



BRAND USA KÜNDIGT PROGRAMM ZUR FÖRDERUNG DES INTERNATIONALEN REISEVERKEHRS AUF DEM IPW 2025 AN

Brand USA stellt neue globale Tourismuskampagne „America The Beautiful“ vor und lanciert digitale Plattform AmericaTheBeautiful.com.

Augenmerk auf ein Jahrzehnt bedeutender Großereignisse – darunter America250, die Fußball-WM 2026, 100 Jahre Route 66, die Olympischen Sommerspiele 2028 und Paralympics sowie die Olympischen Winterspiele 2034 und neue touristische Angebote

CHICAGO, IL (16. Juni 2025) - [Brand USA](#), die Destinationsmarketing-Organisation der Vereinigten Staaten und Hauptsponsor der Tourismuskonferenz IPW der U.S. Travel Association, präsentierte auf ihrer Jahrespressekonferenz am McCormick Place in Chicago, Illinois, ihre Vision für die Zukunft des internationalen Reisens in die Vereinigten Staaten. Die neue globale Tourismuskampagne mit dem Titel [America the Beautiful](#), soll das Beste der Vereinigten Staaten zeigen und den internationalen Reiseverkehr im Jahr 2025 und darüber hinaus ankurbeln.

„Mit Blick auf 2026 und darüber hinaus sind wir stolz, *America the Beautiful* anzukündigen – eine ambitionierte und beispiellose globale Tourismus-Kampagne“, sagte Fred Dixon, Präsident und CEO von Brand USA. „Es gab nie einen besseren Zeitpunkt, um die Schönheit und Energie der USA zu entdecken – ein Land, das nach wie vor das begehrteste Fernreiseziel der Welt ist. Diese Kampagne sendet eine klare Botschaft: Die USA sind offen für Besucher und bereit, legitime internationale Reisende willkommen zu heißen. Wir sind überzeugt, dass diese Initiative neues Interesse wecken und die emotionale Bindung weltweit vertiefen wird.“

AMERICA THE BEAUTIFUL

Der Kampagnenstart ist für August geplant. *America the Beautiful* ist eine flexible, emotional ansprechende Plattform, die neue Begeisterung für Reisen in die USA entfachen und internationalen Besuchern die Vielfalt, Herzlichkeit und Schönheit amerikanischer Menschen und Orte bewusster machen soll.

„Besucher kommen nicht nur, um Amerika zu sehen – sie kommen des Gefühls wegen und um mit den Menschen in Kontakt zu treten, unsere Landschaften zu erkunden und unsere Geschichten zu erleben. *America the Beautiful* gibt uns eine neue Möglichkeit, diese Geschichten zu erzählen – und die Welt einzuladen, Teil davon zu werden“, so Dixon weiter.

Unterstützt wird die Kampagne durch die heute gestartete digitale Plattform [AmericaTheBeautiful.com](https://www.AmericaTheBeautiful.com), die in Zusammenarbeit mit [Mindtrip](#) Künstliche Intelligenz nutzt, um die Reiseerfahrung individuell zu gestalten und zu verbessern. Ziel ist ein intuitiveres, datenbasiertes Marketing, das es Brand USA ermöglicht, besser zu verstehen, was globale Zielgruppen inspiriert, und dementsprechend maßgeschneiderte und anregende Inhalte zu liefern.

„Diese Kampagne ist eine Erzählplattform, die der Welt einen frischen Blick auf die USA ermöglicht“, sagte Leah Chandler, Chief Marketing Officer von Brand USA. „Wir sprechen gezielt Emotionen wie Nostalgie und Neugier an – jene Gefühle, die Reisende schon immer in die Vereinigten Staaten gezogen haben. Die Plattform ist skalierbar und ermöglicht es unseren Partnern, sich einzubringen, zusammenzuarbeiten und unsere gemeinsame Botschaft weltweit zu verstärken.“

Darüber hinaus wirbt Brand USA in Zusammenarbeit mit dem U.S. Department of Transportation bei internationalen Reisenden den [Great American Road Trip](#) näherzubringen – mit 250 Sehenswürdigkeiten im ganzen Land.

Im Fiskaljahr 2024 haben die [Marketingaktivitäten von Brand USA](#) rund 1,6 Millionen zusätzliche internationale Besucher, fast 6 Milliarden US-Dollar zusätzliche Besucher-Ausgaben und knapp 80.000 amerikanische Arbeitsplätze generiert. Daraus resultierten 1,7 Milliarden US-Dollar an Steuereinnahmen auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene sowie ein gesamtwirtschaftlicher Effekt von nahezu 13 Milliarden US-Dollar.

Laut der aktuellen Omnibus-Studie von Brand USA bleiben die USA unter den weltweit befragten Märkten das Reiseziel Nr. 1, das in den kommenden zwölf Monaten am ehesten besucht wird. Die Reiseabsicht stieg in mehreren wichtigen Märkten – etwa Japan, Frankreich, Südkorea und Kanada - von Monat zu Monat. Besonders hervorzuheben: Mexiko erreichte den höchsten Wert seit Januar, während Kanada den zweiten Monat in Folge zulegte und damit eine anhaltende Phase des Rückgangs umkehrte.

Im Jahr 2025 wächst die internationale Flugverbindung in die USA weiter – mit über 853.000 Nonstop-Flügen auf 1.683 Routen, die 249 Städte in 262 Flughäfen weltweit mit 84 US-Flughäfen in 74 Städten verbinden. Zu den neuen Routen gehören unter anderem Orlando–Paris (Air France), Nashville–Dublin (Aer Lingus) und San Francisco–Adelaide (United). In diesem Jahr allein starten 44 neue Nonstop-Verbindungen aus 26 Ländern, die über 1,6 Millionen zusätzliche Sitzplätze zu den US-Gateways beitragen.

