

PRESSE-INFORMATION

Politik und Prominenz auf der Eröffnungsgala der ITB Berlin

Die ITB Berlin eröffnen am 8. März Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit und Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle sowie Adam Giersz, Minister für Sport und Tourismus der Republik Polen – Polnischer Ehrengast ist Lech Walesa – Avantgardistisches Showprogramm und Gala-Empfang zum Start der weltweit größten Reisemesse

Berlin, 28. Februar 2011 – Auftakt mit Prominenz aus Politik und Tourismus: In diesem Jahr eröffnen die ITB Berlin Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit und Rainer Brüderle, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie. Die Eröffnungsfeier der ITB Berlin 2011 findet am Vorabend des ersten Messtages am 8. März 2011 um 18 Uhr in Saal 1 des ICC Berlin statt.

Zur Begrüßung richtet zudem der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe Berlin, Raimund Hosch, das Wort an die rund 4.500 internationalen Vertreter der Branche. Aus der Reiseindustrie haben sich namhafte Vertreter aus der ganzen Welt angekündigt. Taleb Rifai, Generalsekretär der World Tourism Organization (UNWTO) und Klaus Laepple, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW) werden bei der Eröffnung Ansprachen halten. Für das diesjährige Partnerland Polen spricht S. E. Adam Giersz, Minister für Sport und Tourismus der Republik Polen. Das Partnerland Polen kommt mit einer hochrangigen Delegation zur Eröffnungsfeier. Prominentester Vertreter ist Lech Walesa, Präsident der Republik Polen a.D.

Unter dem Motto „Move your Imagination“ wird Polen eine fulminante Show mit interaktiven Elementen inszenieren. Höhepunkt der Abendgala ist eine multimediale Erzählung über Polen, realisiert in moderner 3D-Technik auf einem 26 Meter großen Bildschirm. Zentrales Element ist ein weißer Würfel, der ein wiederkehrendes Element der gesamten Werbekampagne Polens ist. Die Gäste des Eröffnungsabends können durch die Bewegung des handlichen Würfels direkt auf das Gesehene in der 3D-Welt Einfluss nehmen und die Handlung auf dem Bildschirm bestimmen. Um das traditionelle Bild von Polen aufzubrechen, wurden die Spots stilistisch jeweils unterschiedlich gestaltet: Von Comics über einen malerischen Film, der die Naturschönheiten des Landes präsentiert, bis hin zu einem Fußball-Film, der von Werbefilmen inspiriert wurde. Die reale und virtuelle Welt werden in einer großen Tanzshow vereint. Eine Formation virtueller Tänzer in 3D bildet den Rahmen für die Performance der Gruppe VOLT und die Tänzer der Sendung „You Can Dance“ in der Choreographie von Agustin Egurrola.

Danach lädt das Partnerland zu frisch aus Polen importierten landestypischen Spezialitäten und kulinarischen Köstlichkeiten ein.

www.ITB-Berlin.de

ERÖFFNUNGSBERICHT

ITB Berlin erneut ausgebucht:

11.163 ausstellende Unternehmen aus 188 Ländern

Weltweit führende Messe der internationalen Reiseindustrie mit Produktvielfalt der gesamten Wertschöpfungskette der Reiseindustrie in 26 Hallen – Technologie und Prozessinnovationen im Mittelpunkt der neuen „eTravel World“ – Partnerland Polen präsentiert Highlights der EURO 2012 in eigener Halle – ITB Berlin spiegelt Wachstum von Marktsegmenten und Nachfrage boomender Märkte – ITB Berlin Kongress beleuchtet die Megatrends der Reiseindustrie – Aktuelles Panel zu den Umwälzungen in Nahost – [PhoCusWright@ITB](#) erstmals komplett in Kongress integriert und kostenfrei

Berlin, 8. März 2011 – Vom 9. bis 13. März 2011 präsentieren 11.163 ausstellende Unternehmen (2010: 11.127) aus 188 Ländern (2010: 187) auf der 45. ITB Berlin ihre Produkte und die neusten Reisetrends. Die führende Messe der internationalen Reiseindustrie ist erneut ausgebucht und erwartet rund 100.000 Fach- und 60.000 Privatbesucher. In 26 Hallen und auf 160.000 Quadratmetern können sie sich über das gesamte Spektrum der touristischen Wertschöpfungskette informieren. Auch Ägypten und Tunesien nutzen die ITB Berlin, um die Tourismusbranche ihrer Länder auf den Neustart nach den politischen Umwälzungen vorzubereiten. Auf dem ITB Berlin Kongress werden zudem die Folgen der politischen Unruhen im arabischen Raum für den Tourismus diskutiert. Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin: „Die Nachfrage der Aussteller übersteigt einmal mehr das Platzangebot der ITB Berlin. Alle wichtigen Marktteilnehmer treffen sich unter dem Berliner Funkturm. Die internationale Reiseindustrie erwartet 2011 erneut Rekordzahlen. Haupttreiber sind aufsteigende Märkte wie Asien, Mittelamerika oder auch Osteuropa. Die Aussteller aus diesen Segmenten setzen sich auf der ITB Berlin entsprechend in Szene.“

