

Pressemitteilung

Beethoven – ein internationales Aushängeschild für Bonn

Lonely Planet, Touristenströme und nachhaltige Impulse: BTHVN2020, die Deutsche Zentrale für Tourismus und die Tourismus & Congress GmbH ziehen trotz Corona-Pandemie eine positive Bilanz

Bonn, 08.04.2021

Im Zentrum des Beethoven-Jubiläums, welches noch bis September 2021 andauert, steht Ludwig van Beethovens Geburtsstadt Bonn. Trotz der Corona-Pandemie zieht die Beethoven Jubiläums GmbH, die das umfangreiche Programm koordiniert, eine positive Bilanz.

Ralf Birkner, kaufmännischer Geschäftsführer der Beethoven Jubiläums GmbH, erklärt: „Durch gezielte internationale Kommunikation und die Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus ist es uns gelungen, das einmalige Potential des Beethoven-Jubiläums zu nutzen und nachhaltige Impulse für Tourismus, Kultur und Wirtschaft zu setzen. Als meistgespielter klassischer Komponist der Welt ist Ludwig van Beethoven damit auch fast 200 Jahre nach seinem Tod ein wichtiges Aushängeschild für Bonn, NRW und Deutschland.“



Statue Münsterplatz © Michael Sondermann

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Die Aktivitäten zu Beethovens 250. Geburtstag und die Kooperation mit der Beethoven Jubiläums GmbH waren eine hervorragende Chance, die Position Deutschlands als internationales Kulturreiseziel Nummer 1 der Europäer mit der weltweiten Themenkampagne ‚Discover Beethoven‘ wirkungsvoll in Szene zu setzen. Durch die Verbindung digitaler Marketinginstrumente, wie Virtual Reality-Anwendungen, Social Media-Kampagnen, klassischer Pressearbeit und publikumswirksamen Events in den Märkten konnten wir eine außerordentlich große Aufmerksamkeit generieren.“

Auf der Basis eines Kooperationsvertrags zwischen der Beethoven Jubiläums GmbH und der DZT realisierte die DZT die weltweite Vermarktung des Beethoven-Jubiläums 2020. Im Rahmen der Kampagne platzierte sie relevanten Content weltweit in über 50 Ländern. In allen Quellmärkten setzte die DZT auf moderne digitale Kommunikationsformen, um das klassische Erbe Beethovens zeitgemäß zu inszenieren. Damit bewarb sie erfolgreich Deutschland, Bonn und das Umland als attraktives Reiseziel und Kultur-Destination im Zeichen Beethovens.

Die Ernennung Bonns unter die weltweiten Top-Reiseziele von Tourismusverlagen wie Lonely Planet und Frommer´s sind Früchte der weitreichenden Positionierung. Stiegen das touristische Interesse und damit auch die Besucherströme zu Beginn der Feierlichkeiten merklich an, dämpfte die Corona-Pandemie die Entwicklung sofortiger Effekte im Jahresverlauf merklich. „Wir haben von Anfang an auf langfristige Impulse gesetzt. Diese Strategie zahlt sich jetzt besonders aus. Die internationale Bewerbung Bonns als Kultur-Destination ist gerade für Bereiche wie Asien und USA immer langfristig

angelegt – wer in Europa Urlaub machen möchte, plant dies meist mehrere Monate, wenn nicht sogar Jahre im Voraus. Damit steigern wir die Attraktivität Deutschlands als Fernreiseziel für Touristen mit längeren Aufenthalten, mehr Übernachtungen und einem hohen Konsum“, betont Ralf Birkner. Digitale Angebote und die Verlängerung der Feierlichkeiten bis einschließlich September 2021 sollen weitere Anregungen für Besuchs- und Reiseerlebnisse nach der Corona-Pandemie geben. Ralf Birkner erklärt weiter: „Schon mit dem ersten Lockdown haben wir unseren Fördernehmern signalisiert, dass es weitergeht und ihnen zudem Gestaltungsfreiräume ermöglicht, ihre Projekte auch digital umzusetzen. Das daraus entstandene Programm für 2021 und die vielfältigen Digitalangebote machen Lust auf Kultur vor Ort.“

Beethoven ist also nicht nur 2020 und 2021 ein Grund für eine Reise in die Region. Durch die erfolgreiche nationale und internationale Bewerbung haben die Beethoven Jubiläums GmbH und die DZT eine nachhaltige Aufmerksamkeit für Ludwig van Beethovens Heimat geschaffen.

Bei der Wahl des Leitthemas „Beethoven“ für das Jahr 2020, durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), spielte die Empfehlung der Stadt Bonn und der Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler hinsichtlich einer wirksamen Vermarktungsstrategie eine entscheidende Rolle und wurde durch den Kooperationsvertrag zwischen der Beethoven Jubiläums GmbH und der DZT signifikant aufgeladen. Der Fokus „Beethoven“ rückte somit in den Mittelpunkt der nationalen und internationalen touristischen Vermarktung. Die Folge waren in Anbahnung des Jubiläumjahres eine Vielzahl von Aktivitäten und Kooperationen – international durch die DZT und national mit den verschiedensten Partnern aus der Reiseindustrie wie z.B. dem RDA, dem VPR, dem Verband der Reisejournalisten, dem DTV, den Reiseveranstaltern aus den unterschiedlichsten Bereichen, Tourismus NRW usw.

