Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland
www.germany.travel

WERDEN SIE

MITGLIED

DER DZT

- Market Insights gewinnen
- Branchennetzwerk aufbauen und pflegen
- Kommunikationskanäle nutzen



Deutschland
Das Reiseland

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands mit Hauptsitz in Frankfurt am Main und rund 20 Standorten weltweit. Die DZT vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWE) und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. Mit ihren weltweiten Marketingaktivitäten baut die DZT satzungsgemäß das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland weiter aus und fördert den Tourismus nach Deutschland.

Wir freuen uns über Ihr Interesse an einer Mitgliedschaft bei der DZT.

Wer kann Mitglied werden?

- **Unternehmen und Organisationen von bundesländerübergreifender Bedeutung**
- **Die touristischen Marketingorganisationen der jeweiligen Bundesländer**

Voraussetzung einer Mitgliedschaft ist, dass die Tätigkeit des Mitglieds den Aufgaben und Zielsetzungen der DZT entspricht.



Petra Hedorfer

Vorsitzende des
Vorstandes der DZT

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wir, die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), werben als National Tourist Board weltweit für das Reiseland Deutschland. Unsere zentralen Aufgaben sind die Steigerung des guten Images der deutschen Reisedestinationen sowie die Positionierung des Reiselandes Deutschland im Wettbewerb der Destinationen. Ebenso unterstützen wir das qualitative Wachstum des deutschen Incoming-Tourismus und ermöglichen den Unternehmen der überwiegend mittelständischen geprägten Tourismuswirtschaft den Weg in die internationalen Märkte.

Um die positiven struktur- und sozialpolitischen Effekte eines prosperierenden Incoming-Tourismus zu unterstützen, fördert das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die DZT aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Davon profitieren die einzelnen Destinationen, ob Metropole oder Ferienregion ebenso wie die touristischen Leistungsträger in Hotellerie, Gastronomie und Transport-

wesen, aber auch viele Marktteilnehmer in anderen Branchen, wie der Freizeitwirtschaft, Kultureinrichtungen, Finanzdienstleister oder Einzelhändler.

Wir nutzen die institutionellen Zuwendungen, um mit fundierter Marktforschung potenzialstarke Quellmärkte, Marktsegmente und Trends zu analysieren und definieren. Auf dieser Basis entwickeln und realisieren wir die Markenkommunikation für das Reiseland Deutschland.

Unser Know-how teilen wir mit unseren Mitgliedern: Market Insights von internationalen Experten und aktuelle Informationen, die auf dem freien Markt nicht publiziert werden, bieten praktische Orientierung bei der Entwicklung nachfragegerechter Produkte.

Das Herzstück unserer Zukunftsorientierung ist die Digitalstrategie, mit der wir unseren Partnern im Deutschlandtourismus helfen, technologisch im Wettbewerb der Destinationen zu bestehen.

Ein zentrales Element unserer strategischen Ausrichtung sind die 17 Sustainable Development Goals. Auf dieser Grundlage positionieren wir Deutschland erfolgreich als Reiseziel mit nachhaltigen Angeboten.

Als Netzwerker und Relationship-Manager sind wir mit Auslandsvertretungen in den wichtigsten Märkten weltweit präsent, um unsere Mitglieder mit den Akteuren der internationalen Reiseindustrie zu vernetzen und ihnen Zugänge zu den Märkten zu öffnen.

Die Kombination aus Know-how und Vernetzung ermöglicht unseren Mitgliedern innovatives Marketing im Verbund mit etablierten touristischen Leistungsträgern auf den globalen Märkten.

Sie möchten auch Teil dieses starken Netzwerks werden? Wir freuen uns über Ihr Interesse. Sprechen Sie mit uns über eine mögliche Mitgliedschaft. Wir heißen Sie herzlich willkommen als Mitglied der Deutschen Zentrale für Tourismus.