Neues Forum „eTravel World“

Technologie und Prozessinnovationen werden für die Reiseindustrie immer wichtiger. Die ITB Berlin hat deshalb ein neues Forum geschaffen. In der „eTravel World“ wird das Segment „Mobile Travel Services“ mit der im vergangenen Jahr erfolgreich etablierten ITB Social Media Lounge in Halle 7.1c zusammengeführt. Vorträge auf der eTravel Stage informieren über die aktuellen Entwicklungen in Mobile Computing, Augmented Reality und Social Media. Meinungsführer und Praktiker laden im eTravel Lab in Workshops und Seminaren zum intensiven Austausch über die mobilen Lösungen von morgen ein. Das Forum ist im Ausstellungsbereich „Mobile Travel Services“ angesiedelt. Hier sind zahlreiche neue Aussteller zu finden, unter anderem der Gewinner des letzten VIR-Innovationspreises, das Start-up Komoot, sowie internationale Unternehmen wie Vodafone, Voyavo aus den USA und Leadcall aus Großbritannien. Als neue Aussteller vertreten sind ferner TravelSIM

aus Estland und die österreichische A1Telekom Austria AG. Das erst im vergangenen Jahr eingeführte Segment kann mit Clanmo, mvolution, Pausanio, Tourias Mobile und TouristMobile 2011 bereits einige Wiederkehrer begrüßen.

Partnerland Polen zeigt sich von seiner modernen Seite

Auf 1.600 Quadratmetern zeigen alle Regionen Polens die Vielfalt des Nachbarlandes. Halle 15.1 wird komplett zur Präsentation der natürlichen und kulturellen Schätzen sowie der Austragungsorte der EURO 2012 und der neuen Stadien genutzt. Lounges und Meetingräume für Fachbesucher sind zusätzlich in Halle 14.2 zu finden. Das Privatpublikum will Polen mit mitreißenden Tanzshows in der Choreografie des weltbekannten Choreografen Agustin Egurrola, mit polnischen Musik-Hits, und der Präsentationen der „Juwelen“ des polnischen Spa&Wellness-Angebots begeistern. Sport- und Musikanimationen, Ethno-Modenschauen und Kupferschmuck stehen ebenso auf dem Programm wie das Backen der traditionellen süßen Posener Hörnchen, der so genannten Sankt-Martins-Hörnchen.

Wachsende Segmente und Länder

Das Segment Travel Technology wächst weiterhin stark. Die ITB Berlin stellt sich hier deutlich internationaler auf und kann insgesamt zehn neue Aussteller begrüßen, darunter Fact-Finder Travel, Multicom, Peakwork, Accovia, Vilauma, Lufthansa Systems oder Oléry aus Frankreich.

Auch Nischenprodukte wie das im vergangenen Jahr eingeführte Segment „Gay and Lesbian Travel“ sind gefragt. Es hat sich erfolgreich weiter entwickelt und ist erstmals außerhalb des USA-Stands angesiedelt. Der Verband International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA) hat vergrößert und die Aussteller Zürich, Antwerpen, Wien, Tel Aviv, Brasilien und Argentinien an Bord.

Wertvolle Einsichten in das unterschätzte, für die gesamte Branche zukunftsweisendes Marktsegment „Junges Reisen“ gibt die Studie von RUF Jugendreisen, die exklusiv auf dem ITB Berlin Kongress präsentiert wird. Dirk Föste, Mitglied der Geschäftsleitung, RUF Jugendreisen und Axel Dammler, Geschäftsführer, iconkids & youth, geben Auskunft zu den Erwartungen junger Reisenden und welchen Einfluss die „Young Traveler“ auf die Zukunft der Touristik haben.

Besonders dynamisch sind die Märkte in Asien, Mittelamerika, Osteuropa und dem Mittleren Osten. Die Indien-Halle 5.2b ist komplett ausgebucht, in Halle 26 bauen die Anbieter aus Fernost und Südostasien zahlreiche doppelstöckige Stände. In der Pazifik-Region (Halle 5.2a) haben Fidschi und Papa Neuguinea vergrößert. In Halle 3.1 wurde der Gemeinschaftsstand Mittelamerika um 40 Prozent vergrößert und auch Kolumbien hat über ein Drittel mehr Fläche gebucht. Aus Osteuropa ist in Halle 1.2 erstmals Zagreb als

Aussteller vertreten, das Tourist Board Kroatien hat vergrößert. Auch Serbien in Halle 2.1 hat seine Präsenz deutlich ausgebaut.