Viele Eckpfeiler wurden unter anderem auf der ITB (Internationale Tourismus-Börse), einer der weltweit größten internationalen Tourismusmessen, in diesem Zusammenhang eingeschlagen. „Die Strategie hat zu einer spürbaren Platzierung Bonns und der Region als Reiseziel, insbesondere mit Blick auf Kultur und Musik, beigetragen. Auch die Reiseindustrie hat dies positiv aufgenommen und Angebote aktiv in ihren Vermarktungstools, national wie auch international platziert. Dies führte zu einem merklichen Effekt bei Anfragen und Buchungen, welche die ideale Kombinationsmöglichkeit zu weiteren Kernthemen der Region aufgriffen. Die synergetischen Effekte des Leitthemas wurden folglich für diese weiteren Themen genutzt und bieten die Möglichkeit, ein touristisch nachhaltiges Themenangebot von Interesse rund um das Leitthema zu etablieren“, erklärt **Udo Schäfer, Geschäftsführer der Tourismus & Congress GmbH.**

Corona hat die Resultate des Engagements gerade mit Blick auf das geplante Programm 2020 (Verlängerung 2021) in Teilen eingeschränkt. „Die Platzierung der Region Bonn in der Reiseindustrie über das Leitthema „Beethoven“ bleibt aber bestehen. In Zeiten der Pandemie, können so Themen auch weiter perspektivisch geplant und aufgegriffen werden, um durch und aus der dieser Ausnahmesituation zu kommen“, führt Schäfer aus.

Zahlen - Daten - Fakten zur DZT-Kampagne „Discover Beethoven“ im Überblick

Eine Microsite in sieben Sprachen bot Informationen zum Jubiläum sowie den kulturtouristischen Angeboten unter www.germany.travel online. Außerdem veranstaltete die DZT weltweit Social Media-Kampagnen und Influencer-Reisen. Die Social-Media-Aktivitäten wurden unter dem Hashtag #DiscoverBeethoven gebündelt.

- Rund **600 Posts** auf 23 marktspezifischen Facebook-Seiten der DZT erzielten eine **Reichweite von 18,6 Millionen** und generierten **über 100 000 Interaktionen**.
- **95 Tweets** auf Twitter führten zu **800 000 Impressions**.
- **360°-Videos** auf YouTube wurden **1,6 Millionen mal** abgerufen.

Mit dem internationalen Medienpartner CNN produzierte die DZT in der Reihe „Great Big Story“ fünf Videos, die im weltweiten Turner-Netzwerk sowie auf den Social-Media-Kanälen der DZT ausgespielt wurden und rund **vier Millionen Impressions** erzielten.

Eine Podcast-Serie mit sechs Episoden in sechs Sprachen erzählte vom Leben des Tonkünstlers und setzte es in Bezug zum Reiseland Deutschland. Die Podcasts erzielten eine **Reichweite von 4,7 Millionen Hörern**.

Die Veröffentlichungen nach Recherchereisen einzelner Journalisten sowie Gruppenpressereisen erreichten on- und offline **58 Millionen Menschen**.

Rund **900 Multiplikatoren** – darunter Partner aus der Reiseindustrie und Journalisten besuchten die 15 marktspezifischen Events und Aktionen (physische, Hybrid- und Digitalveranstaltungen).

Eine Virtual Reality-Anwendung bot mehr als **1 000 internationalen Gästen** die einzigartige Chance, mit Beethoven live am Piano Auszüge aus der 9. Sinfonie vierhändig zu „spielen“. Über eine Augmented Reality-Anwendung konnte man „Live-Fotos“ mit Beethoven produzieren.

Über die Beethoven Jubiläums GmbH: Das Beethoven-Jubiläum ehrt Ludwig van Beethovens 250. Geburtstag. Die als Tochtergesellschaft der Stiftung Beethoven-Haus gegründete gemeinnützige Beethoven Jubiläums GmbH koordiniert mit Unterstützung der Bundesregierung, des Landes Nordrhein-Westfalen, der Stadt Bonn und des Rhein-Sieg-Kreises ein deutschlandweites Programm, das unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier steht. Das vielfältige Programm ist zusammengefasst unter der Dachmarke „BTHVN2020“ und steht unter dem Motto „Beethoven neu entdecken.“ Die Feierlichkeiten dauern bis einschließlich September 2021. Die Terminübersicht des Jubiläums ist jeweils aktuell im Veranstaltungskalender auf www.bthvn2020.de zu finden.