Ihre Petra Hedorfer

DIE DZT IN ZAHLEN

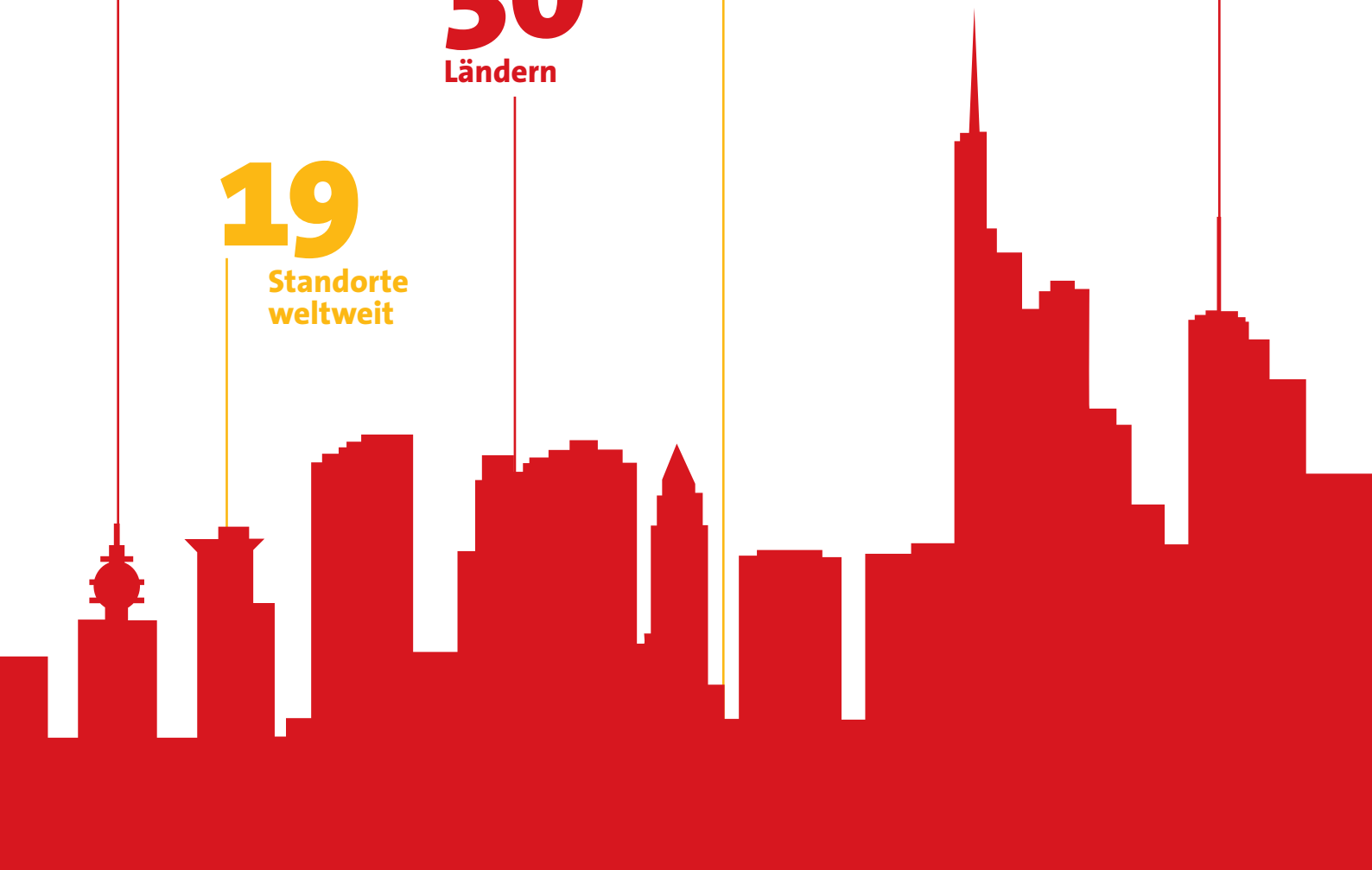
Über
12.000
Medienkontakte

Social-Media-Reichweite
1,7 Milliarden

Mediendatenbank mit
30.000
Fotos, Grafiken und Videos

Marktbearbeitung in rund
30
Ländern

19
Standorte weltweit



Deutschland
Das Reiseland

Über
5.000
Key Account Tour Operators und OTCs

Germany.travel
als touristischer Content Hub