Die Länder der Seidenstraße zeigen ihre kulturelle und landschaftliche Vielfalt im „Silk Road Pavilion“ in Halle 7.2a/b. Kasachstan, Usbekistan und Kirgisistan zeigen verstärkt Flagge und zum ersten Mal vermarktet sich der Iran (Halle 7.2a) in unmittelbarer Nähe zu den „Ländern der Seidenstraße“.

Erstmals seit 1966 wieder dabei ist der Irak (Halle 3.2), neu ist Pakistan (Halle 7.2b) mit der Region Gilgit-Baltistan. Syrien und Jemen sind jetzt in Halle 21 (vorher Halle 23) zusammen mit Marokko und Algerien zu finden, die beide ihre Standflächen vergrößert haben. Erstmals wird Ägypten eine eigene Halle belegen (Halle 23) und so seine Fläche in Hinblick auf den Auftritt als Partnerland 2012 der ITB Berlin verdreifachen.

Weitere neue Aussteller, Stände und Platzierungen

In diesem Jahr finden Besucher der ITB Berlin das gesamte spanische Angebot unter einem Dach in Halle 4.2. Erstmals präsentiert sich die Autostadt Wolfsburg mit eigenem Stand in Nachbarschaft zu Niedersachsen Halle 6.2a. Hamburg zeigt sich mit einem neuen Stand als „European Green Capital“. Neue Wege gehen *visitberlin* und das Land Brandenburg, deren Gemeinschaftsstand in Halle 12 Premiere feiert.

Neu am Übergang zur Halle 24 sind McArthur Glen Outlets Europa, das Bundesamt für Naturschutz und die Aidshilfe. In den Afrika-Hallen 20 und 21 sind einige Wiederkehrer zu finden, darunter São Tomé & Príncipe, Sierra Leone und die Demokratische Republik Kongo, die zuletzt 1993 auf dem Messegelände präsent war.

Eine ganze Reihe neuer Aussteller erwartet die Besucher in Halle 25: TripAdvisor, Holland-America-Line, Spar Mit!, ETI, TSI Mondial Travel GmbH und EGT Tour sind erstmals auf der ITB Berlin. Zu den Wiederkehrern zählt AGA International, früher Mondial Reiseversicherung.

ITB Berlin zeigt Engagement für die Branche

Die weltweit größte Reisemesse macht sich stark für Aus- und Weiterbildung in der Reiseindustrie und setzt Corporate Social Responsibility als ganzheitliches Konzept nachhaltiger touristischer Unternehmensentwicklung um. Zentraler Treffpunkt für Jobsucher und Karriereplaner ist erneut das CareerCenter in Halle 5.1, das in diesem Jahr nochmals ausgebaut wurde. Namhafte Touristikunternehmen sind bei der ITB Jobbörse powered by YOURCAREERGROUP vertreten und auch das Projekt MeerArbeit der Bundesagentur für Arbeit vermittelt wie in den Vorjahren Arbeitskräfte für die Kreuzfahrtbranche. Zusätzlich richtet die ITB Berlin am 10. März 2011 in Zusammenarbeit mit der Hochschule München einen Nachwuchstag der Hotellerie aus. Im Rahmen des ITB Berlin Kongresses beleuchtet die Deutsche Gesellschaft für Tourismuswirtschaft DGT e.V. am 9. März Berufsperspektiven

in der Tourismusbranche und prämiert die besten Arbeiten aus Forschung und Wissenschaft gemeinsam mit der ITB Berlin. Am 10. März diskutiert das Afrika-Forum die Bedeutung der Bildung für die Wettbewerbsfähigkeit afrikanischer Tourismusdestinationen und zeigt die bildungspolitischen Strategien afrikanischer Länder.

CSR ist Schlüsselthema für die ITB Berlin

Die ITB Berlin ist zukunftsweisender Impulsgeber für CSR im Tourismus. Neben zahlreichen ganzjährigen Aktivitäten der Messe gehören Partnerschaften und die Unterstützung von CSR-Projekten zum Engagement der ITB Berlin. Am 11. März 2011 wird die ITB Berlin den Verhaltenskodex zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus („Childprotection Code“) unterzeichnen. Corporate Social Responsibility gehört zum übergreifenden Thema in allen Bereichen des ITB Berlin Kongresses. So wird zum dritten Mal der ITB CSR Day auf dem Kongress ausgerichtet. In diesem Jahr findet auf der ITB Berlin der „Minister Summit on Climate Change in Asia-Pacific“ statt. Unter der Moderation von Hiran Cooray, Chairman, von PATA diskutieren HE Minister Deepak Bohara, Ministry of Forests and Soil Conservation aus Nepal, Hon. Luimed Gansukh, Minister für Umwelt und Tourismus aus der Mongolei und Hon. Dr. Mariyam Zulfa, Minister of Tourism, Arts & Culture, Republic of Maldives, wie die Tourismusdestinationen mit den ökologischen Herausforderungen umgehen. Sämtliche Veranstaltungen zum Thema CSR auf der ITB Berlin 2011 sind in einem Programmheft gebündelt, das in allen Info-Countern auf dem Messegelände und als Download unter [Corporate Responsibility in Tourism \(pdf, download, 2 MB\)](#) erhältlich.

