

ERÖFFNUNGSBERICHT

ITB Berlin 2010 ausgebucht und mit leichten Zuwächsen: 11.127 ausstellende Unternehmen aus 187 Ländern

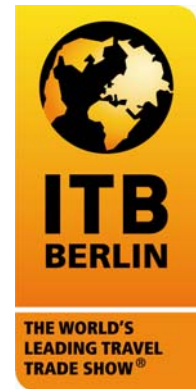
Weltweit führende Messe der internationalen Reiseindustrie profitiert von der Macht der Marke – Gesamte Bandbreite der Reisebranche unter dem Funkturm versammelt – Aussteller investieren in neue Stände und Doppelgeschosser – Innovationstreiber Travel Technology und Mobile Travel Services präsentieren ausgereiftes Angebot – Mehrwert für Aussteller und Besucher: ITB Social Media Lounge – Partnerland Türkei ist größter Einzelaussteller – Neuerungen, Zuwächse und neue Aussteller – Kompaktes Wissen für Null Euro auf dem ITB Berlin Kongress: rund 100 Vorträge und 250 Referenten und Diskutanten beleuchten Trends in Demographie, Klimawandel, Technologie und Konsumentenverhalten

Berlin, 9. März 2010 – Die ITB Berlin ist erneut ausgebucht. Vom 10. bis 14. März 2010 zeigen mehr Aussteller aus als je zuvor Produkte und Dienstleistungen, die die gesamte Wertschöpfungskette der internationalen Reiseindustrie repräsentieren.

11.127 ausstellende Unternehmen (2009:11.098) aus 187 Ländern belegen das komplette Messegelände mit 26 Hallen auf 160.000 Quadratmetern. „In Zeiten knapper Marketingbudgets hat der weltweite Marktführer ITB Berlin einen klaren Wettbewerbsvorteil“, so Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin. „Wir sind stolz, dass wir bei den Ausstellerzahlen noch einmal zulegen konnten. Zudem zeigt die ITB Berlin mit neuen Segmenten und neuen Ausstellern, dass sie Trendsetter und Meinungsführer ist.“

Reiseindustrie gewinnt neuen Schwung

Zum Auftakt der 44. ITB Berlin stehen die Zeichen für die Reisebranche gut. Europaweit erholt sich die Nachfrage wie Zahlen des aktuellen Tourismusvertriebspanels von GfK zeigen. Auch die Aussteller blicken nach vorne und investieren in einen erfolgreichen Messeauftritt. Südafrika, Ägypten, Malaysia, England, Italien, die Balearen, Hamburg, Bremen und Singapore Airlines kommen mit neuen Ständen nach Berlin. Emirates verpasst seiner rotierenden Kugel eine komplett neue Außenfassade und feiert mit dem neuen Standdesign Weltpremiere auf der ITB Berlin. Auch die sogenannten Doppelgeschosser erfreuen sich wachsender Beliebtheit: Malaysia hat aufgestockt, die Dominikanische Republik präsentiert sich auf zwei Ebenen und auch Turkish Airlines, Rixos Hotels und der neue



Offizielles Partnerland
der ITB Berlin 2010:



Pressekontakt:

Messe Berlin:
Michael T. Hofer
Leiter Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Unternehmensgruppe
Messe Berlin

ITB Berlin / ITB Asia:

Astrid Ehring
Pressereferentin
Messedamm 22
14055 Berlin
Tel.: + 4930 3038-2275
Fax: + 4930 3038-2141
ehring@messe-berlin.de
www.messe-berlin.de

Weitere Informationen:

www.itb-berlin.de
www.itb-kongress.de

Geschäftsführung:
Raimund Hosch (Vorsitzender), Dr.
Christian Göke
Aufsichtsratsvorsitzender:
Hans-Joachim Kamp
Handelsregister: Amtsgericht
Charlottenburg, HRB 5484 B

Aussteller Harlequin Hotels, eine Luxus-Hotelgruppe aus der Karibik, bauen nach oben aus.