In **4** Sprachen

Mehr als
1.300
Partner-beteiligungen jährlich

Über
60 Mitglieder

Über
35 Social-Media-Kanäle
mit 5,8 Mio. Followern/Fans

Rund
150
Trade Events Im Jahr

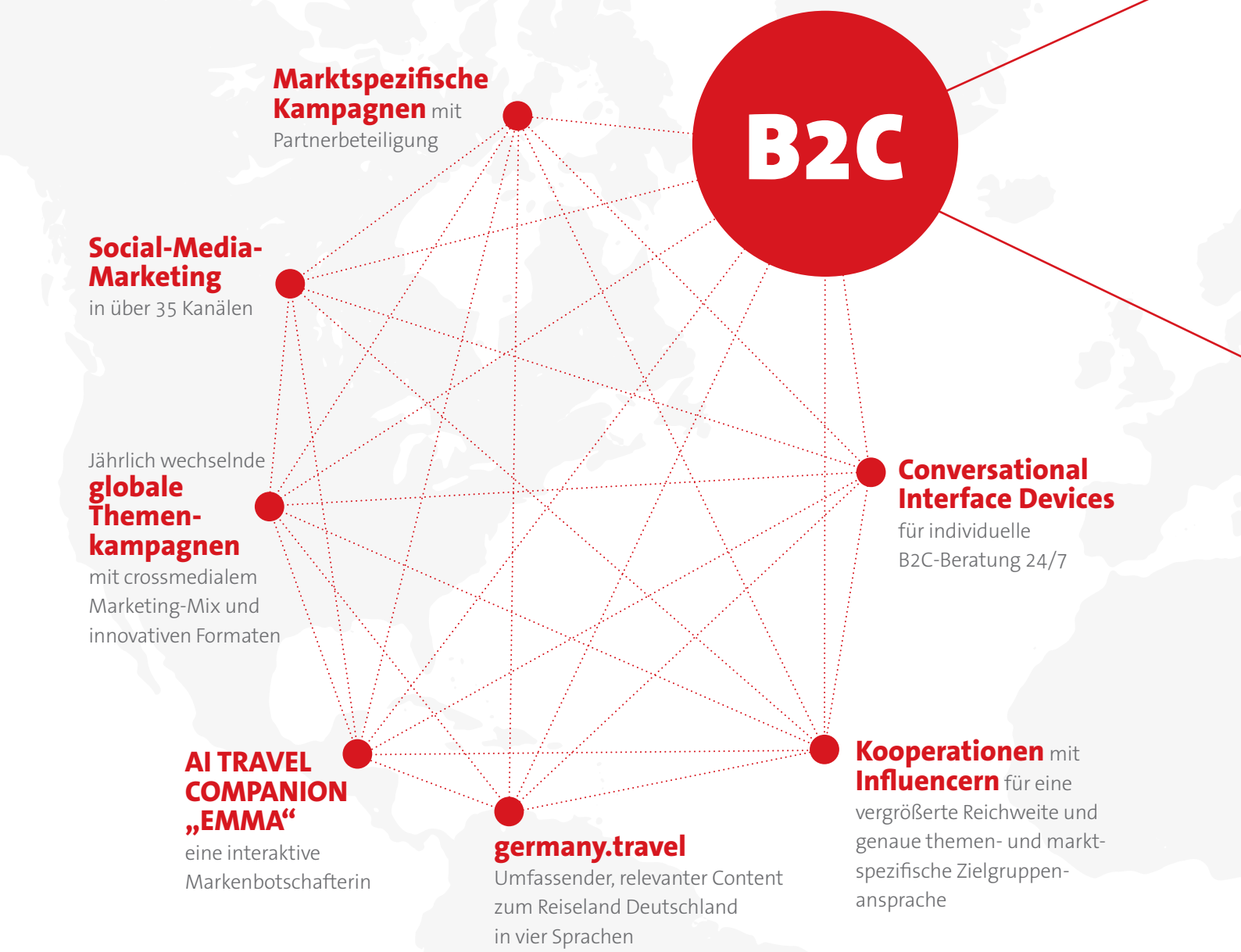
16
Förderer



Ihre Vorteile einer Mitgliedschaft bei der DZT

WELTWEIT KOMMUNIZIEREN

Präsentieren Sie sich und Ihre Angebote effektiv und professionell über die Kanäle der DZT.



