

Presse-Information

Positive Resonanz von Einkäufern und Anbietern auf dem GTM Germany Travel Mart™ 2021

Frankfurt am Main, 30. April 2021 – Zum Abschluss des virtuellen Germany Travel Mart™ vGTM 2021 zieht die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) als Veranstalter eine positive Bilanz. Laut einer On Site-Befragung unter Anbietern und Einkäufern während des Events waren 84 Prozent mit dem Verlauf des vGTM zufrieden/sehr zufrieden. 86 Prozent der Befragten gaben an, dass der vGTM eine gute/sehr gute Plattform für Geschäftsabschlüsse sei.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Der GTM ist auch als digitale Veranstaltung das zentrale Vertriebsereignis für den deutschen Incoming-Tourismus. 79 Prozent der Teilnehmer waren schon in der Vergangenheit als Anbieter oder Einkäufer beim GTM. Eine Vorabbefragung zum vGTM 2021 bestätigte eine hervorragende Brand Awareness für das Reiseland Deutschland bei den internationalen Key Accounts und entsprechend hohe Erwartungshaltungen. Diese wurden voll erfüllt. 96 Prozent der Befragten konnten beim vGTM neue Geschäftskontakte knüpfen, 90 Prozent wollen im kommenden Jahr wieder am GTM teilnehmen. Mit dieser Erfolgsbilanz unterstützen wir wirksam den Restart für Deutschlands Incoming-Tourismus.“

250 deutsche Teilnehmer aus der Hotellerie, dem Transportsektor und der Freizeitindustrie, Incoming Services und regionalen Tourismusorganisationen und rund 500 Einkäufer aus internationalen Reiseunternehmen sowie von Online Travel Companies nutzten vom 27. – 29. April die digitale Plattform, um Angebote für das kommende Jahr zu verhandeln. Dazu vereinbarten sie über das GTM Networking Tool der DZT rund 6.500 Online-Termine. Das Informationsprogramm bot Panel Diskussionen und Webinare mit Market Insights aus wichtigen Quellmärkten des deutschen Incoming-Tourismus, den jüngsten Trends auf dem internationalen Markt, Entwicklungen in der

deutschen Tourismusindustrie, Angeboten zum Reiseland Deutschland und den aktuellen Marketingkampagnen der DZT.

Partnerland des GTM 2021 war Mecklenburg-Vorpommern. Tobias Weitendorf, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (TMV): „Der vGTM war für Mecklenburg-Vorpommern eine sehr gute Gelegenheit, um den direkten Austausch mit internationalen Einkäufern zu intensivieren, die großes Interesse an neuen Tourismusprojekten sowie den Themen Nachhaltigkeit und Gesundheitsurlaub zeigten. Das Reiseinteresse ist nach wie vor ungebrochen, hoffentlich gibt es nun bald eine Öffnungsperspektive.“

Alle wichtigen Informationen und Eindrücke zum vGTM 2021 finden Sie unter: <https://www.germany.travel/de/trade/gtm-germany-travel-mart/vgtm-2021-twitter-livereportage/virtualgtm-2021-twitter-livereportage.html>.

2022 findet der GTM vom 2. bis 4. Mai im Vorfeld der Passionsspiele in der Gemeinde Oberammergau statt.

Hintergrundinformation

Der GTM wird alljährlich von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Zusammenarbeit mit wechselnden Partnerregionen und -städten veranstaltet. Herzstück des Events ist der Workshop. Anbieter aus Hotellerie, Transport sowie lokale und regionale Tourismusorganisationen präsentieren dem internationalen Fachpublikum – Key Account Manager der internationalen Reiseindustrie aus bedeutenden Quellmärkten für den Deutschlandtourismus – 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 Energie 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 Covid 19-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 setzt darauf, durch antizyklisches Marketing in der Krise den Dialog mit Kunden aufrechtzuerhalten, veränderte Präferenzen in die Kommunikation aufzunehmen, Empathie zu zeigen und Inspiration zu schaffen.

Schwerpunktt Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit

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

Das Thema Nachhaltigkeit ist seit über einer Dekade ein zentrales Querschnittsthema 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 Covid-19-Pandemie hat sich der Wertewandel zu mehr sozioökologischer Verantwortung im internationalen Reiseverhalten verstärkt.

Die DZT unterhält weltweit 27 Länderververtretungen, die über 40 Märkte bearbeiten. In der Zentrale der DZT in Frankfurt am Main sind unter anderem die strategischen Bereiche Business Intelligence, Markenkommunikation für das Reiseland Deutschland und Business Development angesiedelt.

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