

## Persmededeling

### Gerichte communicatie

## DZT vergroot naambekendheid met de nieuwe campagne

### #GermanySimplyInspiring

Onder het motto *Germany simply inspiring* lanceert de Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) een aanvullende communicatiecampagne. Die loopt tot het einde van dit jaar, met reclame op de website van de DZT en op sociale media wereldwijd. Je vindt er nog meer tips voor reisaanbiedingen, evenementen en toeristische bezienswaardigheden in de zestien deelstaten.

De DZT lanceert de campagne in nauwe samenwerking met de regionale marketingbureaus. Het doel is om de vraag naar vakanties in Duitsland een nieuwe impuls te geven.

Petra Hedorfer, voorzitter van het bestuur van de DZT: "Duitsland is als vakantiebestemming een uitstekend merk op de internationale markt. In 2016 waren de algemene omstandigheden voor buitenlandse bezoekers ongunstig. Dat lag deels aan economische factoren, zoals de brexit en economische crisissen in gebieden met veel potentiële klanten. Maar er waren ook veiligheidsoverwegingen, met voornamelijk de angst voor terreuraanslagen. Al die factoren zullen de markt ook in 2017 blijven beïnvloeden. Daarom willen we met interessante reistips duidelijk maken dat Duitsland nog steeds een aantrekkelijke reisbestemming is. Zo creëren we voor onze toekomstige bezoekers altijd weer nieuwe mogelijkheden."

De overkoepelende campagne *Inspiration is here* vestigt de aandacht op de grote veelzijdigheid van Duitsland als reisbestemming. Dat gebeurt onder andere via uiteenlopende themafilmpjes, en via posts en aankondigingen op de sociale media. Verscheidene thema's komen aan bod: "eten en drinken", "paleizen, kastelen, parken en tuinen", "muziek en voorstellingen" en "tradities en gebruiken". De onderwerpen worden authentiek ingevuld, met echte mensen en gebeurtenissen. Inspirerend! De boodschap van de campagne luidt dan ook: *Germany simply inspiring*.



De wereldwijde campagne in het tweede en derde kwartaal van 2017 moet zo veel mogelijk mensen bereiken. Daarvoor worden twee grote media-acties ingezet. Er wordt in de eerste plaats gemikt op de top tien van buitenlandse bezoekers in Duitsland: Nederland, Zwitserland, Verenigde Staten, Verenigd Koninkrijk, Oostenrijk, Italië, Frankrijk, Denemarken, België en Spanje.

Door gebruik te maken van uiteenlopende media is ook het aanbod erg gevarieerd: themafilmpjes op Facebook en Instagram, *image videos* op Facebook en YouTube, thematische *canvas ads* en *carousel ads*.

Dat gebeurt in samenwerking met de transport- en horecasector, die reclameboodschappen plaatsen. Zo wordt een sterkere campagne gecreëerd, met een grotere *call to action* en een hogere meerwaarde voor de eindgebruiker.

## Wat is de DZT?

De Deutsche Zentrale für Tourismus is de nationale toeristische dienst van Duitsland. De hoofdzetel ligt in Frankfurt am Main. De DZT promoot Duitsland als reisbestemming, in opdracht van het Bondsministerie van Economie en Energie. Het initiatief wordt dan ook gesteund door een besluit van de Duitse Bondsdag. De DZT bedenkt en verspreidt strategieën en producten om het positieve imago van Duitsland als reisbestemming verder uit te bouwen in het buitenland en het toerisme te bevorderen. Om dat te doen heeft ze overeenkomsten gesloten met 32 landen wereldwijd. Meer informatie vindt u in ons online-perscentrum op de website [www.germany.travel/presse](http://www.germany.travel/presse).