AMERICA THE BRAND NEW

Mit Blick in die Zukunft hebt Brand USA ein entscheidendes Jahrzehnt für den Tourismus hervor – geprägt von globalen Events, nationalen Jubiläen und einzigartigen Besucher-Erlebnissen.

Den Auftakt bildet in diesem Monat das Fußballturnier Club World Cup, gefolgt vom Golf-Wettbewerb Ryder Cup in New York, dem Super Bowl LX in Kalifornien und der Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer 2026. Um die Planung zu unterstützen, hat Brand USA eine Reihe von [maßgeschneiderten Reiserouten](#) für die Reisebranche veröffentlicht die FIFA-Gastgeberstätte und Trainingslager mit benachbarten Regionen und Ziele verknüpfen.

2028 und 2034 begrüßen die USA die Welt erneut: Los Angeles wird Gastgeber der Olympischen Sommerspiele und Paralympics, während Salt Lake City Austragungsort der Olympischen Winterspiele sein wird. Zum ersten Mal finden auch die Rugby-Weltmeisterschaften der Männer und Frauen in den USA statt – 2031 bzw. 2033 in verschiedenen Städten im ganzen Land.

Ein weiteres zentrales Ereignis wird 2026 gefeiert: das [100-jährige Jubiläum der Route 66](#), der legendärsten Straße der Welt. Über acht Bundesstaaten – von Illinois bis Kalifornien – wird sie durch Veranstaltungen und Erlebnisse zum Leben erweckt, die den Geist des Great American Roadtrip und der angrenzenden Orte feiern. Ebenfalls 2026: [America 250](#), das 250-jährige Bestehen der Vereinigten Staaten, mit einem landesweiten Jubiläumsjahr aus Ausstellungen, Events und Programmen in allen 50 Bundesstaaten. Brand USA hat offiziell eine Partnerschaft mit der [America250 Commission](#) geschlossen, um diese Jubiläumsfeier mit Leben zu erfüllen.

Reisenden bietet sich eine Fülle von neuen Erlebnissen – eine Auswahl der neuen Angebote in den USA sowie Neues und Wissenswertes gibt es [hier](#).

2025 und 2026 präsentiert das Land neu inszenierte Wahrzeichen, neue Attraktionen und einzigartige Erlebnisse. [Universal Epic Universe](#) in Orlando, Florida, hat eine neue Ära des thematischen Entertainments eingeläutet, und 2026 wird diese Energie mit der Einführung des zweiten Standorts des [Mattel Adventure Park](#)'s in Kansas fortgesetzt. In den Jahren 2025 und 2026 präsentiert das Land neu inszenierte Wahrzeichen, neue Attraktionen und einzigartige Erlebnisse. Universal Epic Universe in Orlando, Florida, hat eine neue Ära des thematischen Entertainments eingeläutet, und 2026 wird diese Energie mit der Einführung des zweiten Standorts des Mattel Adventure Park in Kansas fortgesetzt. Der [MegaZip](#) in Pigeon Forge, Tennessee, bietet adrenalingeladene Abenteuer hoch über den Great Smoky Mountains auf Amerikas längster Zipline. In Kansas City zeigt das brandneue [Museum of BBQ](#) diese typisch amerikanische Küche und welche regionalen Stile das BBQ in den USA prägen. [Dataland](#), das in Los Angeles eröffnet wird, ist das weltweit erste Museum, das der KI-Kunst gewidmet ist. Und in Bentonville, Arkansas, bietet das [The Compton](#) – ein neues Boutique-Hotel am historischen Marktplatz des Ortes Kleinstadt-Luxus mit fußläufigem Zugang zu Parks, Food Trucks und Galerien.

Naturfreunde können sich auf den fertiggestellten knapp 55 Kilometer langen [Adirondack Rail Trail](#) im Bundesstaat New York freuen. Im San Antonio Zoo bietet die neue [Spekboom Lodge](#) Wildlife-Erlebnisse. Allertotes definieren große und kleine, städtische und ländliche Erlebnisse Reisen in die USA neu.

Mehr Informationen zu Brand USA unter [TheBrandUSA.com](#). Die nächste USA-Reise kann ab sofort unter [AmericaTheBeautiful.com](#) geplant werden.

Über Brand USA

Brand USA ist die nationale Organisation für Destinationsmarketing, die sich dafür einsetzt, den legalen internationalen Reiseverkehr zu fördern, um die US-Wirtschaft zu stärken, den Export anzukurbeln, hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen und den Wohlstand der Gemeinden zu fördern. Durch die Durchführung datengestützter Kampagnen und die Vereinheitlichung der Botschaften von Industrie und Regierung positioniert Brand USA die Vereinigten Staaten als erstklassiges globales Reiseziel und bietet aktuelle Visa- und Einreiseinformationen.

Brand USA wurde 2010 durch den Travel Promotion Act ins Leben gerufen und war in den letzten 12 Jahren in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Reisebranche dafür verantwortlich, 10,3 Millionen zusätzliche Besucher anzuziehen, die fast 35 Milliarden US-Dollar in den Vereinigten Staaten ausgaben, 76 Milliarden US-Dollar an Wirtschaftsleistung generierten und fast 40.000 Arbeitsplätze pro Jahr erhielten. Ohne Kosten für die Steuerzahler haben diese Bemühungen 10 Milliarden Dollar an Steuereinnahmen generiert und für jeden ausgegebenen Dollar 20 Dollar in die US-Wirtschaft zurückgeführt.

MEDIENKONTAKT:

Evelyn Dathe / Bianca Thiel

Public Relations

Tel: +49 151 72445479 / +49 151 53557386

edathe@thebrandusagsa.com / bthiel@thebrandusagsa.com