Mit dem neuen ITB Eco-Mobility Day unterstreicht die ITB Berlin ihre Position als Innovationsführer der internationalen Tourismuskongresse. Klimafreundliche Mobilität ist ein Innovationsthema mit enormen touristischen Marktpotenzialen. Ausgewiesene Experten der Mobilitätsbranche diskutieren den Status quo der Ökomobilität. Eine topaktuelle GfK-Marktstudie formuliert die Bedürfnisse der Autofahrer. Best-Practice-Beispiele aus aller Welt weisen den Weg in eine nachhaltige Tourismusbilität. Visionen für die Zukunft liefern die Experten André Borschberg, CEO Solar Impulse, und Louis Palmer, Initiator, Tour Director und Fahrer des bekannten Solartaxis. Die ITB Berlin ist Pate für eine Solarzelle am Flügel des Flugzeugs, mit dem Bertrand Piccard und André Borschberg 2012 zum ersten mit Solarkraft betriebenen Flug um die Welt starten wollen. Die ITB Berlin-Solarzelle trägt die Nummer 10498.

ITB Berlin Kongress beleuchtet Megatrends der Reisebranche

Mit mehr als 12.500 Besuchern 2010 hat sich der ITB Berlin Kongress längst als führender Think Tank der internationalen Reiseindustrie etabliert. Die Innovationsführerschaft des Kongresses belegt ein Blick auf die fünf Megatrends, die in Zukunft die Weltwirtschaft prägen werden. Während des diesjährigen ITB Berlin Kongresses werden alle diese Themen mit Bezug auf die Reiseindustrie behandelt, die erstmals von Paul Achleitner, Finanzvorstand der Allianz auf dem Weltwirtschaftsgipfel in Davos vorgestellt wurden. Dekarbonisierung wird

beispielsweise in insgesamt 14 Sessions während des ITB CSR Days und des ITB Eco-Mobility Days diskutiert. Demographie steht bei dem Vortrag von Christian Böllhoff, Geschäftsführender Gesellschafter, Prognos AG, über „Demographie und sozialer Wandel“ auf dem ITB Future Day im Mittelpunkt. Zur Digitalisierung können sich Besucher des ITB Berlin Kongresses auf sechs Sessions informieren, darunter der ITB Mediengipfel 2011 mit dem Thema „Reisejournalismus in der digitalen Medienwelt“. Aktuelle, umfassende Daten zu Quellmärkten, Einkommensstrukturen, Reiseverhalten und Reisezielen der Nutzer von Social Media und Mobile Devices präsentiert David Perroud, Partner & CEO, M1nd-Set. Zur Dynamikverlagerung, die Paul Achleitner auf dem Weltwirtschaftsgipfel als einen der Megatrends definierte, richtet der ITB Berlin Kongress das ITB Asia Panel aus. Dort werden der asiatische Reisemarkt als Markt der Zukunft beleuchtet und Informationen zum neuen asiatischen Reiseverhalten geliefert. Darüber hinaus präsentiert sich die Mongolei - der neue Convention & Culture Partner der ITB Berlin - als Trenddestination in allen ihren Facetten. Die Durchdringung der Sozialsphären behandelt Christine Petersen, President TripAdvisor for Business im Interview mit der Fernsehmoderatorin Claudia Kleinert, wenn es um Kommunikations- und Buchungsverhalten in Zeiten von Social Media geht. Den technologischen Wandel und seine Auswirkungen beleuchtet Dr. Bernd Fauser, Head of Global Travel Top Accounts, Google.

Der Eintritt zum ITB Berlin Kongress ist im Fachbesucher- und Aussteller-Ticket bereits enthalten. Erstmals ist auch der Besuch von PhoCusWright@ITB für Fachbesucher und Aussteller ohne zusätzliche Kosten möglich. PhoCusWright, das weltweit anerkannte und auf die Reisebranche spezialisierte Marktforschungs- und Beratungsunternehmen aus den USA, setzt sich dieses Jahr mit dem Thema Chaos auf dem Markt: Technologie und Innovation im Rampenlicht“ auseinander. Neu ist der New Media Summit in Halle 7.1c am 10. März 2011. Gemeinsam mit PhoCusWright-Analysten diskutieren Blogger aus der ganzen Welt über die aktuellen Trends im Reisemarkt.

