



Presse-Information

Martin Luther 2017 – 500 Jahre Reformation

Luther digital: DZT-Themenkampagne zum Reformationsjubiläum geht online

Frankfurt am Main, 31. Oktober 2016 – Pünktlich zum Beginn des Reformationsjubiläums schaltet die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) heute ihre Themenkampagne „Luther 2017 – 500 Jahre Reformation in Deutschland“ live.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erklärt dazu: „Martin Luther als Symbolfigur ist ein ausgezeichnete Werbebotschafter, um kulturell interessierte und religiös motivierte Reisende aus dem Ausland – darunter 800 Millionen Protestanten weltweit - für das Kulturreiseziel Deutschland zu begeistern. Unsere Themenkampagne rund um das Reformationsjubiläum ist konsequent auf die Digitalstrategie der DZT ausgerichtet. Dazu bespielen wir marktspezifisch verschiedene Online-Plattformen und alle relevanten Social Media-Kanäle. Mit der Kampagne zeichnen wir ein modernes Deutschlandbild und stärken das Reiseland Deutschland im internationalen Wettbewerb.“

Im Countdown zur Kampagne brachte die DZT bereits bei der zentralen Feier zum Tag der Deutschen Einheit in der Residenz des Botschafters in Washington am 5. Oktober Luther in einer aufwändigen digitalen Hologramm-Installation auf die Bühne.

Ab sofort sehen Nutzer der Website www.germany.travel einen Animationsfilm, der touristisch relevante Daten und Fakten zu Luther sympathisch und humorvoll darstellt. VR-Brillen werden zur internationalen Vermarktung eingesetzt. In sechs 360°-Videos präsentiert der Playmobil-Luther ausgewählte Orte aus seinem Leben als historische Stätten sowie als touristische Destinationen. Die wichtigsten Wirkungsstätten Luthers – wie etwa die Lutherstädte Wittenberg, Eisleben und Mansfeld, Torgau, Schmalkalden, die Wartburg in Eisenach, Erfurt, Augsburg, Coburg, Worms und Heidelberg sind außerdem übersichtlich aufbereitet in einer interaktiven Landkarte verortet. Acht „Luther-Routen“ illustrieren in 30 Sprachen Lebensstationen des Reformators. Im Presse-

Onlinecenter der DZT finden speziell Medienvertreter zielgruppengerecht aufbereitete Informationen und Bildmaterial zum Thema.

Eine Luther-Figur von Playmobil, die in Zusammenarbeit mit der Congress- und Tourismuszentrale Nürnberg konzipiert wurde, agiert als plakativer Sympathieträger in den Bewegtbildformaten und wird darüber hinaus transmedial in zahlreiche weitere Marketingmaßnahmen weltweit integriert.

Neben Presse-Highlightreisen mit Journalisten klassischer Medien werden Blogger- und Influencer-Reisen außergewöhnliche Orte entlang der Luther-Routen thematisieren und auf allen relevanten Social Media-Plattformen wie Facebook, Instagram, Youtube und Snapchat verbreiten. Der Hashtag #luthercountry verknüpft die Social Media-Aktivitäten.

Schwerpunkte der DZT-Kampagne sind wichtige Quellmärkte mit starken Bezügen zur Reformation: Niederlande, Schweiz, Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland und Ungarn sowie in Übersee USA, Kanada und Südkorea.

In der Umsetzung kooperiert die DZT mit zahlreichen Partnern, wie der Geschäftsstelle „Luther 2017“, der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) und den Tourismusorganisationen der Bundesländer sowie wichtigen Lutherstädten in Deutschland.

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 30 Ländervertretungen. Nähere Informationen finden Sie in unserem Online-Pressesecenter unter www.germany.travel/presse.