

Neue globale Städte & Kultur-Kampagne 2024: Arbeitstitel „Kunst- und Kulturland Deutschland“

Stay longer
germany.travel/inspiring

Generieren von Wissen
durch Museenvielfalt

Unterstützung der lokalen
Wirtschaft

Beitrag zu Toleranz und
Völkerverständigung

Förderung des Bewusstseins
über den Erhalt von Museen

Aufenthaltsdauer verlängern
und Slow-Travel



USPs des Kunst- und Kulturlandes Deutschland

- Einzigartig vielfältige Kunst- und Kultureinrichtungen und -programme Deutschlands
- Mehr als 7.200 Museen und Ausstellungshäuser mit jährlich über 8.000 Ausstellungen
- 80 Opernhäuser mit zum Teil internationaler Bedeutung
- weltweit beachtete Kulturveranstaltungen, z.B. die Berlinale, Bayreuther Festspiele, Rock am Ring

→ Die Vielfalt der öffentlichen Kunst- und Kulturszene gilt als unverzichtbarer Bestandteil urbaner Lebensqualität und als Ort direkter Kommunikation und somit Teil des öffentlichen Diskurses.

Zielfmärkte:

AT, BE, CH, DK,
ES, FR, IT, NL, PL,
UK, US

Kampagnenstart:

Frühjahr 2024/
voraussichtlich
Mitte April 2024

Sinus Milieus:

Intellectuals, Performers,
Cosmopolitan Avantgarde,
Progressive Realists,
Established

2022 ist Deutschland das Kulturreiseziel Nr. 1 bei den weltweiten Reisen der Europäer

16,4 Mio.
Kulturreisen nach
Deutschland

12%
Marktanteile
„Kulturreisen“



Quelle: IPK 2023: ETM 2022: Auslandsreisen der Europäer; vorläufige Angaben
Kulturreisen = Städtereisen, Rundreisen, Eventreisen, alle Daten vorläufig

Aus den USA und Großbritannien kommen die meisten „Kultururlauber“

UK

11%*

Frankreich

9%*

NL

8%*

Schweiz

8%*

Italien

9%*

USA

13%*



*Anteil Kultururlaub an Kultururlaub gesamt

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Mai 2015-April 2023),
Stand: August 2023, Urlauber Ausland

