit bei Urlaubern und Geschäftsreisenden genießt, auch in schwierigen Zeiten trägt."

#### **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-Pressescenter unter [www.germany.travel/presse](http://www.germany.travel/presse).