



PRESSEINFORMATION

November 2019

Brand USA und United Airlines unterzeichnen globales Sponsoring-Abkommen

Dreijahresvertrag soll US-Tourismus aus aller Welt fördern

München – 6. November 2019. Brand USA, die offizielle Destinationsmarketingorganisation der Vereinigten Staaten, und United Airlines wollen in den kommenden Jahren enger zusammenarbeiten. Mithilfe einer entsprechenden, mehrere Jahre umfassenden Sponsoring-Vereinbarung sollen noch mehr Reisende aus aller Welt in das Land der unbegrenzten Möglichkeiten gelockt werden. United Airlines fungiert im Rahmen der Vereinbarung unter anderem als offizieller „Global Airline Sponsor“ von Brand USA und als exklusiver Airline-Sponsor des Brand USA IMAX®-Films „Into America's Wild“, der im Februar 2020 Premiere feiert. Der Film nimmt das internationale Publikum mit auf eine Reise durch die Vereinigten Staaten: auf malerischen Straßen, durch jahrtausendealte Landschaften, auf unbekanntem Wegen und zu versteckten Juwelen, die die Natur des Landes prägen. „Into America's Wild“ präsentiert die größten Outdoor-Erlebnisse der USA – vom Kajakfahren an der atemberaubenden Küste Oregons über die Durchquerung majestätischer Canyons im Südwesten bis hin zur Erkundung der Wildnis Alaskas, der Wanderung entlang des Appalachen Trails und vielem mehr.

„Unser Sponsoring mit United Airlines entstand aus unserer gemeinsamen Vision, Amerikas größte Schätze mit Reisenden aus aller Welt zu teilen. Gemeinsam sind wir fest entschlossen, kreative Wege zu finden, um noch mehr Gäste auf die Vereinigten Staaten aufmerksam zu machen“, erklärt Christopher Thompson, Präsident und CEO von Brand USA. „Reiseentscheidungen werden zunehmend von unterhaltsamen Inhalten und spannenden Geschichten beeinflusst. Mit einer Fülle an Themen und Marketinginnovationen verfügen Brand USA und United Airlines über die richtigen Ressourcen, um die USA im weltweiten Reisesektor perfekt zu positionieren.“

United Airlines und United Express bieten fast 5.000 tägliche Flüge zu mehr als 350 Zielen in den USA und auf der ganzen Welt an. In den vergangenen zwei Jahren hat United 26 neue internationale Strecken angekündigt, darunter Nonstop-Verbindungen zwischen den Vereinigten Staaten und Prag, Kapstadt, Nizza, Tahiti, Neapel, Palermo, Porto sowie Reykjavik. „Bei United Airlines bauen wir unser branchenführendes internationales Netzwerk weiter aus, indem wir 2019 mehr internationale Kapazität aufbauen als jeder andere US-Carrier“, erklärt Mark Krolick, Vice President of Marketing bei United Airlines. „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Brand USA, um die Vereinigten Staaten den Reisenden auf der ganzen Welt zu präsentieren.“

ÜBER BRAND USA

Brand USA, die offizielle touristische Marketingorganisation der Vereinigten Staaten von Amerika, wurde gegründet, um die USA weltweit als erstklassiges Reiseziel zu vermarkten. Die Aufgabe von Brand USA ist es, internationale Reisen in die USA zu fördern, um so den touristischen Beitrag an der Wirtschaftsleistung zu erhöhen. Eine weitere Aufgabe der Public-Private-Partnership-Organisation ist es, das Image der Vereinigten Staaten weltweit zu verbessern. Gegründet als Corporation for Travel Promotion im Jahre 2010, begann die Organisation Brand USA ihre Arbeit im Mai 2011. Laut Studien von Oxford Economics konnten durch die Marketinginitiativen von Brand USA in den letzten drei Jahren mehr als drei Millionen zusätzliche Besucher in den USA begrüßt werden, woraus eine wirtschaftliche Auswirkung von fast 21 Milliarden US-Dollar und durchschnittlich jährlich 51.000 zusätzliche Arbeitsstellen resultieren.

PRESSEKONTAKT

Lieb Management & Beteiligungs GmbH

Verena Ullrich

Bavariaring 38

D-80336 München

Tel.: +49 (0)89 689 0 638 - 703

E-Mail: vullrich@thebrandusa.de

Internet: www.lieb-management.de

