

## PRESS KIT

### #WanderlustGermany



## Presseinformation

### **Marketingkampagne**

## **#WanderlustGermany macht Lust auf das Natur- und Aktivreiseziel Deutschland**

### ***Weltweit wachsendes Interesse an naturnaher Erholung und Aktivurlaub – Kampagne thematisiert vielfältiges Angebot im Reiseland Deutschland***

Frankfurt am Main, August 2020. Nach dem Stillstand des globalen Tourismus durch den Ausbruch der Corona-Pandemie schätzen Kunden in der aktuellen Lockerungsphase das Corona-Risiko bei Autoreisen, naturorientiertem Urlaub und individuellen Urlaubsformen als besonders niedrig ein. Das belegt eine Umfrage von IPK International unter Auslandsreisenden in 18 Quellmärkten für den deutschen Incoming-Tourismus.

Dieser aktuellen Entwicklung entsprechend hat die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) die Marketingkampagne ‚#WanderlustGermany‘ kreiert. Sie wirbt vor allem in den Nachbarländern um Natur- und Aktivreisende mit den Schwerpunkten Radfahren und Wandern.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erklärt dazu: „#WanderlustGermany thematisiert ein vielfältiges Produktangebot, mit dem wir unsere Kunden auch in der aktuellen Situation für das Reiseland Deutschland begeistern können. Mit durchdachten Hygiene- und Sicherheitskonzepten und erstklassigem Service laden wir die Gäste ein, sich jetzt auf den Weg zu machen und Überraschendes zu entdecken. Ein essenzieller Bestandteil der Qualitätsprodukte, die wir präsentieren, ist das starke Engagement vieler Akteure im Deutschlandtourismus. Der Deutsche Wanderverband als langjähriger Partner der DZT und zahlreiche ehrenamtliche Helfer in den Regionen investieren gemeinsam mit den touristischen Partnern in der Region viel Zeit und Energie, um das Wegenetz instand zu halten, auszubauen und so neue Reiseerlebnisse zu ermöglichen.“

Die Kampagne wendet sich an sportlich erfahrene Wanderer und Radfahrer, bei denen die Aktivität im Vordergrund steht, an Familien, die Freizeit in der Natur verbringen und etwas erleben wollen sowie an Genießer, die Aktivität in der Natur mit Kulinarik verbinden.

Durch den fokussierten Einsatz digitaler Kommunikationsmaßnahmen und Events in Nahmärkten mit großem Potenzial setzt die Kampagne auf gezielte Impulse für den Neustart des Incoming-Tourismus für Deutschland.

Gefördert durch:



„Deutschland genießt international eine ausgezeichnete Reputation als Naturreiseziel und als Reiseland mit umfangreichen nachhaltigen Angeboten. Zugleich erhalten wir im internationalen Vergleich Bestnoten als sicheres Reiseziel unter dem Gesichtspunkt ‚Corona-Risiko‘. Mit gezielten Marketingmaßnahmen stellen wir uns auf die Gästebedürfnisse ein und präsentieren die vielfältigen Möglichkeiten außergewöhnlicher Reiseerlebnisse für Natur- und Aktivurlauber“, führt Petra Hedorfer weiter aus.

### Über die DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Sie vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. Die DZT entwickelt und kommuniziert Strategien und Produkte, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland weiter auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern. Dazu unterhält sie weltweit 31 Ländervertretungen. Nähere Informationen finden Sie in unserem Online-Pressecenter unter [www.germany.travel/presse](http://www.germany.travel/presse).