

## **Weltweite Aktivitäten der DZT im Vorfeld der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™**

### **Deutschland freut sich auf fußballbegeisterte Gäste**

Frankfurt am Main / Berlin, 21. September 2004 - Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), präsentiert beim heutigen BTW-Gipfel in Berlin die zahlreichen Marketing- und Vertriebsmaßnahmen, mit denen die DZT das Reiseland Deutschland bereits im Vorfeld der FIFA WM 2006™ bewirbt und zu Reisen nach Deutschland animiert. "Wir präsentieren Deutschland als fußballbegeistertes und herzliches Gastgeberland für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006□, aber auch als hochkarätiges Kunst- und Kulturland sowie als facettenreiche Destination für Aktivurlauber", so die DZT-Chefin.

Auf Basis des Aktionsplans, den die DZT mit dem Organisationskomitee Deutschland FIFA WM 2006□ vereinbart hat, ist das Thema Fußball-WM schon jetzt in alle Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen über die weltweit 29 Vertretungen der DZT integriert.

Zentrales Werbemittel ist dabei die Basisbroschüre zur FIFA WM 2006□. Sie präsentiert die zwölf Gastgeber-Städte und -Regionen mit ihren Kunst- und Kulturangeboten sowie mit ihrer touristischen Infrastruktur und enthält Informationen zu den Stadien und den WM-Spielplan. Die DZT publiziert die Broschüre bereits Ende Oktober 2004, um schon im Vorfeld der WM fußballbegeisterte Reisende aus aller Welt auf die touristischen Attraktionen in den Gastgeber-Städten aufmerksam zu machen. Die Broschüre erscheint auf Deutsch, Englisch, Niederländisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Portugiesisch, Dänisch, Schwedisch und Japanisch.

Ein weiteres wichtiges Instrument zur touristischen Information über das Sport-Event bildet die globale Internetpräsenz der DZT mit 25 marktspezifischen Web-Auftritten in 21 Sprachen. Ein eigener Bereich zur FIFA WM Deutschland 2006□ auf der DZT-Website [www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de) gibt seit März diesen Jahres touristische Informationen zu den zwölf Gastgeberstädten und allgemeine Tipps zum Reiseland Deutschland sowie zum kulturellen Rahmenprogramm im Vorfeld der FIFA WM 2006□. Fußball-Fans finden in diesem Bereich schon jetzt aktuelle pauschale Reiseangebote in einer Datenbank. Die mehr als 150 Angebote sind über die englischsprachige Website [www.germany-tourism.de](http://www.germany-tourism.de) auch für Interessierte aus aller Welt zugänglich: von Kultur-Packages über Stadt-Erlebnisse bis hin zu Arrangements, bei denen der Fußball zum Beispiel mit Besuchen von Bundesligaspielen im Mittelpunkt steht.

Zum Maßnahmenpaket der DZT gehört auch die Kontaktpflege zu Reiseveranstaltern weltweit, um Angebote des WM-Gastgeberlandes in deren Programmen zu platzieren. Bei allen DZT-Messen und -Workshops integrieren die Deutschland-Vermarkter zudem das Thema mit einer "Corner FIFA WM 2006□" am Deutschlandstand in ihren Auftritt.

Weitere Aktivitäten sind Studienreisen der DZT unter dem Motto "FIFA WM 2006□" für Journalisten und Reiseprofis aus allen Märkten. So führte bereits im Anschluss an den Germany Travel Mart 2004 eine Post Convention Tour zu den WM-Städten Hamburg, Hannover, Leipzig und Berlin. 2005 gibt es eine Fortsetzung in die Rhein-Ruhr Region mit den Stadien in Köln, Dortmund und Gelsenkirchen. Darüber hinaus verlinkt die Marketingorganisation das Fußball-Thema mit allen ihren großen Marketing-Themen, um weitere Zielgruppen für die WM zu begeistern: Im Rahmen ihrer Aktivitäten zu den Themenjahren 2004 "Musikland Deutschland" und "Faszination Wasser" sowie den Schwerpunktthemen für 2005 "Lebendige Städte" und "Familienurlaub" macht die DZT ebenso auf das kommende Groß-Event aufmerksam wie in ihrer Publikation zur Basiskampagne "Camping und Caravanning".

Weltweit vielfältige PR-Sondermaßnahmen ergänzen diese Aktivitäten ebenso wie die Produktion eines E-Book zur FIFA WM 2006□, das in zwölf Sprachversionen erscheinen wird - darunter auch auf Chinesisch und Japanisch. Die DZT vertreibt die virtuelle Broschüre über ihre Vertriebsstellen im Ausland sowie über die Botschaften und Goethe-Institute weltweit. Ein weiterer Service der DZT ist die Bereitstellung aktueller Bilder der zwölf WM-Städte in der DZT-Bilddatenbank unter [www.deutschland-motive.de](http://www.deutschland-motive.de).

Den Maßnahmenkatalog der DZT zur touristischen Bewerbung des WM-Gastgeberlandes komplettiert die Kooperation mit allen Partnern im Deutschland-Tourismus. Die Zusammenarbeit umfasst die Verlinkung von Aktivitäten mit den Bundesländern: Beispielsweise bietet Nordrhein-Westfalen einen speziellen Internet-Auftritt zur FIFA WM 2006™ in Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch mit einer zentralen Online-Suchmaschine für Unterkünfte, und das Bundesland Bayern offeriert unter dem Motto "...die Südkurve Deutschlands" buchbare Angebote zum Thema Fußball.