Marktspezifische Kampagnen mit Partnerbeteiligung

Social-Media-Marketing in über 35 Kanälen

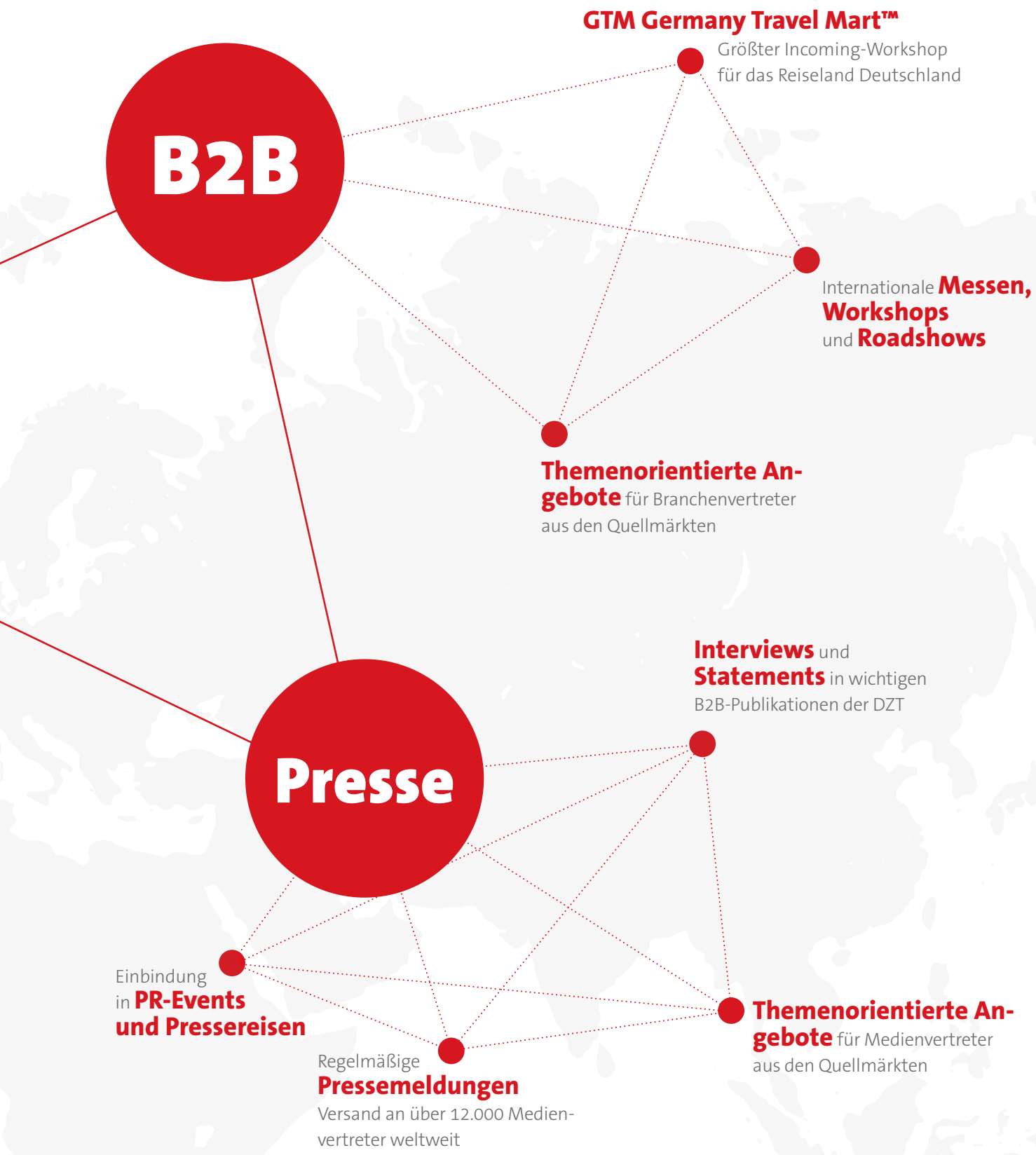
Jährlich wechselnde **globale Themen-kampagnen** mit crossmedialem Marketing-Mix und innovativen Formaten

Conversational Interface Devices für individuelle B2C-Beratung 24/7

AI TRAVEL COMPANION „EMMA“ eine interaktive Markenbotschafterin

germany.travel Umfassender, relevanter Content zum Reiseland Deutschland in vier Sprachen

Kooperationen mit **Influencern** für eine vergrößerte Reichweite und genaue themen- und markt-spezifische Zielgruppen-ansprache


B2B
GTM Germany Travel Mart™
Größter Incoming-Workshop
für das Reiseland Deutschland
Internationale Messen,
Workshops
und Roadshows
Themenorientierte An-
gebote für Branchenvertreter
aus den Quellmärkten
Presse
Interviews und
Statements in wichtigen
B2B-Publikationen der DZT
Einbindung
in PR-Events
und Pressereisen
Regelmäßige
Pressemeldungen
Versand an über 12.000 Medien-
vertreter weltweit
Themenorientierte An-
gebote für Medienvertreter
aus den Quellmärkten

Ihre Vorteile einer Mitgliedschaft bei der DZT

VOM BRANCHEN-NETZWERK PROFITIEREN

DZT Knowledge Days
Die jährlichen Knowledge Days stehen ganz im Fokus von Wissenstransfer und Networking. Gemeinsam mit interessanten Keynote Speakern werden aktuelle technologische Innovationen und ihr Einfluss auf den Tourismus diskutiert.

„Behind the scenes“ bei führenden Unternehmen
Durch die engen Beziehungen der DZT zu führenden Unternehmen erhalten Sie Einblicke in aktuelle Trends, z. B. im Marketing, bei Digitalisierung und Virtual/Augmented Reality.

Webinare
Interne und externe Experten informieren Sie über aktuelle Entwicklungen in den Märkten und neue Fachthemen.

Marketingausschuss
Als Mitglied des Gremiums beraten Sie den Vorstand der DZT in Grundsatzfragen des Marketings und der Kommunikationsstrategie.

