

# Rückblick

**Düsseldorf**  
Nähe trifft Freiheit

Wie wir konkret unterwegs waren:  
Roadshows, Reisemessen, Kampagnen

## Golfstaaten

### Die Lage

Die Themen der potentiellen Kunden aus dem gesamten GCC-Gebiet lauten: Luxus-Shopping, Health Tourism und Familienreisen. Düsseldorf bietet für diese Zielgruppe den perfekten Mix. Unsere Ansprache erfolgt gezielt über Social-Media-Kanäle und Radiosender.

### Wo wir vor Ort waren

#### Outbound Travel Roadshow (OTR) Middle East

Februar 2018



- Dubai (VAE), Kuwait City (Kuwait), Doha (Katar)
- 400 Einkäufer aus der arabischen Reiseindustrie & Fachpresse
- In Kooperation mit Breuninger Department Store

#### Arabian Travel Market (ATM) Dubai

April 2018



- Größte Tourismusmesse in der Region (Mittlerer Osten + Indien)
- ca. 25.000 Besucher
- In Kooperation mit dem Universitätsklinikum Düsseldorf und Breuninger Department Store

## Was wir zusätzlich umgesetzt haben

### Social-Media-Aktivitäten in Kooperation mit „almaniah.com“



- Größte Online-Plattform für Deutschlandreisen in der Region = insgesamt ca. 1.6 Mio. Follower, Reichweite ca. 10 Mio.
- Präsenz in der Reise-App, auf Twitter, Instagram, Facebook und Website inkl. Verlinkung zur Health-Tourism-Broschüre

**Link:** [www.almaniah.com/tourism/cities/4](http://www.almaniah.com/tourism/cities/4)

### DZT-Kampagne mit dem Radiosender „Al Khaleejya 100.9“



- Gewinnspiel in Kooperation mit der Fluggesellschaft Emirates beim wichtigsten Musiksender in der Golf-Region
- Zeitraum: Dezember 2017 – März 2018 (vor den Sommerferien!)

**Link:** [youtu.be/fguwwhisEDw](https://youtu.be/fguwwhisEDw)

# Russland

## Die Lage

Beim „Luxury Travel Mart Moskau“ konnten wir eine verstärkte Nachfrage nach medizinischen Behandlungsmöglichkeiten verzeichnen. Unsere gemeinsam mit Ihnen entwickelte Health-Tourism-Broschüre fand reißenden Absatz.

## Wo wir vor Ort waren

### Luxury Travel Mart Moskau (LTM)

März 2018



- Größte B2B-Luxusreisemesse in der GUS-Region
- 360 Einkäufer aus dem Luxusreisensegment
- In Kooperation mit dem Steigenberger Parkhotel

## **DZT-Medizinworkshop in Moskau „Health. Made in Germany“**

September 2018



- Fachveranstaltung mit Fokus auf Medizintourismus
- B2B Matchmaking: 40 Einkäufer aus der Branche
- Inkl. Sales Calls bei führenden Reiseveranstaltern in Moskau in Kooperation mit der lokalen DMC Time Europe

# China

## **Die Lage**

Medizintouristen aus China sind noch nicht signifikant sichtbar, aber: Die Zahl der chinesischen Patienten, die ins Ausland reisen, hat sich im Jahr 2016 im Vergleich zu 2013 verfünffacht (Marktvolumen 2016 = 94 Mio. Euro). Deutschland gehört zu den Top-10-Zielen.

## **Wo wir vor Ort waren**

### **Partnerships in European Tourism (ETOA) in Macau (China)**

Oktober 2018



- B2B-Matchmaking (22 Meetings) und Konferenz
- Präsentation Düsseldorfs auch als Health Tourism Destination
- EU-Event im Rahmen des EU-China Tourism Year 2018

### **Partnerships in European Tourism (ETOA) in London**

November 2018



- B2B-Matchmaking (23 Meetings) und Konferenz
- Präsentation Düsseldorfs auch als Health Tourism Destination durch den DT-Geschäftsführer Ole Friedrich
- EU-Event im Rahmen des EU-China Tourism Year 2018 und WTM London