ABSCHLUSSBERICHT

ITB Berlin 2011: Mehr internationale Einkäufer stärken weltweit führenden Marktplatz der Reiseindustrie

Rund 170.000 Besucher auf der weltweit führenden Messe der internationalen Reiseindustrie – Über sechs Milliarden Euro Auftragsvolumen und gute Stimmung bei den Ausstellern – Über 40 Prozent der Einkäufer kommen aus dem Ausland – ITB Berlin Kongress mit Besucherrekord – Akkreditierung von rund 7.000 Journalisten aus 94 Ländern

Berlin, 13. März 2011 – Mit einem deutlichen Plus bei Einkäufern aus dem Ausland und den besten Ausstellerzahlen aller Zeiten schließt die 45. ITB Berlin ihre Tore. Die internationale Leitmesse der Reiseindustrie konnte trotz Bahnstreik stabile Fachbesucherzahlen auf Vorjahresniveau verzeichnen. Gute Messegeschäfte gaben dem Aufschwung in der Tourismusbranche zusätzlichen Schub.

Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, blickt auf eine erfolgreiche Veranstaltung zurück: „Die ITB Berlin zieht von Jahr zu Jahr mehr internationale Entscheider an. Mittlerweile kommen über 40 Prozent der Einkäufer aus dem Ausland. Damit kann die ITB Berlin nicht nur weltweit das ausgewogenste und internationalste Portfolio an Ausstellern vorweisen, sondern sie ist auch das internationalste Fachbesucher-Event der Branche. Beste Voraussetzungen für beste Geschäfte: Wir gehen wir davon aus, dass die Aussteller deutlich mehr Geschäftsabschlüsse als im Vorjahr tätigen konnten und ein Volumen von mehr als sechs Milliarden verhandelt haben.“

Zwei Ministergipfel sorgten in diesem Jahr auf der ITB Berlin für eine starke Präsenz aus internationaler Politik und Diplomatie. Der „UNWTO Silk Road Ministers’ Summit“ brachte den nachhaltigen Seidenstraßen-Tourismus einen entscheidenden Schritt voran. Im Rahmen des ITB CSR Day fand der erste „Ministers’ Summit on Climate Change in Asia-Pacific“ statt.

Die Länder Nordafrikas nutzen das Branchentreffen, um den für sie unverzichtbaren Tourismussektor wieder anzukurbeln. Ägypten präsentierte eine neue Werbekampagne, die den friedlichen Demokratisierungsprozess des Landes in den Mittelpunkt stellte. Allein das Erdbeben und der Tsunami in Japan warfen einen Schatten auf eine überaus positive Stimmung in den 26 Messehallen. Der Japanstand wurde ab Samstagmittag geschlossen.

11.163 ausstellende Unternehmen aus 188 Ländern (2010: 11.127 Unternehmen aus 187 Ländern) zeigten vom 9. bis 13. März erneut das komplette Spektrum der internationalen Reiseindustrie. Das in diesem Jahr neu geschaffene Forum „eTravel World“ hat mit Präsentationen und Seminaren mehrere tausend Interessierte angezogen und war ein voller Erfolg.

Die Anzahl der Fachbesucher bleibt mit 110.791 stabil. Der ITB Berlin Kongress kann hingegen mit neuen Rekordzahlen aufwarten. Ein Plus von 15 Prozent ließ die

Teilnehmerzahl auf rund 14.000 steigen. Publikumsmagnet waren der ITB Future Day und der ITB Hospitality Day. Als Convention & Culture Partner des Kongresses sowie mit drei zusätzlichen Ständen in verschiedenen Bereichen der Ausstellung konnte die Mongolei zahlreiche Besucher über alle Facetten ihres reizvollen Landes informieren. Der Binnenstaat zwischen Russland und China konnte sich erfolgreich in den Segmenten Kulturreisen und nachhaltiger Tourismus positionieren. Hochkarätige Diskussionsrunden zu den Themen klimafreundliche Mobilität und insbesondere das „Solar Mobility Innovator Panel“ zeigten einmal mehr die Innovationskraft des weltweit größten Kongresses der Reisebranche.

Die Berliner und Brandenburger zog es am Wochenende trotz der ersten Frühlingstage mit strahlendem Sonnenschein in großer Zahl in die Messehallen. Nach ersten Hochrechnungen nutzten rund 60.000 Privatbesucher (2010: 68.398) die Chance, sich aus erster Hand über Reiseziele in 188 Ländern zu informieren.

Großer Erfolg für das Partnerland Polen

Die ITB Berlin 2011 präsentierte mit Polen ein höchst attraktives Partnerland, das im Vorfeld der EURO 2012 der Weltöffentlichkeit seine touristischen Stärken zeigte. Dank einer spektakulären Eröffnungsfeier mit 3D-Filmen und einer avantgardistischen Tanzshow, die gekonnt virtuelle und reale Tänzer zusammen führte, konnte das Nachbarland der Deutschen sein traditionelles Image aufbrechen. Alle Regionen Polens waren auf 1.600 Quadratmetern vertreten. Jan Wawrzyniak, Direktor des Polnischen Fremdenverkehrsamt Deutschland, fasste sein Eindrücke zusammen: „Ein wunderbares Gefühl, Partnerland zu sein! Hätten wir doch den Partnervertrag gleich für zwei Jahre abgeschlossen. Das Interesse an Polen ist noch mehr gestiegen. Wir haben erfolgreiche Gespräche geführt. Die ITB Berlin hat uns einen zusätzlichen Schub gegeben.“

