

Presse-Information

Simply FEEL GOOD in Deutschland: DZT relauncht ihre globale Leitkampagne für Nachhaltigkeit

Frankfurt am Main, 31. August 2023 – Deutschland wird international immer mehr als nachhaltige Destination wahrgenommen: Im SDG-Index, der die Fortschritte von 193 Nationen bei der Erfüllung der UN-Klimaziele darstellt, steigt Deutschland 2023 vom sechsten auf den vierten Platz. Potenzielle Gäste positionieren nach Analysen von IPK International Deutschland von September 2022 unter dem Aspekt Klimaschutz und Nachhaltigkeit auf Rang 3 unter 27 verglichenen Ländern. Diese positive Aufmerksamkeit nutzt die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und präsentiert ab sofort ihre globale Leitkampagne für Nachhaltigkeit „Simply FEEL GOOD“ mit zahlreichen nachhaltigen Reiseideen.

Zum Kampagnenstart erklärt Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Mit der preisgekrönten Kampagne ‚Feel good‘ haben wir bereits seit 2021 die Vielfalt zertifizierter nachhaltiger Angebote auf den internationalen Märkten erfolgreich beworben. Die Kampagne 2023 zeigt, wie bei einer Deutschlandreise Nachhaltigkeit, Genuss und Erlebnisvielfalt zu verbinden sind. Die für die Kampagne ausgewählten Reiseideen spiegeln zugleich wider, wie sich immer mehr touristische Regionen, Hotels, Veranstalter und Mobilitätsdienstleister nachhaltig ausrichten. Die strategische Ausrichtung und die Umsetzung der Kampagne zahlen ganz konkret auf die United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) ein und untermauern damit unseren Anspruch, den deutschen Incoming-Tourismus nachhaltiger zu gestalten.“

Simply FEEL GOOD 2023

Zentrales Element der DZT-Kampagne ist eine Landing Page unter www.germany.travel. Dieser Inspirations- und Informationshub präsentiert knapp 140 nachhaltige touristische Reiseideen, die im Rahmen einer Ausschreibung ausgewählt wurden. Die vier Cluster „Entdecken“, „Genießen“, „Übernachten“ sowie „on Tour“ erleichtern hierbei die Orientierung.

Darüber hinaus verlinken Deutschlandkarten zu weiteren nachhaltigen Reisemöglichkeiten auf die thematischen Webseiten der 16 Bundesländer sowie zu den Unterkünften, die mindestens eine von 17 anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierungen ausweisen.

Als weitere Inspiration setzt die DZT den Imagefilm FEEL GOOD ein. Beworben wird die Kampagne über Native Advertising, SEA sowie auf verschiedenen Social Media-Kanälen. Dazu kommen marktspezifische Newsletter, Presse- und PR-Aktivitäten und Events.

Die Kampagne Simply FEEL GOOD 2023 wird in den besonders nachhaltigkeitsaffinen europäischen Quellmärkten Österreich, Belgien, Schweiz, Dänemark, Spanien, Frankreich, Italien, Niederlande, Schweden, UK und Polen sowie in den Überseemärkten USA und Japan ausgespielt. Im Fokus stehen Zielgruppen entsprechend der SINUS Meta-Milieus, die für eine besonders nachhaltige Lebensführung stehen.

Die Deutsche Bahn - umfassendes Engagement für Nachhaltigkeit

Die Deutsche Bahn engagiert sich als Premiumpartner bei der Umsetzung der Kampagne Simply FEEL GOOD. Das Mobilitätsunternehmen realisiert zahlreiche Maßnahmen im Klima-, Natur-, Ressourcen- und Lärmschutz aktiv, um seine Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Über die DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) 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.

Die zentralen strategischen Handlungsfelder der DZT sind:

- zielgerichtete Marktforschung und Analyse der marktspezifischen Kundennachfrage von verschiedenen reisebezogenen wertebasierten Lebenswelten im Kontext von Nachhaltigkeit und Kultur
- Relationship-Management und Knowhow-Transfer zur Unterstützung der mittelständisch geprägten Reisewirtschaft
- Steigerung der Brand Awareness und Schärfung des Markenprofils des Reiselandes Deutschland mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz.

Schwerpunktt Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung

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

Um den Incoming-Tourismus nachhaltiger und zugleich wettbewerbsfähig zu gestalten, verfolgt die Organisation eine Drei-Säulen-Strategie, die den externen Wissenstransfer und einen begleitenden Kommunikationsansatz mit einer organisationsinternen Nachhaltigkeitsinitiative koppelt. Die DZT positioniert das Reiseland Deutschland im internationalen Wettbewerb als Reiseziel mit nachhaltigen und inklusiven Angeboten.

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/Knowledge Graph-Projekt der deutschen Tourismuswirtschaft.

Die DZT unterhält 25 Ländervertretungen und steuert diese von ihrer Zentrale in Frankfurt am Main.