Mitgliederversammlung
Tauschen Sie sich aus mit anderen Mitgliedern, beteiligen Sie sich an der stetigen Weiterentwicklung der Strategie zur Vermarktung des Reiselandes Deutschland und entscheiden Sie mit über die Aufnahme von neuen Förderern der DZT. Engagieren Sie sich in den Gremien der DZT.

Netzwerk der staatlichen Außenorganisationen
Erhalten Sie über die DZT Zugang zu den Außenorganisationen der Bundesrepublik Deutschland (Botschaften, Konsulate, Außenhandelskammern, Goethe-Institute, GTAI etc.).

Sustainable Tourism Day
Klimawandel, Energiekrise und ein verändertes geostrategisches Umfeld erfordern umfangreiche Anstrengungen aller Akteure, um den Tourismus nachhaltiger und damit zukunftssicher zu machen. Beim jährlichen Sustainable Tourism Day der DZT diskutieren Stakeholder, Mitglieder und Partner fachliche Anforderungen, präsentieren Lösungsansätze und erörtern Strategien für die Zukunft.

GERMANY
SIMPLY
INSPIRING

steht für

ACHTSAMEN UMGANG mit Ressourcen

QUALITÄTSTOURISMUS

SOZIALE VERANTWORTUNG

UMWELT- und
KLIMAFREUNDLICHE REISEANGEBOTE



MARKET INSIGHTS GEWINNEN



Weltweite Auslandsvertretungen

Die Mitarbeiter der rund 20 DZT-Standorte stehen Ihnen mit ihrer langjährigen Expertise für eine Beratung zur Verfügung.

Umfassende Marktinformationen

Mit den regelmäßig aktualisierten Marktinformationen der DZT erhalten Sie wichtige Grundlagen für ein professionelles marktspezifisches Marketing.