Taleb Rifai, Generalsekretär der UNWTO: „Angesichts der jüngsten Ereignisse in Ägypten und Tunesien, die zwei sehr wichtige Touristenziele sind, hatte die ITB Berlin dieses Jahr eine besondere Relevanz. In dem Augenblick, in dem wir das neue Ägypten und Tunesien hier willkommen heißen konnten, war ich von der bemerkenswerten Solidarität überwältigt, die die internationale Tourismusgemeinschaft diesen beiden Ländern entgegenbrachte. Die ITB Berlin hat auch das steigende Vertrauen innerhalb des Tourismussektors bestätigt. Das Jahr 2011 wird das beeindruckende Wachstum der Tourismuswirtschaft in 2010 konsolidieren. Angesichts dieser Entwicklung ist die ITB Berlin zum wiederholten Mal die ideale Plattform für die UNWTO, um neue Initiativen einzuführen, darunter das erste Gipfeltreffen der Minister der Seidenstraße.“

Klaus Laepple, Präsident des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW): „Die Zeichen stehen weiter auf Aufschwung - in der Tourismuswirtschaft insgesamt genauso wie bei der ITB Berlin im Konkreten. Das beweisen die großartigen Aussteller- und Besucherzahlen der weltweit größten Tourismusmesse. Positive Nachrichten und Prognosen prägten in diesem Jahr das Spitzentreffen der Reisebranche, auch wenn die politischen Entwicklungen in Nordafrika natürlich ebenfalls im Raum standen und diskutiert wurden.“

Besonders emotionale Reaktionen, große Betroffenheit und Anteilnahme lösten die Nachrichten über die schrecklichen Folgen des Erdbebens und Tsunamis in Japan aus.

Den Fachbesuchern wurde in Berlin einmal mehr eine einzigartige Kommunikationsplattform geboten, um Kontakte aufzufrischen, neue Beziehungen aufzubauen und zahlreiche Geschäfte abzuschließen. Aussteller wie Besucher zeigten sich sehr zufrieden. Die auf der ITB Berlin 2011 getätigten Geschäftsabschlüsse haben die Marke von sechs Milliarden Euro aus dem Vorjahr voraussichtlich deutlich übertroffen. Und für das Privatpublikum war die ITB Berlin auch in diesem Jahr eine bunte Erlebniswelt, die einlud zum Entdecken, Informieren und über die nächsten Urlaube zu entscheiden. Die guten Zahlen und die positive Atmosphäre, die die diesjährige ITB Berlin prägten, stimmen uns äußerst zuversichtlich, dass sich unsere Prognosen bestätigen und die deutsche Tourismuswirtschaft vor einem äußerst erfolgreichen Jahr 2011 steht."

Jürgen Büchy, Präsident des Deutschen ReiseVerbands (DRV): „ Einmal mehr hat die ITB Berlin gezeigt, dass sie der Treffpunkt für die internationale Tourismusbranche ist. Hier werden nicht nur Trends ausgelotet, Innovationen vorgestellt und Visionen diskutiert, die ITB Berlin ist vielmehr der zentrale Marktplatz für die Fachbesucher, um Geschäfte vorzubereiten, Vereinbarungen zu schließen oder Kooperationen einzugehen. Zugleich ist sie die wichtigste Kontaktbörse und Gesprächsplattform für alle im Tourismus tätigen Menschen. Sie zeigt, welchen Stellenwert die Geschäftsreise in unserer Branche hat. So sehr auch das tägliche Geschäftsleben von neuen Medien bestimmt wird, so unverzichtbar ist und bleibt der persönliche Kontakt, das Vier-Augen-Gespräch und der unmittelbare Austausch untereinander. Dies zeigt sich gerade auch bei dem auf der Messe vieldiskutierten Thema der derzeitigen Umbrüche in Nordafrika - besonders in den beiden beliebten Reiseländern Ägypten und Tunesien. Die Gespräche in Berlin haben dazu beigetragen, die Auswirkungen aufzuzeigen und zu diskutieren. Der Branchenverband der Touristik ist überzeugt davon, dass beide Länder nichts von ihrer Attraktivität verloren haben und somit auch bald wieder auf so nachgefragt sein werden wie bislang.

