

BRAND USA

BRAND USA MACHT DEN DACH-MARKT MIT DEM MITTLEREN WESTEN VERTRAUT

Die Destination Immersion 2025 begeisterte mit drei Routen durch sechs US-Bundesstaaten

CHICAGO, IL (07. Oktober 2025) — Brand USA, die offizielle Organisation für Tourismusmarketing der Vereinigten Staaten, führte im diesjährigen *Destination Immersion Program* des DACH-Markts in Zusammenarbeit mit Lufthansa, United Airlines und Air Canada in den Mittleren Westen der USA. Expedienten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz erkundeten im September über drei maßgeschneiderte Touren unter anderem die malerische Gegend von Michigan, die ersten Etappen der Route 66 in Illinois und Missouri mit Abstecher nach Indiana sowie die Produktpalette von Minnesota bis Wisconsin. Die *Immersion*s mündeten am 29. September mit einem Abschluss-Event in Chicago, Illinois.



Im Bild: Expedientengruppe "From Detroit to Dunes" unterstützt von Lufthansa, "Great Lakes & City Vibes" unterstützt von Air Canada und "Spirit of the Midwest" unterstützt von United Airlines, sowie Choose Chicago, Southwest Adventure Tours und Brand USA ©Brand USA. Hochauflösendes Bildmaterial [hier](#) zum Download

Als eine der zentralen Initiativen von Brand USA bietet das Destination Immersion-Programm (im Reisehandel oft als „FAM“ bezeichnet) Reiseprofis die Möglichkeit, sich mit den Sehenswürdigkeiten und dem Abwechslungsreichtum der Vereinigten Staaten vertraut zu machen und ihr Wissen zu vertiefen. Zugleich untermauert Brand USA damit die Förderung der USA als internationales Reiseziel, die wichtige wirtschaftliche Bedeutung des Incoming-Tourismus und folglich die Relevanz für den Arbeitsmarkt im ganzen Land.

„Seit mehr als einem Jahrzehnt bringen unsere Destination Immersions Reisepartner zusammen, um die Vereinigten Staaten auf anregende Weise zu erleben“, sagt Fred Dixon, Präsident und CEO von Brand USA. „Durch die Kombination von Networking, Schulungen und interkulturellem Austausch fördert das Programm das gegenseitige Verständnis, ermöglicht den Aufbau von Kontakten und generiert bedeutende wirtschaftliche Auswirkungen für Regionen im ganzen Land.“

29 Expedienten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz hatten im September 2025 die Möglichkeit, an der diesjährigen Destination Immersion teilzunehmen. Bewerben konnte sich jeder, der im e-learning *USA Discovery Program* mindestens Gold-Status erreicht hatte, sowie die Schulung *Erlebnisse: Experte für Großstadtpuls - Der Mittlere Westen* und die *Partnerspezialisierungen: Mittlerer Westen* absolviert hatte.

Die Teilnehmer führte es über drei speziell kuratierte Reiserouten durch insgesamt sechs Bundesstaaten im Mittleren Westen der USA: Illinois, Wisconsin, Minnesota, Michigan, Indiana und Missouri. Zu den Highlights gehörten Milwaukee, die kunst- und designaffine Geburtsstätte von Harley Davidson am Lake Michigan gelegen. Auf der Route 66 begeisterten natürlich die nostalgischen Stopps entlang der Mother Road, wie die *Ambler's Texaco Station*, *American Diners* und *Drive-Ins*. Von Detroit aus, jener Stadt, die sich selbst wieder neu erfunden hat, ging es wiederum an die Küstenlinie von Michigan, wo imposante Sanddünen und der malerische Ort *Traverse City* oft überraschende Eindrücke hinterließen.

Das Programm endete mit einer Abschlussveranstaltung in Chicago, bei der die Teilnehmer zusammenkamen, Kontakte knüpften, ihre Erkenntnisse austauschten, neue Perspektiven auf die USA gewannen und zudem die lebendige Kultur der Stadt erlebten. Ob per Flussfahrt auf dem *Chicago River* oder in atemberaubender Höhe auf dem *Skydeck* des ikonischen *Willis Tower* – ihnen bot sich eine Aussicht über eine Stadt voll gespickt mit architektonischen Highlights, immer mit etwas Musik in der Luft.