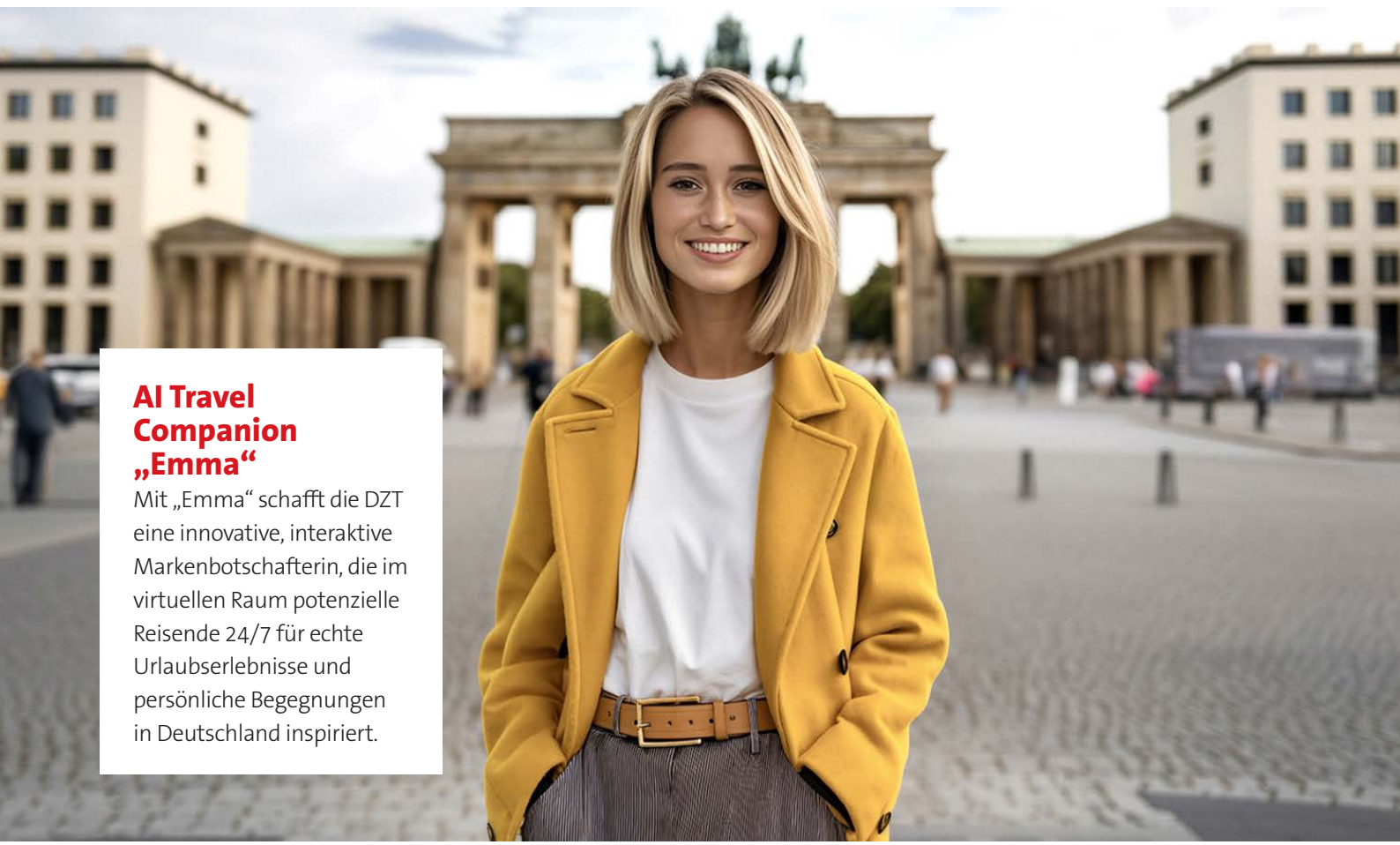
Internationale Studien

Die DZT wertet fortlaufend Daten zahlreicher internationaler Organisationen aus und arbeitet mit renommierten Marktforschungsunternehmen wie IPK International und Tourism Economics zusammen. Damit bekommen Sie fundierte Einblicke in aktuelle Marktentwicklungen.

DIGITAL NEXT STEPS

Mit einem strategischen Fokus auf Digitaltechnologie sichert die DZT die Konkurrenzfähigkeit des Reiselandes Deutschland im internationalen Wettbewerb. Denn digitale Touchpoints säumen die gesamte Customer Journey – von der Inspiration via Virtual Reality über Reiseplanung mit Hilfe von Conversational Interfaces bis zur realtime Besucherlenkung zur Vermeidung von Peaks in Hochsaisonzeiten. Die DZT setzt als Early Adopter konsequent auf den Einsatz neuer Technologien und gewährleistet einen kontinuierlichen Zufluss von Know-how und kurze Reaktionszeiten auf technologische Entwicklungen in einem volatilen Marktumfeld.

Profitieren Sie von dem Knowhow und der Expertise der DZT.



AI Travel Companion „Emma“

Mit „Emma“ schafft die DZT eine innovative, interaktive Markenbotschafterin, die im virtuellen Raum potenzielle Reisende 24/7 für echte Urlaubserlebnisse und persönliche Begegnungen in Deutschland inspiriert.



Virtual- und Mixed Reality

Für eine wirkungsvolle und authentische Inspiration setzt die DZT verstärkt auf Virtual- und Mixed-Reality-Apps, die potenziellen Reisenden einen Rundumeinblick in das Reiseland Deutschland vermitteln.

Open Data/Knowledge-Graph

Mit den offenen touristischen Daten des DZT Knowledge Graphen können Partner kostenlos relevante Informationen abrufen. Ziel ist es, neue Geschäftsmodelle zu initiieren und die Reichweite des touristischen Contents zu vergrößern.





Nachhaltigkeitsinitiativen

Seit mehr als zehn Jahren verfolgt die DZT eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie. Im Einklang mit den Zielsetzungen der Bundesregierung fördert sie einen zukunftsgerichteten Tourismus in einer ausgewogenen Balance aus Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung.

Zu den wichtigsten Maßnahmen gehören:

- **Kampagnenfokus auf Nachhaltigkeit**
- **„Reisen für Alle“**
- **Leitveranstaltungen**
- **EMAS- und Green Globe Zertifizierung**
- **Nachhaltigkeits-Dashboard**
- **Sustainable Development Goals** als Leitlinien für alle Aktivitäten

Business Intelligence

DZT-DATA-DASHBOARDS

Die DZT prüft, analysiert und verknüpft Daten, erkennt frühe Signale und teilt diese über ihre Kommunikationskanäle mit ihren Partnern und den Unternehmen der deutschen Tourismusbranche. Dabei setzt sie auf Marktforschungsquellen, welche helfen, Touristen in den relevanten Quellmärkten noch besser zu verstehen. Die Nähe zum Markt gewährleistet sie durch die Analyse und Verdichtung digital erhobener Datenquellen mit hoher Fallzahl und kurzer Lead-Time.

Exklusiv für Mitglieder stellt die DZT mit ihren Dashboards relevante Daten mit hoher Zeitnähe zum Markt zur Verfügung. Damit ermöglicht das innovative Marktforschungstool ein schnelles Monitoring von Marktbewegungen und genaue Prognosen für künftige Marktentwicklungen. Derzeit bietet die DZT drei Dashboards mit unterschiedlichen thematischen Ausrichtungen an.



