

Presse-Information

45. Germany Travel Mart™ der DZT

GTM der DZT in Wiesbaden: starker Auftritt für deutsche Reiseindustrie

Frankfurt am Main/Wiesbaden, 15. Mai 2019 – Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) konnte mit dem 45. Germany Travel Mart™ (GTM) der Erfolgsgeschichte des wichtigsten Vertriebsereignisses für den deutschen Incoming-Tourismus ein weiteres Kapitel hinzufügen.

Zum Abschluss des zweitägigen Workshops ermittelte die DZT mit einer On-Site-Befragung den Erfolg des Vertriebsereignisses bei den deutschen Anbietern: Demnach präsentierten 19 Prozent zum ersten Mal ihr Angebot beim GTM, 81 Prozent waren mindestens zum zweiten Mal, über 38 Prozent sogar schon mehr als zehn Mal beim GTM vertreten. Die Bewertung des Events fällt noch positiver aus als im Vorjahr: 98 Prozent waren mit ihrer Teilnahme zufrieden oder sehr zufrieden (2018: 94 Prozent). 94 Prozent äußerten die Absicht, auch 2020 am GTM teilzunehmen. Insgesamt beurteilen 85 Prozent der Anbieter den GTM als gute oder sehr gute Plattform für Geschäftsabschlüsse. 80 Prozent der Teilnehmer konnten in den Gesprächen mit internationalen Key Accounts mindestens sechs neue Kontakte knüpfen, mehr als die Hälfte davon mehr als zehn.

Am 45. GTM vom 12. bis 14. Mai 2019 in Wiesbaden nahmen über 500 Experten und Entscheidungsträger der internationalen Reiseindustrie sowie Fachjournalisten aus allen wichtigen Quellmärkten teil. Im Educational Programme informierten die DZT und ihre Partner die internationalen Gäste über die neuesten Trends, Entwicklungen und touristischen Produkte in Deutschland. Beim zweitägigen Workshop im RheinMain CongressCenter trafen sie auf rund 300 Anbieter aus Hotellerie, Incoming-Agenturen, Transport sowie lokale und regionale Tourismusorganisationen, die dem internationalen Fachpublikum die Leistungsvielfalt und Qualität Ihres Angebotes präsentierten. Dazu wurden im Networking Tool rund 18.000 Termine online vereinbart.

Besonders lobten die Anbieter in diesem Jahr den reibungslosen Ablauf sowie die organisatorische Betreuung vor Ort. Positiv hervorgehoben wurden auch die kurzen Wege in Wiesbaden und die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erklärte zum Abschluss des GTM: „Der diesjährige GTM ist ein weiterer Beleg für die hohe Wertschätzung, die persönlicher Kontakt und effiziente Organisation bei den Managern der internationalen Reiseindustrie genießen. Den Verantwortlichen der Stadt Wiesbaden, den Organisatoren im Team der Wiesbaden Marketing GmbH und HA Hessen Agentur GmbH sowie allen Helfern möchte

Gefördert durch:



ich für die professionelle Organisation herzlich danken. Sie haben den Partnern der deutschen Reiseindustrie einen ausgezeichneten Rahmen für erfolgreiche Geschäfte geboten.“

„Wir haben in der Ausrichtung des GTM eine große Chance gesehen, unsere Stadt ganz direkt den zahlreichen Entscheidern der internationalen Reiseindustrie präsentieren zu können,“ führt Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Marketing GmbH aus. „Wir sind sicher, dass der GTM unseren Aktivitäten zur erfolgreichen Positionierung Wiesbadens als Kultur- und Städtereiseziel auf den internationalen Märkten deutliche Impulse geben wird.“

Zeitgemäße Veranstaltungsorganisation: Kommunikation in Social Media-Kanälen und Green Event

Um die Veranstaltung einem möglichst breiten Publikum zu präsentieren, hat die DZT auch in diesem Jahr wieder Social Media-Kanäle wie Twitter (Hashtag #gtm19) in die Kommunikation einbezogen.

Bereits seit 2012 realisiert die DZT den GTM als Green Event. Auch der 45. GTM berücksichtigte die Aspekte der Nachhaltigkeit. Dazu zählen beispielsweise die Unterstützung der umweltfreundlichen Anreise der Teilnehmer mit der Bahn, Catering aus regionalen Quellen, der Verzicht auf Einweggeschirr und die Einbeziehung des Öffentlichen Personennahverkehrs in die Organisation.

Pokalübergabe zum Abschluss

Traditionell übergab die Gastgeberstadt zum Abschluss den GTM-Pokal an die nächste Gastgeberdestination Mecklenburg-Vorpommern. Der nächste GTM findet vom 10. bis 12. Mai 2020 in Rostock und Schwerin statt.

Bildunterschrift:

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, und Simone Zagrodnik, Leiterin Marketing der Wiesbaden Marketing GmbH (rechts), mit Tobias Weitendorf, stellvertretender Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern.

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.