

Presse-Information

Deutsche UNESCO Kommission stellt bundesweites Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes vor

DZT-Kampagne 2015 stärkt Bewusstsein für gelebte Traditionen im Reiseland Deutschland

Frankfurt am Main, 12. Januar 2015 – „Tradition und Brauchtum“ stehen im Mittelpunkt der weltweiten Themenkampagne der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) im Jahr 2015. Die aktuelle Aufnahme von 27 Traditionen und Wissensformen in das neue bundesweite Verzeichnis bestätigt die Wichtigkeit der Wertschätzung des immateriellen Kulturerbes und korrespondiert mit den exemplarisch ausgewählten Themen, die die DZT in ihrer Kampagne kommuniziert.

„Touristen aus dem Ausland platzieren laut DZT-Qualitätsmonitor den Aspekt „Tradition und Geschichte der Region“ unter den zehn wichtigsten Gründen ihrer Urlaubsentscheidung für Deutschland. Mit ihrer aktuellen Kampagne greift die DZT diesen Trend auf und regt ausländische Besucher dazu an, das immaterielle Kulturerbe Deutschlands zu erleben“, erläutert Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT.

Christoph Wulf, Vorsitzender des Expertenkomitees Immaterielles Kulturerbe bei der Deutschen UNESCO-Kommission, ergänzt: „In der neuen Kampagne „Tradition und Brauchtum“ der DZT spielen das durch faszinierendes Wissen und Können geprägte Immaterielle Kulturerbe und seine Weitergabe von Mensch zu Mensch eine große Rolle. Diese lebendigen Traditionen sind Ausdruck von Kreativität und Erfindergeist unserer Gesellschaft. Die weltweiten Marketingaktivitäten der DZT werden die Wertschätzung des in Deutschland gepflegten immateriellen Kulturerbes weiter stärken.“

Die Schwäbisch-Alemannische Fastnacht, der Rheinische Karneval mit seinen lokalen Varianten, das Köhlerhandwerk und die Teerschwelerei, die gesellschaftlichen Bräuche und Feste der Lausitzer Sorben, das Biikebrennen, die Salzwirker-Brüderschaft im Thale zu Halle, die Passionsspiele Oberamergau, deutsche Brotkultur sowie Orgelbau und Orgelmusik sind signifikante Beispiele lebendigen Brauchtums, die von dem

Expertenkomitee der UNESCO begutachtet, von der Kulturministerkonferenz der Länder für das bundesweite Verzeichnis bestätigt wurden und von der DZT kommuniziert werden.

Die Themenkampagne „Tradition und Brauchtum“ verknüpft mit den drei Säulen „Deutschland kulinarisch“, „Gelebte Tradition“ sowie „Kunst und Handwerk“ das positive und moderne Image des Reiselandes Deutschland mit gelebten, authentischen Traditionen und deren Verankerung in der heutigen Gesellschaft. Dafür wurden von der DZT gemeinsam mit den Landesmarketingorganisationen und regionalen Partnern für die Kampagne Beispiele ausgewählt, welche die Vielfalt des kulturellen Erbes widerspiegeln, die touristisch relevant und für die Gäste aus den verschiedenen Quellmärkten von Interesse sind. Zentrales Element der Themenkampagne „Tradition und Brauchtum“ sind internationale Bloggertouren zu den drei Themensäulen. Neben der Liveberichterstattung auf den Social Media-Plattformen wird der Content auf einer eigenen Social Wall unter dem Hashtag #JoinGermanTradition zugänglich gemacht. Klassische Marketing- und PR-Aktionen und Aktivitäten auf den Social Media-Kanälen sind ebenfalls Bestandteil der Kampagne.

Mehr Informationen zu „Tradition und Brauchtum“ unter: www.germany.travel/tradition.

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-Presscenter unter www.germany.travel/presse.