Data-Dashboard „Inbound Travel Trends to Germany“



Das Data-Dashboard „Inbound Travel Trends to Germany“ ermöglicht einen effizienten und schnellen Überblick über relevante inbound-bezogene Datenquellen mit Daten zu

- Flug- und erdgebundenen Ankünften
- Verkauf von Bahntickets und anderen touristischen Ausgaben
- Hotelbelegung und Preisen
- Übernachtungen nach Reisegebieten
- Reiseverhalten

Data-Dashboard „Sustainable Travel Trends to Germany“



Das Data-Dashboard „Sustainable Travel Trends to Germany“ unterstützt Nutzer mit detaillierten Informationen unter den drei Gesichtspunkten

- die generelle Einstellung von Konsumenten zu den Aspekten Kultur, Klimaschutz und Interesse an nachhaltigen Reisen
- die Wahrnehmung Deutschlands als nachhaltige Destination und seine Positionierung im europäischen Wettbewerb
- das tatsächliche Reiseverhalten unter Nachhaltigkeitsaspekten

Data-Dashboard „Business Travel Trends to Germany“



Das Data-Dashboard Business Travel Trends to Germany beleuchtet Geschäftsreisen nach Deutschland unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten. Dabei werden die wirtschaftlichen Themen

- Ankünfte
- Ausgaben

zu diesen Nachhaltigkeitsaspekten in Beziehung gesetzt:

- Saisonalität
- Multidestination Reisen
- Aufenthaltsdauer

Stimmen unserer Mitglieder

„WAS SCHÄTZEN SIE AN DER ZUSAMMENARBEIT MIT DER DZT?“

FLUGHAFEN DÜSSELDORF GMBH

„Als größter Flughafen Nordrhein-Westfalens sind wir das Eingangstor zur Rhein-Ruhr-Metropolregion. Wir sind froh, mit der Deutschen Zentrale für Tourismus einen starken Partner an der Seite zu haben, mit dessen Unterstützung wir unser Potential und den Incoming-Verkehr noch besser erschließen können.“



LARS REDELIGX
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Flughafen Düsseldorf GmbH

Bis zu 160 Flugziele sind ab Düsseldorf nonstop zu erreichen – und insbesondere der Zielverkehr aus den Golfstaaten sowie aus den europäischen Volumenmärkten Italien, Spanien, Großbritannien und Skandinavien und damit auch die internationale Bewerbung des Reiseziels Deutschland beziehungsweise speziell Nordrhein-Westfalens wird dabei immer wichtiger für uns.



STEFANIE BERK
Vorständin Marketing und Vertrieb
DB Fernverkehr AG

DB FERNVERKEHR AG

„Mit einem starken internationalen Partnernetzwerk, zu dem unter anderem Auslandsbahnen, Agenturen und Onlineplattformen gehören, setzt die Deutsche Bahn auf maßgeschneiderte Vertriebs- und Marketingstrategien für Auslandskunden.“

Gemeinsam mit der DZT entwickeln wir nicht nur ein schlagkräftiges B2B-Netzwerk, sondern stärken auch B2C-Kampagnen. So entstehen natürliche Synergien bei Themen wie nachhaltigem Reisen, einer durchgängigen Customer Experience und der effizienten Bündelung von Marketingressourcen.



OLIVER BONKE
Chief Executive Officer (CEO) von H World International und Geschäftsführer der Steigenberger Hotels GmbH

H WORLD INTERNATIONAL

„Mit der Deutschen Zentrale für Tourismus verbindet H World International inzwischen eine langjährige und freundschaftliche Partnerschaft."

Die DZT unterstützt uns kreativ und höchst professionell, denkt erfolgreich unsere Anliegen mit und kommt proaktiv mit interessanten Themen auf uns zu. Wir freuen uns, mit den Kolleginnen und Kollegen der DZT ein starkes Team an der Seite zu haben.

DEUTSCHE LUFTHANSA AG

„Gemeinsam für eine nachhaltige Destination Deutschland."

Wir schätzen die Zusammenarbeit mit der DZT sehr, da uns das gemeinsame Ziel verbindet, Reisen nachhaltiger und die Zukunft der Mobilität verantwortungsvoller zu gestalten. Diese Partnerschaft ist Bereicherung und Ansporn zugleich, neue Wege zu gehen, um Deutschland als nachhaltige Destination zu positionieren und damit zukunftsfähig zu sein. Wir verbinden Menschen, Kulturen und Volkswirtschaften und möchten mit unserer Partnerschaft einen Beitrag zur länderübergreifenden Zusammenarbeit leisten. Das globale Netzwerk der DZT als auch der Lufthansa Gruppe hat enormes Potential das Reiseland Deutschland weiter deutlich zu stärken.