SINUS 2022: Relevanz kultureller Angebote

Deutschland
Das Reiseland



76%

wünschen sich ein
kulturell vielfältiges
Angebot am
Urlaubsort

79%

informieren sich vorab
über kulturelle
Angebote in der
Destination

78%

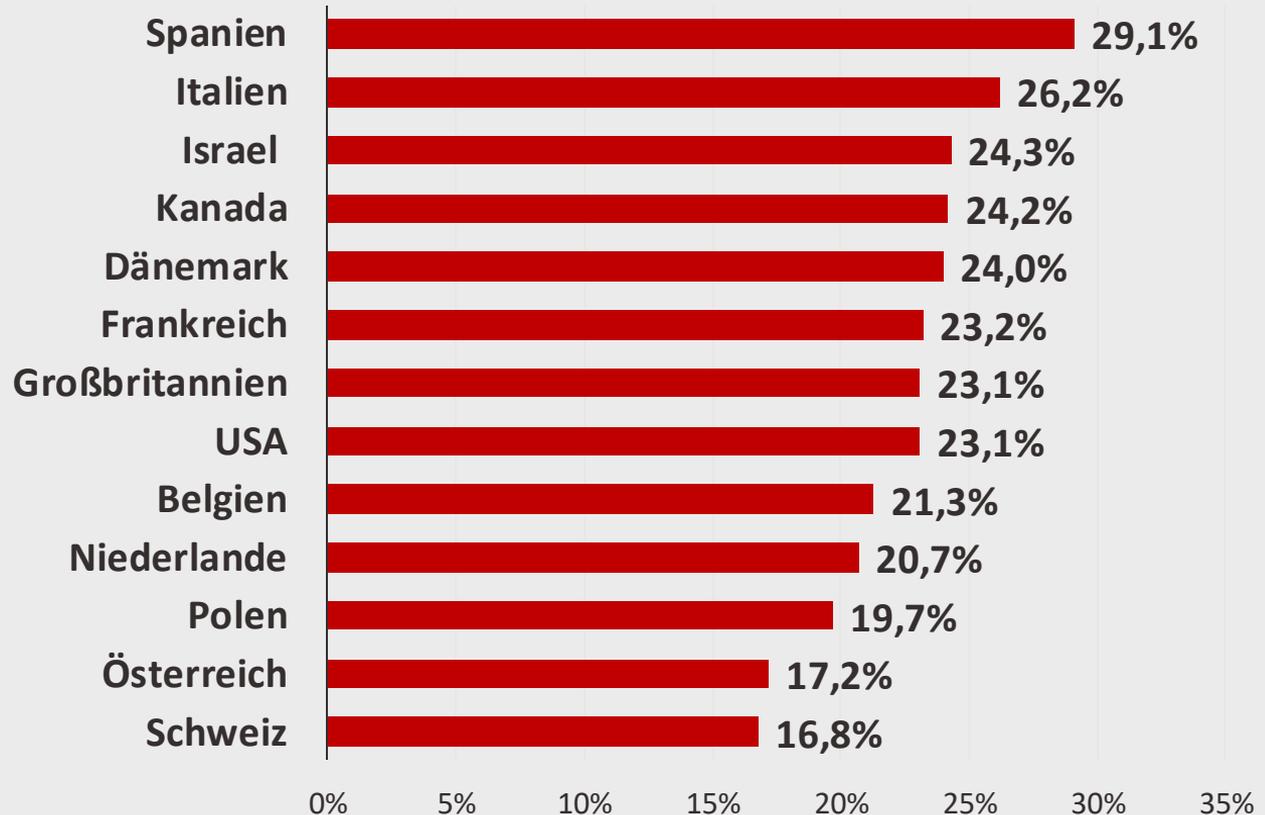
informieren sich vorab
über kulturelle
Gepflogenheiten und
Bräuche

Quelle: Sinus-Meta-Milieu Studie der DZT, November/Dezember 2022

Auslandsreisebezogen, keine direkter Deutschlandbezug, Scope EU & USA

Quellmärkte mit besonderer Relevanz für das Thema Kultur

**Top
Zustimmung für das
Statement „Von
meinem Urlaubsort
wünsche ich mir ein
kulturell vielfältiges
Angebot“**



Kampagnenziel, Kernbotschaft und Strategie

Kampagnenziel

- Weltweite Positionierung Deutschlands als Kunst- und Kulturdestination mit nachhaltigen Angeboten

Kernbotschaft

- Deutschland ist eine lebendige Kulturnation mit einer weltoffenen, reichen Kultur- und Kunstszene

Kampagnenstrategie

- Inspirationskampagne, die vor allem auf die Awareness der Kernbotschaft setzt
- Inszenierung Deutschlands als große europäische Kulturnation, die für weltoffene Vielfalt steht
- Kulturgenuß schafft verbindende Begegnungen zwischen Menschen unterschiedlicher Nationen



Zielgruppenspezifisches
Storytelling

Journalisten- und
Influencer-Reisen

Reichweitenstarke
Auspielung von Social
Media-Kampagnen

Zielgruppenspezifischer
Kampagnenfilm und
Bildcontent

Reichweitenstarke
Content-Auspielung

Themen-Newsletter

Microsite als Inspirations-
und Informationshub

Crossmedialer
Auspielungsmix

Digitale Kommunikation in
allen beteiligten Märkten

Schwerpunktmärkte und Ausspielung

Deutschland
Das Reiseland



Top 11 Märkte*

Top 11 DZT-Märkte für das Thema
Kunst- und Kulturland Deutschland:
AT, BE, CH, DK, ES, FR, IT, NL, PL, UK, US

