

Presse-Information

DZT startet globale Kampagne ‚Embrace German Nature‘ – Restart mit Fokus auf Nationale Naturlandschaften und nachhaltige Urlaubserlebnisse

Frankfurt am Main, 21. April 2022 – Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) baut ihr Engagement zur Positionierung Deutschlands als nachhaltiges Reiseziel im internationalen Wettbewerb weiter aus. Mit dem Start ihrer neuen globalen Kampagne ‚Embrace German Nature‘ lenkt sie das Interesse von potenziellen Deutschlandurlaubern auf die Nationalen Naturlandschaften und nachhaltige Urlaubserlebnisse in den ländlichen Regionen.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Vor dem Hintergrund der zweijährigen Corona-Pandemie haben Achtsamkeit, Nachhaltigkeit und die Sehnsucht nach intakter Natur in der Wertschätzung der Menschen gewonnen. ‚Embrace German Nature‘ ist eine kontinuierliche Fortschreibung unseres Kampagnenmarketings, mit dem wir immer wieder ‚Natur und Erholung‘ und „Nachhaltigkeit“ als zentrale Elemente unseres Markenkerns adressieren. Aktuell ist Deutschland laut IPK International bereits als Naturreiseziel auf Platz 2 bei den weltweiten Reisen der Europäer platziert. Und die Studie Destination Brand 21 von Inspektour belegt, dass in wichtigen Quellmärkten für unser Incoming Deutschland als sehr geeignete Destination für Urlaub auf dem Land beziehungsweise nachhaltigen Urlaub wahrgenommen wird. Diese Positionen wollen wir weiter stärken, indem wir Urlaub in ländlichen Regionen, längere Reisedauern und nachhaltigen Reisegenuss promoten.“

‚Embrace German Nature‘ startet als Digitalkampagne im April. Zentrale Elemente der Kampagne sind der [Kampagnenfilm](#), sowie als neues digitales Tool Videos im 8D Sound-Design.

Hintergrund:

Laut Anholt Ipsos Nation Brands Index 2021 (NBI) gehören der Schutz der Umwelt und der natürlichen Ressourcen zu den drängendsten globalen Herausforderungen unserer Zeit. Deutschland gehört zu den Ländern, denen die Befragten am ehesten zutrauen, diese Herausforderungen zu meistern.

Im SDG-Index, der die Fortschritte auf dem Weg zur Erreichung der von der UN-Weltklimakonferenz beschlossenen Sustainable Development Goals abbildet, liegt Deutschland auf Platz 4 unter allen UN-Mitgliedern.

Nach jüngsten Untersuchungen von IPK International zu den Auswirkungen von Covid 19 auf den internationalen Reiseverkehr planen 26 Prozent der weltweit Reisenden 2022 naturorientierten Urlaub, unter den Urlaubern mit Ziel Deutschland liegt dieser Wert sogar bei 30 Prozent.

Nach Auswertung des GTM Expert Panels, für das die DZT im Februar 2022 259 CEOs/Key Accounts der internationalen Reiseindustrie befragt hat, sehen rund die Hälfte der Entscheider jetzt bereits eine leichte Verschiebung der Kundenbuchungen in Richtung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen. Für die kommenden drei Jahre erwarten drei Viertel einen Anstieg der Nachfrage in diesem Segment. Das Reiseland Deutschland steht im Ranking der nachhaltigen Reiseziele aus Sicht dieser Experten klar auf Platz 1.

Etwa 30 Prozent der deutschen Festlandsfläche stehen als Nationale Naturlandschaften unter besonderem Schutz.

Über die DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands. Sie vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. In enger Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus dem Deutschlandtourismus, Verbänden und Wirtschaftsunternehmen entwickelt die DZT Strategien und Marketingkampagnen, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern.

Den Herausforderungen durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie begegnet die DZT mit einer dreigliedrigen Recovery-Strategie:

- Steigerung der Brand Awareness und Schärfung des Markenprofils des Reiselandes Deutschland
- Relationship-Management und Knowhow-Transfer zur Unterstützung der mittelständisch geprägten Reisewirtschaft sowie
- zielgerichtete Marktforschung und Analyse des Corona-Impacts als Grundlage für evidenzbasiertes Handeln.

Die DZT hat während des Lockdowns durch antizyklisches Marketing den Dialog mit Kunden aufrechterhalten, veränderte Präferenzen in die Kommunikation aufgenommen und somit Empathie und Inspiration vermittelt.

Schwerpunktt Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Die DZT fördert einen nachhaltigen und zukunftsgerichteten Tourismus in Einklang mit der Zielsetzung der Bundesregierung. Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsthemen stehen dabei im Fokus.

Das Thema Nachhaltigkeit ist seit über einer Dekade ein zentrales Thema und wird in allen Unternehmensbereichen strategisch ressortübergreifend bearbeitet. Dabei verfolgt die Organisation eine Drei-Säulen-Strategie, die den externen Wissenstransfer und einen begleitenden Kommunikationsansatz mit einer organisationsinternen Nachhaltigkeitsinitiative koppelt. Die DZT besetzt das Zukunftsthema eines verantwortungsbewussten Tourismus, indem sie das Reiseland Deutschland im internationalen Wettbewerb als Reiseziel mit nachhaltigen und inklusiven Angeboten positioniert. Mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie hat sich der Wertewandel zu mehr sozioökologischer Verantwortung im internationalen Reiseverhalten verstärkt.

Die DZT ist Schrittmacher bei der Implementierung immersiver Technologien (Virtual, Augmented und Mixed Reality), bei der Nutzung von Conversational Interfaces (z.B. Sprachassistenten) und Anwendungen künstlicher Intelligenz (KI), beispielsweise in Chatbots. Um die Sichtbarkeit touristischer Angebote auf KI-gestützten Vermarktungsplattformen zu sichern, koordiniert die DZT das gemeinsame Open Data-Projekt der deutschen Tourismuswirtschaft zur Entwicklung eines Knowledge Graphen.

Die DZT unterhält 27 Ländervertretungen und steuert diese von ihrer Zentrale in Frankfurt am Main.

Pressekontakt:

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
Martina Binhack
Leiterin Presse und Public Affairs
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 97464-262
E-Mail: presse@germany.travel