Von der ITB Berlin 2011 geht ein positives Signal für das Reisejahr 2011 aus: Die Zeichen in der Tourismusbranche stehen auf Wachstum, denn die Reiselust der Deutschen hat deutlich zugenommen. Der Reisemotor läuft auf Hochtouren. Die Deutschen haben die Koffer gepackt und wollen verreisen - das hat die Resonanz des Publikums auf der ITB Berlin deutlich gezeigt. Das interessierte Publikum konnte sich ein Bild von der bunten Vielfalt des Reisemarkts machen und sich über die Urlaubsangebote der Länder und Reiseveranstalter informieren. Die Vorfreude auf den Sommerurlaub ist geweckt.“

Von der ITB Berlin berichteten rund 7.000 akkreditierte Journalisten aus 94 Ländern. Die Messe war erneut Treffpunkt internationaler Politiker und Diplomaten. Neben 97 ausländischen Länderdelegationen reisten die Thailändische Prinzessin Ubolratana Mahidol

und der ehemalige Präsident der Republik Polen, Lech Walesa, an. 70 Botschafter aus der ganzen Welt, 49 ausländische Minister und eine Reihe ausländischer Staatssekretäre kamen zusammen. Rainer Brüderle, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Dirk Niebel, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung sowie der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit machten sich ein Bild der Leistungsfähigkeit der Reisebranche.

Die nächste ITB Berlin findet von Mittwoch bis Sonntag, 7. bis 11. März 2012, statt. Partnerland ist Ägypten.

Ausstellerstimmen zur ITB Berlin 2011

Sengee Oyundelger, Leiterin des ITB Berlin-Auftritts der Mongolei: „Die kulturelle Partnerschaft mit dem Kongress der ITB Berlin hat uns den größten Auftritt ermöglicht, den die Mongolei je auf der ITB Berlin hatte. Das Paket war sehr gut, die Verbindung von Online und Promotion war großartig. Dadurch, dass wir in drei verschiedenen Hallen präsent waren, konnten wir auch drei unterschiedliche Produkte vorstellen - neben unserem Hauptstand hatten wir auch Stände zum Öko- und zum Kulturtourismus.“

Mehdi Houas, Tourismusminister Tunesien: „Das ist meine erste ITB Berlin. Ich bin gerührt und überwältigt. So viel Sympathie, so viel Gespräche. Mein Land hat viele neue Freunde gefunden. Es war für mich ein bedeutender Moment auf der ITB 2011 gewesen zu sein, eine ITB bei der Tunesien, sicherlich zu recht, geehrt wurde. Die Kontakte, die Pressekonferenzen und die Treffen mit den Ministern aus den anderen Ländern ermöglichten mir, eine bessere Wahrnehmung des aktuellen, internationalen Tourismusmarktes zu erhalten. Mögen die Schwierigkeiten zahlreich sein, so sind die Möglichkeiten, für diejenigen, die sie zu ergreifen wissen, durchaus reell. Die Informationen, die durch die UNWTO kommuniziert werden sind von einer großen Qualität und werden uns auch sehr hilfreich sein. Einen großen Dank für diese so professionelle und angenehme Organisation.“

Alberto Aldaba Lima, Tourismusminister Philippinen: „Der Tourismus hat in unserem Land seit einigen Monaten einen neuen, höheren Stellenwert. Da ist die ITB Berlin ein sehr gutes Forum für neue Kontakte und Geschäfte. Ich habe ein gutes Gefühl.“

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT): „Die ITB Berlin 2011 war für das Reiseland Deutschland ein Erfolg auf ganzer Linie und gibt uns weiteren starken Rückenwind, um unsere Position als eines der beliebtesten Reiseziele in Europa weiter ausbauen zu können. Die Freude über den großen Zuspruch und die Attraktivität unseres Landes, den wir während der weltweit größten Reisemesse in diesem Jahr ganz besonders zu spüren bekommen haben, wird jedoch von den Nachrichten getrübt, die uns gegenwärtig aus Japan erreichen und die uns sehr betroffen machen. Unsere Gedanken sind in jetzt bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der DZT in Japan und ihren Familien, bei den japanischen Freunden, Kollegen und Geschäftspartnern.“

Manuel Butler, Direktor, Spanisches Fremdenverkehrsamt: „Wir sind zufrieden. Bei den deutschen Veranstaltern erwarten wir gute Zuwächse für 2011. Der ein wenig negative Trend bei den Besucherzahlen nach Spanien ist gestoppt. Bei uns ist die Stimmung super.“

Özgür Özaslan, Stellvertretender Staatssekretär im Tourismusministerium Türkei: „Die ITB Berlin ist eine gute Messe unter Freunden. Wir erinnern uns immer noch sehr gern an die ITB Berlin 2010, als wir Partnerland waren. Das hat uns zusätzliche Anerkennung gebracht.“

Tim Clark, Präsident, Emirates Airline: „Die ITB Berlin hat ihre Bedeutung für die weltweite Reisebranche erneut bewiesen. Unsere Messepräsenz in Berlin war wieder äußerst erfolgreich und es ist gerade die ITB Berlin, wo wir uns mit Branchenexperten, Geschäftspartner und Kunden aus unseren Schlüsselmärkten treffen. Seit vielen Jahren hat Emirates ihren größten Messeauftritt außerhalb des Heimatmarktes am Standort Deutschland. Die neue Airbus A380-Erlebnisfläche mit der Bord-Lounge und der Spa-Dusche an unserem Stand ist bei Kunden, Messebesuchern und den Medien auf sehr positive Resonanz gestoßen.“

