



Presse-Hintergrund zur Presse-Information „Deutsche Zentrale für Tourismus präsentiert die TOP 100-Ziele ausländischer Gäste“

Platz	
1	Miniatur Wunderland Hamburg
2	Europa-Park Rust
3	Schloss Neuschwanstein
4	Phantasieland Brühl
5	Rothenburg ob der Tauber
6	Romantische Straße
7	Dresden
8	Berlin
9	Nationalpark Schwarzwald
10	Kriminalmuseum Rothenburg ob der Tauber
11	Insel Rügen
12	Bodensee mit Insel Mainau und UNESCO-Welterbe Klosterinsel Reichenau
13	Nationalpark Berchtesgaden
14	München
15	Nationalpark Sächsische Schweiz
16	Moseltal
17	Hamburg
18	Schloss Heidelberg
19	UNESCO-Welterbe Kölner Dom
20	Nationalpark Harz
21	Reiterlesmarkt in Rothenburg ob der Tauber
22	Christkindlesmarkt in Nürnberg
23	UNESCO-Welterbe Altstadt von Bamberg
24	Zugspitze
25	Deutsche Alpenstraße
26	Nationalpark Eifel
27	Insel Sylt
28	Christkindlmarkt in München
29	Freiburg
30	Burg Eltz
31	UNESCO-Welterbe Hansestadt Lübeck

Gefördert durch:



32	Bremen
33	Wernigerode
34	Insel Helgoland
35	UNESCO-Welterbe Schlösser und Parks von Potsdam und Berlin
36	Nürnberg
37	Freizeitpark Ravensburger Spieleland
38	UNESCO-Welterbe Altstadt von Regensburg mit Stadtamhof
39	Drosselgasse, Seilbahn, Niederwalddenkmal und Weinberge von Rudesheim
40	Reichsburg Cochem
41	Loreley im UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal
42	UNESCO-Welterbe Aachener Dom
43	Burg Hohenzollern
44	Deutsche Märchenstraße
45	UNESCO-Welterbe Stiftskirche, Schloss und Altstadt von Quedlinburg
46	Erlebniswelt Haus Meissen
47	Therme Erding
48	Schloss Linderhof
49	UNESCO-Welterbe Würzburger Residenz und Hofgarten
50	UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald
51	UNESCO-Welterbe Römische Baudenkmäler, Dom und Liebfrauenkirche in Trier
52	Kehlsteinhaus
53	Deutschland Resort Günzburg
54	Sauerland
55	Schloss Herrenchiemsee
56	Deutsches Spionagemuseum
57	Karls Erlebnisdorf Rövershagen
58	UNESCO-Welterbe Klassisches Weimar
59	UNESCO-Welterbe Speyerer Dom
60	UNESCO-Welterbe Wattenmeer
61	Königssee
62	Nationalpark Müritz
63	Münchner Tierpark Hellabrunn
64	UNESCO-Welterbe Bauhaus und seine Stätten in Weimar, Dessau und Bernau
65	Bayern
66	Bernkastel-Kues

Gefördert durch:

67	UNESCO-Welterbe Museumsinsel Berlin
68	Schloss und Park Schwerin
69	Zwinger Dresden
70	UNESCO-Welterbe Speicherstadt und Kontorhausviertel mit Chilehaus, Hamburg
71	Tiergarten Berlin
72	UNESCO-Welterbe Bergwerk Rammelsberg, die Altstadt von Goslar und die Oberharzer Wasserwirtschaft
73	Heidelberg
74	Schokoladenmarkt ChocoArt in Tübingen
75	Erfurt
76	Klimahaus 8° Ost Bremerhaven
77	Mainz
78	Monschau
79	Nationalpark Bayerischer Wald
80	Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge
81	Saarschleife
82	UNESCO-Welterbe Wallfahrtskirche „Die Wies“
83	Weihnachtsmarkt in Rotenburg a. d. Fulda
84	Weihnachtsmarkt am Charlottenburger Schloss in Berlin
85	Beilstein
86	Schloss Sayn
87	UNESCO-Welterbe Wartburg
88	Weihnachtsmarkt in Bernkastel-Kues
89	Wuppertal
90	August-Horch-Museum
91	Autostadt Wolfsburg
92	Brandenburger Tor
93	Garmisch Partenkirchen
94	Trier
95	Bastei
96	Elbphilharmonie
97	Weihnachtszauber auf dem Gendarmenmarkt in Berlin
98	Baden-Baden
99	Celle
100	Görlitz

Über die DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands. Sie vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. In enger Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus dem Deutschlandtourismus, Verbänden und Wirtschaftsunternehmen entwickelt die DZT Strategien und Marketingkampagnen, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern.

Den Herausforderungen durch die Covid 19-Pandemie begegnet die DZT mit einer dreigliedrigen Recovery-Strategie:

- Steigerung der Brand Awareness und Schärfung des Markenprofils des Reiselandes Deutschland
- Relationship-Management und Knowhow-Transfer zur Unterstützung der mittelständisch geprägten Reisewirtschaft sowie
- zielgerichtete Marktforschung und Analyse des Corona-Impacts als Grundlage für evidenzbasiertes Handeln.

Die DZT hat während des Lockdowns durch antizyklisches Marketing den Dialog mit Kunden aufrechterhalten, veränderte Präferenzen in die Kommunikation aufgenommen und somit Empathie und Inspiration vermittelt.

Schwerpunkthemen Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Die DZT fördert einen zukunftsgerichteten und nachhaltigen Tourismus in Einklang mit der Zielsetzung der Bundesregierung. Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsthemen stehen dabei im Fokus. Die DZT ist Schrittmacher bei der Implementierung immersiver Technologien (Virtual, Augmented und Mixed Reality), bei der Nutzung von Conversational Interfaces (z.B. Sprachassistenten) und Anwendungen künstlicher Intelligenz (KI), beispielsweise in Chatbots. Um die Sichtbarkeit touristischer Angebote auf KI-gestützten Vermarktungsplattformen zu sichern, koordiniert die DZT das gemeinsame Open Data-Projekt der deutschen Tourismuswirtschaft zur Entwicklung eines Knowledge Graphen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist seit über einer Dekade ein zentrales Querschnittsthema und wird in allen Unternehmensbereichen strategisch ressortübergreifend bearbeitet. Dabei verfolgt die Organisation eine Drei-Säulen-Strategie, die den externen Wissenstransfer und einen begleitenden Kommunikationsansatz mit einer organisationsinternen Nachhaltigkeitsinitiative koppelt. Die DZT besetzt das Zukunftsthema eines verantwortungsbewussten Tourismus, indem sie das Reiseland Deutschland im internationalen Wettbewerb als Reiseziel mit nachhaltigen und inklusiven Angeboten positioniert. Mit dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie hat sich der Wertewandel zu mehr sozioökologischer Verantwortung im internationalen Reiseverhalten verstärkt.

Die DZT unterhält weltweit 27 Ländervertretungen, die über 40 Märkte bearbeiten. In der Zentrale der DZT in Frankfurt am Main sind unter anderem die strategischen Bereiche Business Intelligence, Markenkommunikation für das Reiseland Deutschland und Business Development angesiedelt.