



© DZT / Florian Trykowski

21.04.2026 17:00 CEST

Germany Travel Mart™ der DZT setzt klare Signale für deutschen Incoming-Tourismus

Erfolgsbilanz für GTM 2026 - intensiver Dialog zwischen deutscher und internationaler Reiseindustrie - GTM 2027 findet in Bremerhaven statt

Frankfurt am Main, 21. April 2026 – Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) zieht nach dem 52. Germany Travel Mart™ (GTM) vom 19. bis zum 21. April 2026 in Oberhausen eine positive Bilanz. Die 200 akkreditierten Einkäufer der internationalen Reiseindustrie vereinbarten über das Online-Buchungssystem der DZT rund 4.500 Gesprächstermine mit den 165

touristischen Unternehmen und Organisationen beim Workshop.

94 Prozent der Teilnehmer einer On-Site-Befragung bestätigten, dass sie mit dem diesjährigen GTM zufrieden oder sehr zufrieden waren. 98 Prozent konnten erfolgreich neue Geschäftsabschlüsse tätigen, und 85 Prozent wollen auch in Zukunft am GTM teilnehmen.

Gastgeber des GTM 2026 war die OWT Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH (OWT). Als Premium Partner unterstützten die Deutsche Lufthansa und Sixt die Umsetzung des Events.

Zum Abschluss übergab Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus, die Gastgeberrolle für den GTM symbolisch an Bremerhaven. Die Seestadt wird vom 29. Mai bis 2. Juni 2027 Gastgeber des 53. GTM.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erklärt dazu: „Gerade in der angespannten geopolitischen Situation hat sich der GTM ein weiteres Mal als starke Plattform für erfolgreiche Geschäftskontakte in unserer global vernetzten Branche bewiesen. Das haben uns die Vertreter der internationalen Reiseindustrie aus über 30 Ländern in zahlreichen Gesprächen bestätigt.“

Mein Dank an dieser Stelle gilt der OWT für die professionelle Organisation des diesjährigen GTM. Mit einem vielseitigen Rahmenprogramm konnten wir unseren internationalen Gästen eindrucksvoll die dynamische Transformation des Ruhrgebietes zu einer attraktiven Destination mit einem breiten kulturellen Angebot präsentieren. Ich bin sicher, dass auch Bremerhaven im kommenden Jahr einen hervorragenden Rahmen schaffen wird, um den internationalen Einkäufern die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft der deutschen Tourismusbranche zu präsentieren.“

Michael Gerber, Geschäftsführer Erlebnis Bremerhaven GmbH: „Dass der Germany Travel Mart™ 2027 in dem Jahr nach Bremerhaven vergeben wird, in dem unsere Stadt ihr 200-jähriges Bestehen feiert, ist für uns Auszeichnung und zugleich Anerkennung unserer Arbeit. Gastgeber zu sein für den GTM unterstreicht die touristische Bedeutung Bremerhavens im Deutschlandtourismus. Wir freuen uns sehr auf die drei Tage 2027. Als größte Stadt an der deutschen Nordseeküste sind wir ein attraktives Ziel im Städtetourismus und zugleich ein Magnet für Nordsee-Urlauber - vom

Deutschen Auswandererhaus über das Klimahaus Bremerhaven bis zum Deutschen Schifffahrtsmuseum und dem kleinsten wissenschaftlich geführten Zoo Europas, dem Zoo am Meer.“

Andreas Hugle, Leiter Destinationsentwicklung Erlebnis Bremerhaven GmbH:
„Mit der SAIL sind wir regelmäßig Gastgeber für internationale Großereignisse – und auch beim GTM wird die Welt bei uns zu Gast sein. Diese Chance gibt uns zusätzlichen Rückenwind für unsere zukünftige touristische Entwicklung.“

Bildhinweis

Von links nach rechts: Julia Grundmann, Bereichsleiterin Internationale Märkte & Kooperationen Mittelstand und Reiseindustrie; Michael Gerber, Geschäftsführer Erlebnis Bremerhaven GmbH; Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.; Rainer Suhr, Leiter Tourismus und Marketing OWT Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH

Über die DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. Als zentrale Organisation zur Förderung des Incoming-Tourismus nach Deutschland entwickelt die DZT in enger Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus dem Deutschlandtourismus, Verbänden und Wirtschaftsunternehmen Strategien und Marketingkampagnen, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern. Ziel ist es, zukünftige Wirtschaftspotenziale zu heben und damit zur wirtschaftlichen Wertschöpfung durch internationale Reisende in Deutschland beizutragen.

Die zentralen strategischen Handlungsfelder der DZT sind:

- Zielgerichtete Marktforschung und detaillierte Analysen globaler Reisetrends sowie marktspezifischer Kundennachfrage

- Vernetzung deutscher Anbieter mit der internationalen Reiseindustrie und ein intensiver Knowhow-Transfer zur Unterstützung der mittelständisch geprägten deutschen Reisewirtschaft
- Steigerung der Brand Awareness und Schärfung des Markenprofils des Reiselandes Deutschland mit Fokus auf der digitalen Transformation

Das Markenprofil des Reiselandes Deutschland „Germany Simply Inspiring“ steht dabei als Narrativ für ein serviceorientiertes Qualitätsreiseziel im Wettbewerb der Destinationen.

Die DZT steuert über ihre Zentrale in Frankfurt 21 Ländervertretungen in etablierten und potenzialstarken Quellmärkten.

Kontaktpersonen



Martina Binhack

Pressekontakt

Leiterin Presse und Public Affairs

martina.binhack@germany.travel

+49 69 97464-262