Joachim Hunold, CEO, airberlin: „Mit dem Auftritt von airberlin auf der diesjährigen ITB bin ich mehr als zufrieden. Von den vielen guten Gesprächen abgesehen war der airberlin-Messestand in Halle 9 abermals ein Anziehungspunkt für Medienvertreter aus aller Welt sowie Entscheider aus der Tourismusbranche. Die Komfortoffensive auf der gesamten airberlin-Flotte sowie die Vergrößerung unseres Netzwerks durch Partnerschaften mit Airlines wie Finnair, American Airlines oder S7 sind Themen, die auf gute Resonanz gestoßen sind und mit denen wir das Geschäftssegment zukünftig weiter stärken möchten. Außerdem haben wir angekündigt, 2011 noch umweltaffizienter zu fliegen und den Treibstoffverbrauch auf ein Rekordniveau von 3,5 Liter/100 Passagierkilometer zu drosseln.“

Gisela Thomas, Tourismusabteilung der Argentinischen Botschaft in Berlin: „Die Messe war wunderbar! Wir hatten drei großartige Veranstaltungen gemeinsam als Botschaft mit Argentinien, und alle waren sehr gut besucht. Die Stimmung ist im Lateinamerika-Pavillon ja immer großartig.“

Valentin Kavakure, Chief Promotion Officer, Burundi Tourism Office: „Burundi ist das erste Mal seit Jahrzehnten wieder mit einem eigenen Stand auf der ITB Berlin vertreten. Mir gefällt die Professionalität, mit der die Messe organisiert ist. Ich bin sehr zufrieden mit dem Verlauf, und ich wäre noch zufriedener, wenn wir es schaffen, die Kontakte mit unseren Partnern aus Deutschland, die sich hier neu ergeben haben, auch langfristig zu halten. Unser Plan ist, in Zukunft jedes Jahr wieder zur ITB Berlin zu kommen.“

Ronald Sanabria, Vice President Sustainable Tourism, Costa Rica: „Im Dezember 2010 hatten wir die Idee, die ITB Berlin zu nutzen, um den zehnten Jahrestag unserer Organisation zu feiern und gleichzeitig nach neuen Partnerschaften Ausschau zu halten. Tatsächlich konnten wir drei starke neue Kooperationen vereinbaren: mit der deutschen ARGE Lateinamerika, mit OPTUR aus Ecuador und mit INGUAT aus Guatemala. Sie stellen sicher, dass wirtschaftliche und Nachhaltigkeitsaspekte miteinander verknüpft werden – getreu unserem Motto ‚Dem grünen Pfad folgen‘. Das Bewusstsein dafür ist in Deutschland sehr ausgeprägt. Wir können allen Interessenten auf diesem Gebiet definitiv empfehlen, die ITB Berlin für ihre Belange einzusetzen.“

Luz Elena Coloma, Gerente General, Quito Turismo, Ecuador: „Ich war zum ersten Mal auf der Messe, denn es ist das erste Mal, dass Quito, die Hauptstadt Ecuadors, sich hier eigenständig präsentiert. Die Messe ist unheimlich groß - und sie ist eine

großartige Gelegenheit, mit der Industrie und dem Handel in Kontakt zu kommen, mit den Interessenten aus Europa, aber auch mit Leuten aus dem eigenen Land, die man nicht so oft trifft, wie man sollte.“

Dr. Alexander Trommen, CEO, APPSfactory: Die Messe ist sehr gut für uns gelaufen und hat uns eine gute Möglichkeit gegeben, uns im Bereich eTravel und mobile Applikationen für die Reisebranche zu positionieren. Wir hatten sehr gute und sehr qualifizierte Erstkontakte und ich denke, dass wir etliche Projekte akquiriert haben.

Tobias Hallermann, Geschäftsführer, komoot GmbH

„Von der gesamten Aufmerksamkeit und den Gespräche sind wir auf jeden Fall positiv überrascht worden. Wir hatten sehr viel Medienaufmerksamkeit und hatten bereits sehr viele Termine im Vorfeld vereinbart, aber auch spontane Besuche am Stand.“

Stefan Möhler, Inhaber, Netzvitamine

„Wir sind mit der Messe sehr zufrieden. Die Resonanz war so, wie wir sie erhofft hatten - die Gespräche waren gut, die Kontakte waren gut. Insbesondere die Stimmung in der eTravel World hat mir sehr gut gefallen - da war Aufbruchsstimmung und Innovationskultur. Und es gab sehr viel Interesse und Austausch untereinander.“

www.ITB-Berlin.de