

DZT wirbt mit Shopping-Kampagne im chinesischen Markt

Um das Image des Reiselandes Deutschland als Shoppingziel in China weiter zu stärken, hat die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) für diesen Sommer eine crossmediale Kampagne kreiert.

Auf den Plattformen ihrer chinesischen Kooperationspartner, dem Mobile Payment-Dienstleister Alipay und dem Onlinereiseportal Mafengwo.com präsentiert die DZT China neu entwickelte Reiserouten, die Möglichkeiten zum Shopping mit hochwertigen Unterkünften und authentischen lokalen Erlebnissen verbinden.

Deutsche Partner in dem Projekt sind die Outlets City Metzingen und der Finanzdienstleister Travel Easy.

Zum Kick off-Event in Peking konnten die Kooperationspartner rund 50 Medienvertreter begrüßen.

Um eine hohe Reichweite zu generieren, kombiniert die Kampagne verschiedene Formate: So organisiert die DZT mit Alipay das erste "Germany Shopping Festival". Im Zuge dieses Shopping Festivals können sich chinesische Besucher mit den verschiedenen Angeboten der Partner vertraut machen und für eine Shoppingreise nach Deutschland Coupons sammeln. Die Aktion wird von Mitte Juli bis Mitte August intensiv auf Alipay und den weiteren Kanälen des Alibaba-Ecosystems beworben. Zusätzlich präsentiert Mafengwo detaillierte touristische Informationen rund um Shoppingmöglichkeiten in Deutschland. Durch den Einsatz von Digitalanwendungen unterstreicht die DZT den Erlebnischarakter von Shoppingzielen in Deutschland.

"Deutschland ist das beliebteste europäische Reiseziel chinesischer Touristen. Dazu trägt unser sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und das umfangreiche Angebot für Shopping-Reisen bei," erläutert Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT. "Unsere marktspezifischen Kampagnen setzen auf Inspiration, um konsumfreudige Chinesen für weitere Deutschlandreisen zu begeistern. Unser Kooperationspartner Alipay hat bereits Interesse an einer langfristigen Zusammenarbeit und am Aufbau einer Marke "Germany Shopping Festival" bekundet."

China ist mit großem Abstand der wichtigste asiatische Quellmarkt für den deutschen Incoming-Tourismus - mit glänzenden Perspektiven. 2018 wurden erstmals mehr als drei Millionen Übernachtungen in Deutschland gezählt, für 2030 hält die DZT ein Potenzial von fünf Millionen Übernachtungen aus China für möglich.

Chinesische Touristen geben für ihre Deutschlandreise laut World Travel Monitor/IPK 2019 im Durchschnitt 3.473 Euro pro Reise beziehungsweise 457 Euro pro Nacht aus. Das ergibt einen Gesamtumsatz für die Deutschlandreisen aus China 2018 von 6 Mrd. Euro. Rund die Hälfte der Gesamtausgaben während ihrer Europareisen verwenden die Chinesen nach Angaben von Travel Easy für Shopping. Mehr als zwei Drittel nutzen bereits die Möglichkeiten von Mobile Payment.

Kontaktdaten

Renée Agricola
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt
Tel: +49 69 97 464-262
Fax: +49 69 97464-233
E-Mail: presse@germany.travel
Web: <http://www.germany.travel>