



Presse-Information

Social Media-Aktivitäten der DZT

DZT und Dresden Marketing starten Bloggerkampagne #youngDresden

Frankfurt am Main, 29. Januar 2015 – Von Mitte Januar bis Ende März 2015 laden die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) und die Dresden Marketing GmbH gezielt Blogger aus internationalen Quellmärkten in die Elbmetropole ein, um die Stadt aus verschiedenen Perspektiven zu erleben und darüber zu berichten. Ziel ist es, die Präsenz Dresdens in den verschiedenen Onlinekanälen zu stärken und zugleich qualitativ hochwertigen Content für die eigenen Plattformen zu generieren.

Die DZT hat bereits 2013 im Rahmen ihrer Themenkampagne „Junges Reiseland Deutschland – HotSpots, Brandnew, Lifestyle“ umfangreiche Erfahrungen bei der Ansprache junger Deutschlandtouristen gesammelt, die sie jetzt systematisch den Regionen und Städten für weitere Aktivitäten zur Verfügung stellt.

„Mit dem Projekt #youngDresden knüpfen wir an die Erfahrungen und Erfolge unserer weltweiten Kampagne Youth HotSpots Germany an. Im Rahmen dieser Kampagne haben wir intensive Kontakte zu zahlreichen, internationalen Bloggern und Bloggernetzwerken in allen wichtigen Quellmärkten aufgebaut“, erläutert dazu Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT. „Die Verknüpfung von Social Media-Aktivitäten und verschiedenen Bloggerprojekten hat im Rahmen der Themenkampagne „Junges Reiseland Deutschland“ nicht nur beeindruckenden Traffic und Content auf der Kampagnenseite und unseren verschiedenen Präsenzen in Sozialen Netzen generiert. Auch die Zahl europäischer Deutschlandurlauber zwischen 15 und 34 Jahren ist laut IPK im Kampagnenjahr um acht Prozent gestiegen. Mit dem Projekt in Dresden möchten wir auch andere Destinationen ausdrücklich ermutigen, unsere Erfahrungen aufzunehmen und auf breiter Basis zu nutzen.“

Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Dresden Marketing GmbH, ergänzt: „Anknüpfend an unser Jahresthema 2015 mit dem Slogan ‚Dresden - Definitely Different‘ wollen wir die Aspekte jung - hip - alternativ in der Wahrnehmung von Dresden stärken.“

Zudem ist es uns gerade jetzt sehr wichtig, dass die Gäste Dresden persönlich als weltoffene, internationale und tolerante Stadt kennenlernen.“

Über den Hashtag #youngDresden wird die Botschaft in den europäischen Quellmärkten Niederlande, Großbritannien, Österreich, der Schweiz, Spanien und Frankreich sowie den Überseemärkten USA und Brasilien kommuniziert.

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 30 Ländervertretungen. Nähere Informationen finden Sie in unserem Online-Pressescenter unter www.germany.travel/presse.