

Stockholm 2024-02-02

## Pressinformation

# Tyska turistbyrån presenterar årets studieresor, kampanjer samt statistik från 2023.

Den 14 februari välkomnar Tyska Turistbyrån journalister och andra intressenter till ett hybridmöte med tema studieresor för journalister och influencers, kampanjer under året som kommer samt statistik från föregående år.



*German Travel Mart (GTM) kommer att ta plats i Chemnitz den 21-23 april 2024.*

Årets pressfrukost går av stapeln den 14 februari och är ett hybridmöte, online eller på plats med frukost hos Tysk-Svenska Handelskammaren.

Under pressmötet presenteras årets 16 studieresor, som täcker in i princip hela Tyskland, från norr till söder, från vår i skog och mark till glühwein och lebkuchen på julmarknader.

Årets stora händelser är bland annat fotbolls-EM, som spelas i 10 olika tyska städer från den 14 juni. Finalen går i Berlin den 14 juli. För den som vill hänga med och öva in några tyska fotbollssånger finns en bra lista på Spotify.

Stockholm 2024-02-02

Ett annat stort firande är 250 års jubileet av Caspar David Friedrichs födelse. Han är en av de mest kända tyska målarna och en av de mest betydelsefulla konstnärerna under den romantiska eran – en era som, från slutet av 1700-talet framåt, gynnade känslor och mystik över förnuftet, och njutningen av naturen över industriella framsteg.

Det har gått bra för Tyskland det senaste året och recoveryrate ligger i nuläget på 81% jämfört med 2019. Målet är att vara tillbaka på 100% till slutet av 2024, även om 96% kanske är troliga. Övernattningarna i Tyskland har ökat med 11,8% jämfört med jan-nov 2022, totalt har vi 1,36 miljoner svenska övernattningar under jan-nov 2023. Genomsnittslängden för en vistelse har, för hela Europa, ökat från 6 nätter till 6,8 nätter, vilket var en av målsättningarna med kampanjen Stay longer. Mer information får du på pressmötet.

Du är varmt välkommen till vårt årliga pressmöte. Kontakta [Matthias.hoffmann@germany.travel](mailto:Matthias.hoffmann@germany.travel) för anmälan till mötet samt mer information.

## Om Tyska Turistbyrån:

Tysklands turistbyrå (GNTB) är Tysklands nationella turistorganisation. Den arbetar på uppdrag av det federala ministeriet för ekonomi och klimatåtgärder för att representera Tyskland som turistland och finansieras av ministeriet i enlighet med ett beslut som fattats av den tyska förbundsdagen. I nära samarbete med den tyska resebranschen och partner och branschorganisationer inom den privata sektorn utvecklar GNTB strategier och marknadsföringskampanjer för att främja Tysklands positiva image utomlands som turistmål och uppmuntra turister att besöka landet.

GNTB har en tredelad återhämtningsstrategi för att övervinna utmaningarna i samband med nystarten efter COVID-19-pandemin:

- \* Öka medvetenheten om varumärket Destination Tyskland och förbättra varumärkesprofilen med fokus på hållbarhet och begränsning av klimatförändringar.
- \* Stödja resebranschen, som domineras av små och medelstora företag, genom relationshantering och kunskapsutbyte.
- \* Utveckling av evidensbaserade handlingsplaner på grundval av riktade marknadsundersökningar och fortlöpande analyser av förändrad efterfrågan från kunderna.

## Fokus på hållbarhet och digitalisering

GNTB främjar hållbar och framtidsinriktad turism i linje med den tyska regeringens mål. Fokus ligger här på hållbarhet och digitalisering.

Hållbarhet har varit ett centralt ämne i mer än ett decennium och vi engagerar oss i det som en strategisk fråga inom alla delar av organisationen. Vår organisation följer en strategi med tre pelare som kombinerar kunskapsdelning med externa partner och en stödjande kommunikationsstrategi med vårt interna hållbarhetsinitiativ. GNTB främjar ansvarsfull turism, ett viktigt tillväxtområde,

Supported by:



Stockholm 2024-02-02

genom att visa upp Tyskland som ett hållbart och inkluderande resmål på den internationella resemaknaden. Detta är särskilt viktigt eftersom pandemin har påskyndat den globala förändringen av resenärernas värderingar mot ett större socialt och miljömässigt ansvarstagande.

GNTB är en pionjär när det gäller att använda uppslukande teknik (virtuell, förstärkt och blandad verklighet), röstassistenter och andra samtalsgränssnitt samt tillämpningar med artificiell intelligens, t.ex. chatbots. För att se till att turistbudet är synligt på AI-baserade marknadsföringsplattformar samordnar GNTB den tyska turistindustrins projekt för öppna data, som syftar till att utveckla en kunskapsgraf för turism.

GNTB har 25 utländska byråer som den förvaltar från sitt huvudkontor i Frankfurt.