

## Presse-Information

### **250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven 2020**

### **Kick off zur DZT-Kampagne „Discover Beethoven“**

Frankfurt am Main, 16. Dezember 2019 – Pünktlich zum Beginn des Jubiläumsjahres zum 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven startet die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ihre weltweite Themenkampagne „Discover Beethoven“.

„Mit 21,8 Millionen Kulturreisenden sind wir das Kulturreiseziel Nummer 1 der Europäer“, erklärt dazu Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT. „Um die hervorragende Position des Musiklandes Deutschland zu stärken, setzen wir mit der Beethoven-Kampagne weitere digitale Schwerpunkte. Über die zentralen Points of interest in der Bonner Region hinaus werden wir deutschlandweite Aktivitäten in der Kampagne abbilden, um die Nachfrage für kulturtouristische Angebote generell und insbesondere das Basisthema ‚Musikland Deutschland‘ zu stärken.“

Mit Blick auf das Jubiläum hat Lonely Planet Beethovens Geburtsstadt Bonn auf Platz 5 der Städte weltweit, die man 2020 besuchen sollte, gesetzt.

### **Kooperation mit Beethoven Jubiläums Gesellschaft**

Zur gemeinsamen Vermarktung des Jubiläums im Ausland hat die DZT einen Kooperationsvertrag mit der Beethoven Jubiläums Gesellschaft mbH geschlossen. Die Tochtergesellschaft der Stiftung Beethoven Haus hat den Auftrag, das Jubiläumsjahr als Ereignis mit internationaler Strahlkraft in regionaler Verankerung zu gestalten, zu fördern und zu koordinieren. Durch die Einbeziehung der internationalen DZT-Netzwerke soll das Großevent international noch effizienter vermarktet und neue Märkte erschlossen werden.



### **Chancen in potenzialstarken Quellmärkten nutzen**

Im Rahmen der Themenkampagne platziert die DZT relevanten Content weltweit in über 50 Märkten. Dazu kommen vertiefende Aktivitäten in definierten Schwerpunktmärkten: so werden in den USA, China und Japan bereits zu Beginn des Themenjahres 2020 B2B-Events realisiert, außerdem eine Presse-Highlightreise zum Eröffnungskonzert am 16. Dezember 2019 in Bonn. Weitere B2B-Events und Presse-Highlightreisen setzt die DZT in europäischen TOP-Märkten für den deutschen Incoming-Tourismus im Laufe des Jahres um.

### **Klassisches Erbe modern interpretieren**

In allen Quellmärkten setzt die DZT auf moderne digitale Kommunikationsformen, um das klassische Erbe Beethovens zeitgemäß zu inszenieren. So bietet eine Virtual Reality-Anwendung internationalen Gästen bei DZT-Events die einzigartige Chance, mit Beethoven live am Piano Auszüge aus der 9. Sinfonie vierhändig zu „spielen“. Außerdem gibt es eine Augmented Reality-Anwendung, bei der man „Live-Fotos“ mit Beethoven produzieren kann. Eine Microsite in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Chinesisch und Japanisch bündelt Informationen zum Jubiläum und den kulturtouristischen Angeboten. Außerdem veranstaltet die DZT weltweit Social Media-Kampagnen und Influencer-Reisen. Mit dem internationalen Medienpartner CNN werden fünf Filme in der Reihe „Great Big Story“ produziert und im weltweiten Turner-Netzwerk ausgespielt.

Ableitend aus Markt- und Benchmarkanalysen entwickelt die DZT pro Jahr mehr als 200 Kampagnen zur Bewerbung des Markenkerns des Reiselandes Deutschland. Jährliche Highlight-Themen, die event- oder anlassbezogen sind und auf bisher weniger bekannte Facetten des Reiselandes Deutschland aufmerksam machen, ergänzen die Markenkommunikation.

### **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-Pressescenter unter [www.germany.travel/presse](http://www.germany.travel/presse).

Gefördert durch:

