|  |
| --- |
| Pressinformation |
|  |

|  |
| --- |
| **Tysklands spapärlor står i fokus i Tyska Turistbyråns spakampanj****Med mer än 350 statligt godkända hälsobad och kurorter, 1 000 spahotell och en välfungerande medicinsk infrastruktur finns alla förutsättningar att må bra här. Tyskland står för hälsa och välbefinnande till en prisnivå som ligger långt under det man betalar i Sverige!** **Det visar Tyska Turistbyråns onlinekampanj upp under en fyra veckors period med start den 1 oktober.**Det var för drygt 2 000 år sedan romarna upptäckte Tysklands heta källor och grundade flera så kallade "romerska statsbad". Dessa förvandlades sedermera till några av Tysklands främsta kurorter såsom Baden-Baden eller Wiesbaden. Även kurorterna vid Tysklands östersjökust – t.ex. Heiligendamm som hyste G8-mötet år 2007 - bidrar till landets internationellt erkända topplacering bland europeiska wellnessdestinationer.Idag finns kurorter och hälsobad med olika terapeutiska inriktningar i hela landet. Att de är kvalitetscertifierade med medicinsk personal på plats är en trygghet för kunden. Konkurrenskraftiga priser på hotell- och restaurangbesök – särskilt nu när kronan är så stark - och bra trafikförbindelser gör en hälsosemester i Tyskland särskilt attraktivt för svenskar. Att de flesta kurorterna håller öppet året runt är ytterligare ett plus.- Minst lika viktigt för en lyckad hälsoresa är det omfattande fritidsutbudet, den goda maten och den traditionsrika vackra arkitekturen man ser i många kurorter, säger Iris Müller som är ansvarig för Tyska Turistbyrån i Stockholm. I kampanjpotten **finns dessutom fem härliga sparesor att vinna, sponsrade av Stena Line och de partners som är med i kampanjen.****Kampanjinformation**Kampanjen ”**Vinn resor till Tysklands spapärlor**” (länk: [http://www.germany.travel/se /ms/schweden\_wellness/index\_11.html](http://www.germany.travel/se%20/ms/schweden_wellness/index_11.html)) pågår from 1 - 31 oktober och når ut till drygt 12 miljoner kontakter i Sverige. Den rullar främst på hälsoinriktade digitala sajter. Huvudsakliga målgrupper är kvinnor och Best Agers i södra och mellersta Sverige. Kampanjen sker i samarbete med turistråden för de tyska förbundsländerna Niedersachsen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern och den östersjöbelägna spadestinationen Travemünde såsom hotellkedjan Maritim.**Om DZT**Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) är Tysklands nationella turistråd med huvudkontor i Frankfurt am Main. DZT representerar Tyskland som resmål på uppdrag av förbundsministeriet för ekonomi och teknik (BMWi) och stöds av denna instans enligt ett beslut i den tyska förbundsdagen. DZT utvecklar och tillhandahåller strategier och produkter för att ytterligare stärka den positiva bilden av tyska resmål utomlands och främja turismen i Tyskland. DZT finns representerat i 30 länder över hela världen. Mer information finns på vårt presscentrum online, www.germany.travel/presse. |