JOHANNES WALTER
Vice President Area Management Home Markets and Global B2B Servicing – Lufthansa Group



MONIKA REULE
Geschäftsführerin
Deutsches Weininstitut GmbH

DEUTSCHES WEININSTITUT GMBH

„Im siebzehnten Jahr unserer DZT-Mitgliedschaft können wir auf zahlreiche gelungene Aktionen zurückblicken, in denen wir gemeinsam die touristischen Vorzüge und Besonderheiten des Weinlandes Deutschland weltweit erfolgreich beworben haben."

Dank des großen internationalen Netzwerks der DZT-Agenturen konnten wir neue Zielgruppen ansprechen, und dies auch über die 14 Auslandsmärkte hinaus, in denen wir bereits mit eigenen Vertretungen aktiv sind. Wir sehen in der Zusammenarbeit mit der DZT ein großes Synergiepotenzial, um noch mehr Gäste aus dem Ausland zum Besuch unserer 13 Weinbaugebiete zu motivieren.



MICHAEL MACK
Geschäftsführender Gesellschafter
Europa-Park

EUROPA-PARK GMBH & CO MACK KG

„Die Deutsche Zentrale für Tourismus ist für uns ein unverzichtbarer strategischer Partner im Incoming-Tourismus. Die hohe Expertise, das Insiderwissen sowie partnerschaftliche Miteinander schaffen eine ideale Grundlage für die Zusammenarbeit.“

Besonders wertvoll sind für uns die bereitgestellten Marktanalysen und Daten. Die Möglichkeit, uns mit anderen Mitgliedern zu vernetzen ist sehr bereichernd. Gemeinsam abgestimmte Marketingmaßnahmen ermöglichen es uns, den besonderen Standort des Europa-Park Erlebnis-Resorts im Dreiländereck sowie die innovativen Projekte der MACK One optimal zu positionieren und international hervorzuheben.

VALUE RETAIL MANAGEMENT GERMANY GMBH

„Wir wertschätzen die langjährige Partnerschaft mit der DZT, die für uns einen wichtigen Anker in der internationalen Vermarktung von Ingolstadt Village und Wertheim Village darstellt.“

Die innerdeutschen Reiseziele, Attraktionen und vielfältigen Möglichkeiten werden durch die Vermarktung der DZT im Ausland sichtbarer. Dieses Miteinander und gemeinsame Auftreten in den internationalen Märkten erleichtert uns, die Destination Deutschland gemeinsam als wertvolles Reiseziel attraktiver zu machen. Im Bereich Retail unterstützt uns die DZT, die richtigen Partner zu finden, um langfristige sowie nachhaltige Partnerschaften einzugehen. Durch das bestehende und hervorragende Netzwerk können und werden Synergien geschaffen, die das Reiseland Deutschland touristisch hervorhebt und in den internationalen Märkten die Bedeutung erhöht.



SANJIV SINGH
Managing Director Value Retail Management Germany GmbH



REGINE SIXT
Senior Executive Vice President
SIXT International, SIXT SE

SIXT SE

„Die DZT steht für die geballte Exzellenz der deutschen Tourismuswirtschaft und repräsentiert die einzigartige touristische Vielfalt Deutschlands – wie keine andere Institution in der Welt!“

Ich bin stolz, seit vielen Jahren Mitglied des Verwaltungsrats der Deutschen Zentrale für Tourismus sein zu dürfen und damit meinen Beitrag zum Ansehen des Reiselands Deutschland in der Welt zu leisten.



Bildnachweise: S. 2 Unsplash/Pavel Nekoranec; **S. 11** DZT/Jens Jeske; **S. 12** DZT/KI-generiert; **S. 13 oben** DZT/Jens Jeske; **S. 13 mittig** Adobe-Stock/Farknot Architect; **S. 14** Andrey Popov; **S. 19** DZT/Francesco Carovillano
Portraits: Petra Hedorfer (S. 4) DZT/Farideh Diehl; **Lars Redeligx** (S. 16) www.henning-photographie.de; **Stefanie Berk** (S. 16) Patrick Kuschfeld; **Oliver Bonke** (S. 17) Jana Kay; **Johannes Walter** (S. 17) Beat Baschung; **Monika Reule** (S. 17) DWI; **Michael Mack** (S. 18) Baschi Bender; **Sanjiv Singh** (S. 18) Brauer-Photos/G.Nitschke

Druck: Burger Druck GmbH, www.burger-druck.de

Deutschland
Das Reiseland

Herausgeber:

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main

www.germany.travel

Gefördert durch:

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Stand Februar 2025

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT)
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 974640
kooperationsmanagement@germany.travel
www.germany.travel