Malcolm Smith, Senior Vice President, Global Markets & Chief Trade and Product Development Officer, betonte: „Unser Destination Immersion Programm bietet Reiseprofis die Möglichkeit, Verbindungen zu jenen Orten herzustellen, die sie verkaufen. Das unmittelbare Erleben der USA aus lokaler Perspektive vertieft nicht nur ihr Fachwissen, sondern wirkt sich auch gewinnbringend auf die besuchten Destinationen aus - unter anderem durch intensiveren, fundierten Austausch. Deutschland, Österreich und die Schweiz sind bedeutende Quellmärkte. Deren Reisende besuchen die USA gerne wiederholt und mögen es, auch unbekanntere Regionen zu erkunden. Das Streckennetz der Fluggesellschaften spielt dabei eine gewichtige Rolle. Wir danken unseren Airline-Partnern – Lufthansa, United Airlines und Air Canada - die mittels ihrer Direkt- und attraktiven Stopover-Verbindungen nach Detroit, Chicago, und Minneapolis das Reisen in die USA ermöglichen.“

„Reiseberater sind nach wie vor vertrauenswürdige Ansprechpartner und spielen eine wichtige Rolle bei der Förderung internationaler Reisen in die Vereinigten Staaten“, so Jackie Ennis, Vice President, Global Trade Development, bei Brand USA. „Das Destination Immersion-Programm unterstreicht das Engagement von Brand USA, authentische Reiseerlebnisse zu fördern und gleichzeitig die USA als einladendes Reiseziel für Besucher aus aller Welt zu präsentieren.“

Der DACH-Markt zählt zu den wichtigsten Überseemärkten der Vereinigten Staaten. Nach Jahren des kontinuierlichen Anstiegs der Besucherzahlen auf zusammengerechnet über zweieinhalb Millionen Besuchern im Jahr 2024 werden für das Jahr 2025 vergleichsweise weniger Besuche erwartet, dennoch liegt das Einreise-Niveau mit fast 1,53 Millionen Einreisen von Januar-August nach wie vor im oberen Segment. Der DACH-Markt rangiert unter den Top 5 der Überseemärkte. (Quelle: The National Travel and Tourism Office).

Die vollständige Liste der Reiserouten umfasst:

Great Lakes & City Vibes: Culture, Cuisine, and Coastlines

- Minneapolis, Minnesota
- Bloomington Minnesota
- La Crosse, Wisconsin
- Madison, Wisconsin
- Milwaukee, Wisconsin

From Detroit to Dunes: Cars, Culture, and Coastal Charm

- Detroit, Michigan
- Traverse City, Michigan
- Lake Michigan Shoreline
- St. Joseph, Michigan

Spirit of the Midwest: From Route 66 to Rising Skylines

- Joliet, Illinois
- Dwight, Illinois
- Pontiac, Illinois
- Springfield, Illinois
- St. Louis, Missouri
- Indianapolis, Indiana

Über Brand USA

Brand USA ist die nationale Organisation für Destinationsmarketing der Vereinigten Staaten. Sie hat zum Ziel, legalen internationalen Reiseverkehr zu fördern, die US-Wirtschaft zu stärken, den Export anzukurbeln, hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen und lokale wirtschaftliche Entwicklung zu unterstützen. Durch datengestützte Kampagnen und eine koordinierte Kommunikationsstrategie zwischen Wirtschaft und Regierung positioniert Brand USA die Vereinigten Staaten als erstklassiges globales Reiseziel und bietet zudem Visa- und Einreiseinformationen. Brand USA wurde 2010 durch den Travel Promotion Act ins Leben gerufen und war in den vergangenen zehn Jahren in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Reisebranche dafür verantwortlich, 8,7 Millionen zusätzliche Besucher anzuziehen, die fast 29 Milliarden US-Dollar in den Vereinigten Staaten ausgaben, 63 Milliarden US-Dollar an Wirtschaftsleistung generierten und fast 37.000 Arbeitsplätze pro Jahr erhielten. Ohne jegliche Kosten für die Steuerzahler haben diese Bemühungen 8,3 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

Repräsentanzagentur

Lieb Management & Beteiligungs GmbH · Bavariaring 38 · 80336 München

Sitz der Ges.: München · Amtsgericht München · HRB 223287 · Geschäftsführer: Detlef Freiherr von Weitershausen-Haner, Hugh McConnell, Katherine Briscoe, Caroline Moultrie