

Presse-Information

Erfolgreicher Restart für Deutschland-Incoming: GTM 2022 in Oberammergau bilanziert Trendwende für internationale Nachfrage

Frankfurt am Main, 06. Mai 2022 – Zum Abschluss des 48. GTM Germany Travel Mart™ in Oberammergau kann die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) als Veranstalter eine außerordentlich positive Resonanz verzeichnen. Laut einer On-Site-Befragung unter den deutschen Anbietern während des Incoming-Workshops waren 92 Prozent mit dem Verlauf des GTM sehr zufrieden/zufrieden. 93 Prozent der Befragten gaben an, dass der GTM eine sehr gute/gute Plattform für Geschäftsabschlüsse war.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Der erste GTM als Präsenzveranstaltung nach zwei coronabedingten virtuellen Workshops bestätigt den hohen Stellenwert persönlicher Begegnungen. 95 Prozent der deutschen Anbieter hatten schon in der Vergangenheit am GTM teilgenommen. Das positive Feedback der Teilnehmer ist zugleich ein starkes Signal für die Recovery des deutschen Incoming-Tourismus. 96 Prozent der Befragten knüpften neue Geschäftskontakte, und 95 Prozent wollen sich in Zukunft wieder am GTM beteiligen.“

Rund 160 deutsche Unternehmen aus der Hotellerie, dem Transportsektor und der Freizeitindustrie, Incoming Services und regionalen Tourismusorganisationen sowie rund 200 Einkäufer der internationalen Reiseindustrie nutzten vom 1. bis 3. Mai die Plattform, um Angebote für das kommende Jahr zu verhandeln. Dazu vereinbarten sie über ein Online-Networking-Tool mehr als 3.600 Termine. Außerdem nahmen rund 90 Journalisten an der internationalen Pressekonferenz sowie am Presseprogramm teil.

Auch den 48. GTM realisierte die DZT als Green Event, um den CO₂-Fußabdruck der Veranstaltung zu reduzieren.

Hintergrundinformation

Der GTM wird alljährlich von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Zusammenarbeit mit wechselnden Partnerregionen und -städten veranstaltet. Herzstück der Veranstaltung ist ein zweitägiger Workshop. Anbieter aus Hotellerie, Transport sowie lokale und regionale Tourismusorganisationen präsentieren dem internationalen Fachpublikum – Key Account Manager der internationalen Reiseindustrie – ihre Angebote. Die Teilnehmer können neue Kontakte knüpfen und bestehende vertiefen, Fachgespräche führen und Geschäftsabschlüsse mit deutschen Anbietern tätigen.

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

inklusive Angebote 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.