

**Rundbrief an die Damen und Herren
des Großen Vorstandes, die Vorstände der
BHG-Kreisstellen sowie die BHG Bezirksgeschäftsstellen**

**DZT-Informations-Tour gibt Leistungsträgern
Überblick über vielfältige Kooperationsmöglich-
keiten im Ausland**

Auf einer Informations-Tour durch alle 16 Bundesländer informiert die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) gemeinsam mit der jeweiligen Landesmarketingorganisation touristische Leistungsträger über aktuelle Trends im Deutschland-Tourismus sowie über die vielfältigen Kooperations- und Vertriebsmöglichkeiten im DZT-Auslandsmarketing. Ziel ist eine noch engere Verzahnung der Marketingaktivitäten im Ausland. Im Fokus steht dabei ein für das jeweilige Bundesland wichtiger Incomingmarkt, der durch Vertreter der 30 DZT-Auslandsbüros repräsentiert wird.

Die Informations-Tour startete am 22. Januar 2007 in Niedersachsen (Hannover) und wurde am 24. Januar in Nordrhein-Westfalen (Köln) fortgesetzt. Weitere Termine folgen im Laufe des Jahres. Zielgruppen sind städtische und regionale Marketingorganisationen, Hotellerie, Gastronomie, Tourist-Informationsbüros, Verkehrsträger und Incoming-Agenturen. Im Anschluss an die Fachrunden wird die DZT auch die regionalen Medien in einem Pressegespräch über die Vermarktung des Reiselandes Deutschland sowie des jeweiligen Bundeslandes informieren.

Die vorläufigen Ergebnisse des Statistischen Bundesamtes für das Deutschland-Incoming im November 2006 belegen die andauernde Deutschland-Euphorie und somit den Erfolg des DZT-Auslandsmarketings: 3,3 Millionen und damit acht Prozent mehr Übernachtungen internationaler Gäste wurden in dem Monat gezählt. Für die Zeit von Januar bis November 2006 bedeutet dies rund 50 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland, was gegenüber den ersten elf Monaten 2005 einem Wachstum von zehn Prozent entspricht. Bei weiterhin erfolgreichem Marketing geht die DZT von einem Incoming-Wachstum bis 2015 auf rund 61 Millionen Übernachtungen aus.



aktuell
05/07

30. Januar 2007

**Bayerischer Hotel- und
Gaststättenverband e.V.**

Hauptgeschäftsstelle
Türkenstr. 7
80333 München
☎ (089) 28760-0
☎ (089) 28760-111
www.bhg-online.de
info@bhg-online.de





Online-Umfrage zum Vertriebsmix der Hotellerie in Deutschland

Der Hotelier als “Broker“ seiner Zimmer

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) führen im Auftrag des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSGV) und in Kooperation mit dem Hotelverband Deutschland (IHA), dem DEHOGA Bundesverband und insbesondere den ostdeutschen Landesverbänden im DEHOGA im Rahmen des jährlichen Tourismusbarometers eine breit angelegte Befragung von Beherbergungsbetrieben in Deutschland durch. Ziel der Erhebung ist die Optimierung des Vertriebs touristischer Leistungen durch konkrete betriebliche Verbesserungsvorschläge.

Die Ergebnisse werden im Tourismusbarometerbericht 2007 aufbereitet. Alle Hoteliers in Deutschland sind herzlich eingeladen, an der Onlinebefragung teilzunehmen, die maximal 10 Minuten dauert. Alle Angaben werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt. Auf der Startseite von www.hotelverband.de ist ein entsprechender Link zum Fragebogen zu finden. Die Tourismusforscher befragen mehrere Tausend Beherbergungsbetriebe in Deutschland nach ihren Vertriebsaktivitäten. „Je mehr Betriebe an der Befragung teilnehmen, um so präziser werden die Erkenntnisse über die derzeit marktübliche Mischung der Vertriebskanäle und damit auch die Ableitung eines Vertriebs-Benchmarks für die Hotellerie,“ ermuntert Fritz G. Dreesen als Vorsitzender des Hotelverbands Deutschland (IHA) die Hoteliers in Deutschland zur Teilnahme an der Umfrage. **Einsendeschluss der Onlineumfrage ist der 25. Februar 2007.**