## Was wir umgesetzt haben

### China Visitors Summit Europe (CVS) Düsseldorf

Mai 2018



- Zum ersten Mal in Europa
- 100 Einkäufer aus der chinesischen Reiseindustrie trafen auf 100 Anbieter touristischer Dienstleistungen aus der ganzen Welt (4.800 Gespräche)
- „Düsseldorf Day“ – (Stadt-)Touren und Site Inspections für chinesische Einkäufer
- Allgemeine Steigerung der Bekanntheit bei chinesischen Partnern
- Hier können Sie eine Zusammenfassung als Video anschauen: [youtu.be/pXSelaCvQws](https://youtu.be/pXSelaCvQws)

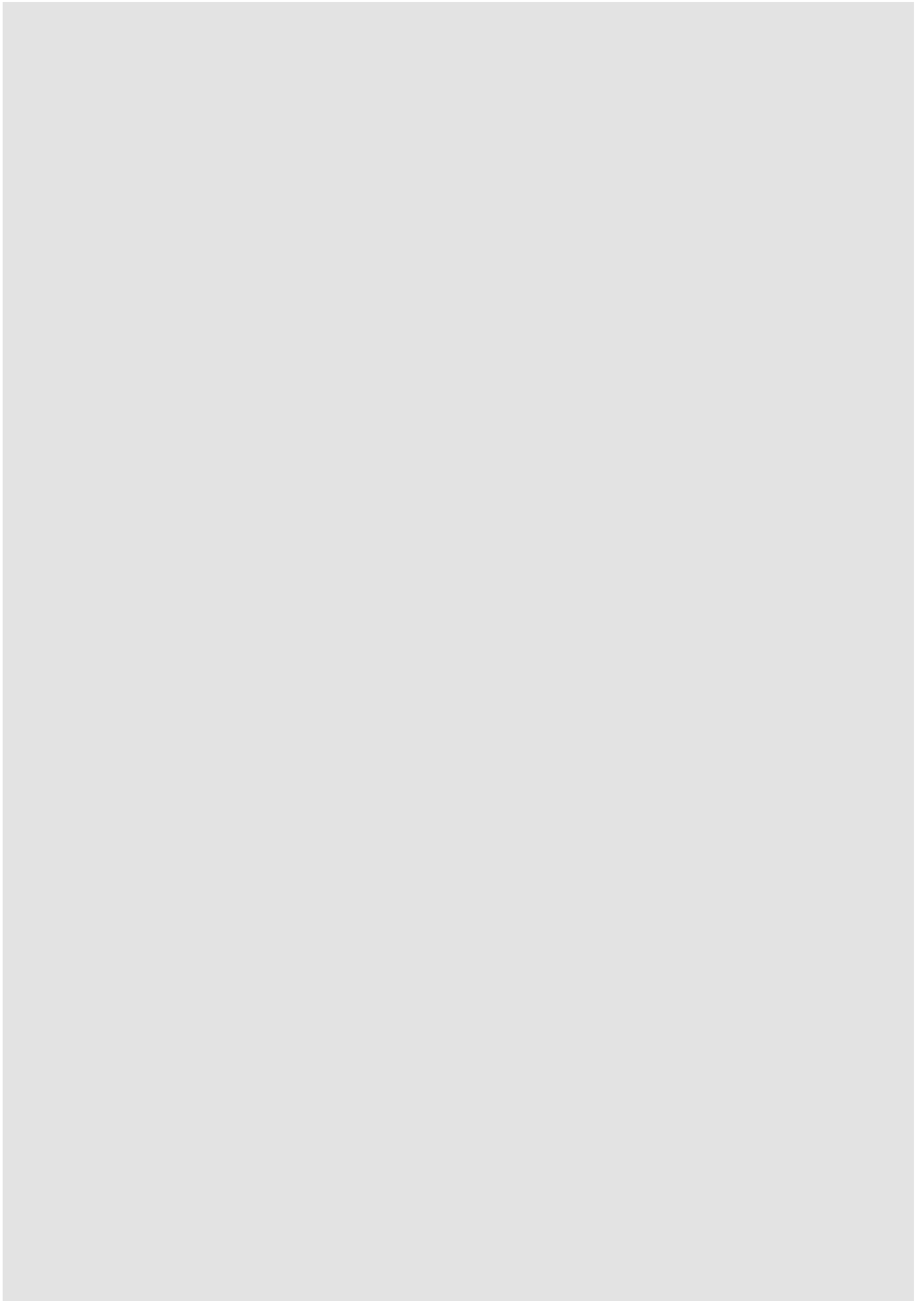












## LinkedIn September 2018



### LinkedIn-Post:

Klicken Sie das Bild um zum original Post zu gelangen.