+ Marketingaktionen in allen DZT
Märkten

1 Flight*

- 4 Wochen
- ab Mitte April 2024

Premiumpartner-Paket

- Erstellen von bis zu zwei exklusiven Recommendation Ads mit Partner-Content; anteilige Bewerbung im crossmedialen Ausspielungsmix mit partnerspezifischen Native Ads mit Link Out
- Erstellen von bis zu zwei exklusiven Social-Media-Ads mit Partner-Content (FB Karussell Ad, 1 Instagram Story); anteilige Ausspielung der partnerspezifischen Ads mit Link Out
- Erstellen einer eigenen Partnerseite zur Kampagnen-Microsite; Einbindung des Partner-Contents mit Link Out

On Top:

- Redaktioneller Artikel im B2C E-Newsletter (10 ausgewählte Märkte)
- Einbindung des Logos im Haupt-Kampagnenfilm
- Presse und B2B Kommunikation seitens der DZT

Preis: 60.000 € zzgl MwSt.*

Anmeldeschluss: 31. Dezember 2023

Neben dem Premiumpartner-Paket wird es weitere Vermarktungspakete geben, die durch die jeweiligen Auslandsmärkte umgesetzt werden.

Weitere Informationen zu den Vermarktungspaketen finden Sie [hier](#).

ZUSAMMEN ERFOLGREICH!

Best Practices

aus vergangenen DZT-Kampagnen

Native Advertising

Beispiel Premiumpartner-Ad UNESCO Welterbestätten 2023

Blick DE | FR 9°

Region Italiens

Knieschmerzen beim Wandern vor



Geheimtipps der Leserschaft
Das sind die schönsten Bergrestaurants der Schweiz



BLICK HEIMAT
Frühling in der Schweiz
Das sind die schönsten Blumenwanderungen



Unterwegs in Thailand
Das sind die schönsten Seen im Südwesten Thailands



Naumburger Dom, Sachsen-Anhalt

Stauenenswertes Welterbe!

Erleben Sie Sachsen-Anhalt als Herzkammer der Weltkultur!

Welterbe Sachsen-Anhalt [Jetzt erleben](#)



(Viva España! © 21.04.2023, 10:08 Uhr)
Das sind die schönsten und fast unbekanntesten Inseln Spaniens
Spanien zählt zu den beliebtesten Reisezielen Europas. Nicht nur das Festland mit seiner reichen Kultur und den Traumstränden, sondern...

TravelClown Home Vakanties • Vliegtickets Stedentrips • Weekendjes weg • Bestemmingen • Over

DAGELIJKS TE ZIEN OP **rt(1) rt(5)** BEKEND VAN **538** **metr®** PAKKETREIZEN BOEK JE ALTIJD BIJ ANVR & BOR AANBELIJD

GOEDKOPER OP REIS DANKZIJ DE DEALS DIE WIJ MET JE DELEN!

Stunning world heritage
Experience Saxony-Anhalt as the heart of world culture!
Sachsen-Anhalt Tourism

[Discover now >](#)



V/A € 274

V/A € 134

V/A € 375

We maken gebruik van cookies op onze website. Meer weten? Lees dan onze [privacy policy](#) [OK](#) [Privacy policy](#)

Social Media

Beispiel Premiumpartner-Ad UNESCO Welterbestätten 2023



Instagram Story



Facebook Feed

Buchen Sie bis 31.12.2023 und profitieren Sie vom Know-how und dem hohen Invest der DZT!

Beate Harm

Referentin Themenkampagnen

Tel. +49 (0)69 97464-236

Beate.harm@germany.travel

Weitere Beteiligungsmöglichkeiten bei den DZT-Kampagnen 2024
finden Sie auf dem Activity Board der DZT.

DZT-Kampagnen 2024

Machen Sie mit!



Disclaimer:

An allen in der Präsentation verwendeten urheberrechtlich geschützten Positionen besteht ein Nutzungsrecht der DZT. Die Verwendung ohne Freigabe ist unzulässig.