BRAND USA RELAUNCHT CORPORATE PLATTFORM

Der neu gestaltete digitale Auftritt erleichtert der Reisebranche, Medien und weiteren Partnern den Zugang zu Programmen, Marktforschung und Ressourcen

MÜNCHEN / WASHINGTON, D.C. (27.08.2026) – Seit mehr als einem Jahrzehnt ist TheBrandUSA.com die zentrale Anlaufstelle für die Reiseindustrie, Medien und Regierungsvertreter in den USA, um Daten und Programme rund um die Arbeit von Brand USA zu erhalten. Brand USA, die Destinationsmarketing-Organisation für die Vereinigten Staaten, stellte nun eine neu gestaltete und umstrukturierte Unternehmenswebsite vor. Der neue Auftritt bietet allen Interessierten – ohne erforderliches Login – einen einfachen Zugriff auf Daten zu wirtschaftlichen Auswirkungen, Informationen zu Partnerprogrammen, Ressourcen für die Reiseindustrie sowie einen neu gestalteten Pressebereich.

„Unsere Partner verlassen sich darauf, dass wir ihnen schnelle und zuverlässige Antworten liefern – sei es bei der Suche nach dem passenden Aktions-Programm, beim Zugriff auf die richtigen Ressourcen oder bei der Kontaktaufnahme mit unserem Team. Dank der neuen Seiten können sie leichter finden, was sie benötigen, und mit Brand USA in Kontakt treten“, sagte Fred Dixon, Präsident und CEO von Brand USA. „Gleichzeitig erhalten Medien, Gesetzgeber und andere Interessensgruppen leichteren Zugang zu Informationen und Erkenntnissen, die den Wert des internationalen Tourismus für die US-Wirtschaft und Gemeinden im ganzen Land verdeutlichen.“

TheBrandUSA.com ist darauf zugeschnitten, wie Partner, Medienvertreter und Fachleute aus der Reisebranche nach Informationen suchen und verfügt über eine personalisierte Suchfunktion, die Besucher je nach ihren Bedürfnissen mit relevanten Programmen und Ressourcen verbindet.

Neu auf TheBrandUSA.com:

- **Daten zu den wirtschaftlichen Auswirkungen, die zitier- und teilbar sind.** Kennzahlen zu den wirtschaftlichen Auswirkungen sowie Faktenblätter für die einzelnen Bundesstaaten sind nun an einem Ort gebündelt und so aufbereitet, dass Tourismusdestinationen sie direkt an Regierungsbüros, Gremien und Kongressdelegationen weitergeben können.

- **Ein Pressebereich, der auf die Bedürfnisse von Journalisten zugeschnitten ist.** Ein filterbares Archiv für Pressemitteilungen und Nachrichten, ergänzt um Medienmaterialien, die direkt bei den jeweiligen Inhalten abrufbar sind.
- **Ein klarerer Überblick über die Partnerprogramme von Brand USA**. Eine filterbare Liste aller Partnerprogramme, ergänzt durch einen Leitfaden für den Einstieg, der erklärt, was Brand USA tut, wer mit der Organisation zusammenarbeitet und wie man sich beteiligen kann.
- **Ein Kalender.** Roadshows, Sales Missions, USA-Pavillons, Webinare und Vorstandssitzungen sind nun in einem einzigen Kalender zusammengefasst, der nach Art, Markt und Datum gefiltert werden kann.
- **Praktische KI-Schulungen für die Branche.** KI-Webinare, Aufzeichnungen vergangener Veranstaltungen, Artikel und Schulungsressourcen sind nun an einem Ort zusammengefasst und helfen Partnern dabei, die praktischen KI-Kenntnisse aufzubauen, die sie angesichts der sich weiterentwickelnden Branche benötigen.

Neben der öffentlichen Website hat Brand USA auch sein „Partner Success Portal“ aktualisiert, das Programmressourcen, Forschungsergebnisse und Account-Tools für Partnerorganisationen an einem Ort bündelt und damit Informationen zusammenführt, die zuvor über mehrere Systeme verteilt waren.

Weitere Informationen zu USA-Reiseressourcen finden Sie unter TheBrandUSA.com.

Über Brand USA

Brand USA ist die nationale Organisation für Destinationsmarketing, die sich dafür einsetzt, legitimen internationalen Tourismus anzuziehen, um die US-Wirtschaft zu stärken, Exporte zu steigern, hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen und den Wohlstand der Gemeinden zu fördern. Durch datengestützte Kampagnen und die einheitliche Kommunikation zwischen Industrie und Regierung positioniert Brand USA die Vereinigten Staaten als eines der Top-Reiseziele weltweit und informiert gleichzeitig über aktuelle Visa- und Einreisebestimmungen. In den vergangenen 13 Jahren hat Brand USA 11,3 Millionen zusätzliche internationale Besucher in die Vereinigten Staaten gebracht, die dort 38,1 Milliarden US-Dollar ausgaben. Dies führte zu einer gesamtwirtschaftlichen Wirkung von 82,9 Milliarden US-Dollar und sicherte durchschnittlich mehr als 40.000 Arbeitsplätze pro Jahr. Diese Anstrengungen haben auf Bundes-, Landes- und lokaler Ebene zu Steuermehreinnahmen in Höhe von fast 11 Milliarden US-Dollar geführt.