

## HanseMerkur Premiumpartner für DZT-Kampagne „30 Jahre Mauerfall“



HanseMerkur-Hauptverwaltung

© HanseMerkur Versicherungsgruppe

**Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) kooperiert mit der HanseMerkur als Premiumpartner bei der Umsetzung ihrer weltweiten Kampagne zum 30. Jahrestag des Mauerfalls. Einen entsprechenden Kooperationsvertrag unterzeichneten jetzt beide Unternehmen.**

Die Kampagne zum diesjährigen Jubiläum des Falls der Berliner Mauer präsentiert die touristische Entwicklung des Reiselandes Deutschland in den letzten 30 Jahren. Kernelemente der DZT-Aktivitäten sind eine Instagramkampagne, Presse-Highlight-Reisen sowie ein PR-Event in Berlin. Die Kampagne fokussiert auf zehn besonders relevante Märkte: die Niederlande, Schweiz, Österreich, UK, Frankreich, Italien, Polen und Russland sowie Hongkong und die USA.

**Petra Hedorfer**, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erläutert dazu: „Der Fall der Mauer 1989 und die deutsche Wiedervereinigung im darauffolgenden Jahr ermöglichten einen starken Schub für den deutschen Incoming-Tourismus und steigerten das internationale Interesse am Reiseland Deutschland gewaltig. Seit Beginn der gemeinsamen Statistik 1993 haben sich die Übernachtungen ausländischer Gäste in Deutschland von 34,7 Millionen auf 87,7 Millionen mehr als verdoppelt. Allein in den neuen Bundesländern (einschl. Berlin) hat sich die Zahl der internationalen Übernachtungen von 3,4 Millionen auf 20,5 Millionen versechsfacht. Das Jubiläum des Mauerfalls ist ein hervorragender Anlass, ein spannendes Storytelling zum Reiseland Deutschland zu initiieren.“

**Johannes Ganser**, Vorstand Kooperations- und Reisevertrieb der HanseMerkur, führt aus:  
„Bereits zum 20-jährigen Jubiläum des Mauerfalls haben die HanseMerkur und die DZT medienwirksam kooperiert. Die Kampagnen lenken den Fokus auf einen historischen Moment, der nicht nur für die deutsche Bevölkerung, sondern auch den gesamteuropäischen Tourismus ein prägendes Ereignis darstellt. Wir freuen uns, in diesem Kontext der Zusammenarbeit mit der DZT ein weiteres Kapitel hinzufügen zu können.“

Bereits im Juli starteten die ersten von 20 Influencern aus zehn Quellmärkten, die auf verschiedenen Routen durch alle 16 Bundesländer sowie bei Photo-Walks mit lokalen Instagrammern zeigen, wie sich das wiedervereinigte Deutschland als Reiseland in den letzten 30 Jahren verändert hat. Die auf diesen Touren entstehenden Inhalte werden mit den Hashtags #Germany30reunified, #HanseMerkur und #HandinHand auf dem Instagramkanal der DZT, weiteren Social-Media-Plattformen, der Website [www.germany.travel](http://www.germany.travel) sowie auf den Influencer-eigenen Accounts veröffentlicht. Darüber hinaus entsteht Video- und Bild-Content für eine eigene Storywall.

Im September lädt die DZT über 30 Top-Journalisten internationaler klassischer Medien zu drei Presse-Highlight-Reisen durch die neuen Bundesländer und Berlin ein. Ein PR-Event in Berlin am 20. September bildet einen Programmpunkt dieser Reisen und bietet die Möglichkeit, den Key Accounts die touristische Entwicklung des Reiselandes Deutschland in den letzten 30 Jahren inhaltlich gebündelt zu vermitteln.

Auf der Basis von Markt- und Benchmarkanalysen sowie Studien und Statistiken entwickelt die DZT alljährlich globale Marketingkampagnen zur Positionierung der Destination Deutschland unter wechselnden Aspekten. Darüber hinaus platziert sie event- oder anlassbezogene Kampagnen sowie Aktivitäten, die auf bisher weniger bekannte Facetten des Reiselandes Deutschland aufmerksam machen.

### **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 Länderververtretungen. Nähere Informationen finden Sie in unserem Online-Pressescenter unter [www.germany.travel/presse](http://www.germany.travel/presse).

### **Pressekontakt:**

Heinz-Gerhard Wilkens  
Telefon: 040 4119 - 1357  
Fax: 040 4119 - 3626  
E-Mail: [presse@hansemerkur.de](mailto:presse@hansemerkur.de)

### **Unternehmen**

HanseMerkur Versicherungsgruppe  
Siegfried - Wedells - Platz 1  
20354 Hamburg

Internet: [www.hansemerkur.de](http://www.hansemerkur.de)

### **Über HanseMerkur Versicherungsgruppe**

Die HanseMerkur ist mit einem Jahresumsatz von über 2 Mrd. Euro (2018) die einzige selbständige und konzernunabhängige Versicherungsgruppe am Finanzplatz Hamburg. Die Wurzeln des 144 Jahre alten Personenversicherers liegen in der Krankenversicherung, die bis heute die Hauptsparte des Unternehmens ist. Die HanseMerkur ist zudem Spezialist für den privaten Ergänzungsschutz gesetzlich Krankenversicherter und mit rund 1,2 Millionen Zusatzversicherten in diesem Segment einer der größten deutschen Anbieter. In der Privaten Krankenversicherung rangiert sie auf Platz 11 von 41 Anbietern. Darüber hinaus zählt die HanseMerkur zu den größten Unternehmen der touristischen Assekuranz in Deutschland.