



Nota de prensa

Temas principales de marketing de la ONAT hasta 2012

Ciudades y regiones de gran diversidad presentan cultura y relax

Años temáticos hasta 2012 centrados en el turismo urbano, cultural de bienestar y de viajes de negocios – Temas principales sobre los grandes eventos y celebraciones – Campaña del bienestar

Las dos grandes tendencias del turismo "cultura" y "salud" son los temas elegidos por la Oficina Nacional de Turismo alemana (ONAT) como blanco de sus actividades a nivel mundial. Sobre la base de análisis y valoraciones de mercado, la ONAT desarrolla sus líneas de producto turismo urbano y de eventos y turismo de relax.

Grandes tendencias: cultura y salud

Su realización se refleja en los temas del año y en los temas principales. Con el año temático de 2008 "Palacios parques y jardines – Alemania romántica", la ONAT pone en marcha sus líneas de productos: turismo urbano y de eventos y turismo de relax. "Vacaciones activas, estilo de vida, senderismo y cicloturismo en Alemania" será el tema del año 2009. En el 2010 Alemania se presentará como un fascinante destino para los amantes de la cultura "Capital europea de la cultura Ruhr 2010". En los años sucesivos las campañas de marketing de la ONAT apuntarán a otros objetivos "Turismo de salud y bienestar" (2011) y "Alemania destino de viajes de negocios" (2012).

Años temáticos como blanco de las campañas de marketing

Los años temáticos de la ONAT se verán jalonados por otros temas principales como grandes eventos y celebraciones, con los que la ONAT acentúa la diversidad de la oferta turística en Alemania. En el año 2008 la ONAT pone de relieve los aniversarios de las ciudades "85 aniversario de Munich" y

Otros temas principales



"Alemania culinaria". 2009 destaca un cambio histórico político en la historia de Alemania con el tema central "20 aniversario de la caída del muro". Además figura en el programa "90 años de la fundación de la Bauhaus en 1919" en Weimar, "Imperio conflicto y mito – 2.000 años Batalla de Varus", así como el 250 aniversario de la muerte de Georg Friedrich Händel. En el año 2010 las actividades de la ONAT tendrán como tema central la cuatrigésimo primera representación de la pasión en Oberammergau. También en 2010, Munich celebra el segundo centenario de su popular fiesta de la cerveza. La ONAT promociona en todo el mundo este acontecimiento como una muestra representativa de las cerca de tres millones de fiestas que se celebran anualmente en Alemania. Cabe destacar además la promoción de la Exposición internacional de arquitectura (IBA) en Sajonia-Anhalt y el tercer centenario de la fábrica de porcelana de Meißen.

Las actividades de la línea de producto turismo de relax se verán reforzadas por la ONAT en una campaña de promoción del segmento "Alemania país del bienestar" junto con un impulso a la promoción del cicloturismo y del turismo de golf en Alemania. El atractivo de los viajes orientados al relax es uno de los principales motivos del aumento de las pernoctaciones de turistas extranjeros en centros termales y balnearios. La ONAT dispone de un folleto específico sobre de turismo del bienestar. Además, en su página web www.alemania-turismo.com presenta los centros termales y balnearios de Alemania más destacados a nivel internacional.

*Alemania país del
bienestar*