ITB Berlin als Pionier: Mobile Travel Services

Der Markt mobiler Internetdienstleister entwickelt sich in atemberaubendem Tempo. Die ITB Berlin gibt ihnen als erste Messe der Reisebranche eine eigene Plattform. Mit dem Segment „Mobile Travel Services“ in Halle 7.1.c bietet sie im Ausstellungsbereich einen kompakten Überblick und mit Vorträgen und Präsentationen auf einer Bühne ergänzende Informationen, u.a. von Air Berlin, Avis Autovermietung, der Deutschen Bahn, HRS, Microsoft Deutschland, Netbiscuits, TOURIAS Mobile oder Sabre Holdings. Das mobile Segment, das noch vor Monaten in den Kinderschuhen steckte, präsentiert sich mit bereits überraschend konkreten, klar abgegrenzten und einsatzbereiten Produkten.

Von der Beratung über den strategisch geeigneten Aufbau einer eigenen mobilen Seite und deren technische Anpassung an diverse Endgeräte bis zur integrierten Smartphone-Marketing-Kampagne ist auf der ITB Berlin 2010 einiges zu entdecken. Dabei sollten sich Mobile-Internet-Interessierte nicht auf die Halle 7.1c beschränken. Der Bereich Travel Technology ist traditionell stark auf der ITB Berlin. In diesem Jahr sind zudem große Player wie Sabre zurück und neue Aussteller wie XClirion, Lute Tec, Hotel Net Solutions, Vertical Booking und Hotelreservierung.de hinzugekommen.

Viele Travel-Technology-Anbieter wie Sabre, Siemens, Anite oder Travel-IT und Reiseunternehmen haben mobile B2B- und B2C-Services im Gepäck. Einen kompakten Überblick bietet der erstmals erscheinende Travel Technology Guide 2010 by ITB Berlin. Er ist auch im Internet abrufbar unter www.itb-berlin.de/library.

Mehrwert für Ausstelle und Besucher: ITB Social Media Lounge

Der Tourismus im Web 2.0 wird sicher einer der am kontroversesten diskutierten Trends auf der Messe sein. Die neue ITB Berlin Social Media Lounge setzt Impulse für die richtige Online-Kommunikationsstrategie im Tourismus. Sie wird in Kooperation mit der Hamburger Kommunikationsagentur FAKTOR 3 ausgerichtet und bietet Praxiswissen. An den Fachbesuchertagen stehen täglich rund zehn Vorträge und Social-Media-Talkrunden auf dem Programm. Die Teilnahme ist kostenlos. Am Publikumswochenende lädt die ITB Berlin ein, ihre eigenen Social-Media-Angebote kennenzulernen.

Partnerland Türkei im Fokus

Als einer der größten Aussteller zeigt sich die Türkei in Halle 3.2 von traditionell bis modern. Auf rund 3.000 Quadratmetern werden der kulturelle Reichtum, das große touristische Angebot, die vielseitigen Urlaubsregionen und kulinarischen Genüssen des beliebten Urlaubslandes dargeboten. Zu den Highlights zählt Istanbul. Unter dem Funkturm erleben

die Besucher die Vielfalt und Dynamik der europäischen Kulturhauptstadt. Sie erfahren, wie Istanbul mit Kultur und Kunst in geistig-kultureller Form eine Brücke zwischen Orient und Okzident schlägt. Ebenso fasziniert die Reproduktion des reich mit Ornamenten geschmückten Portals der Divriği Ulucami Moschee. Das älteste Bauzeugnis des Islam in Anatolien, erbaut 1229 in der Provinz Sivas, wurde von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt. Ein weiteres Weltkulturerbe ist in der Halle 10.2. zu bewundern: die traditionelle Baukunst der Safranbolu-Häuser.

Sehen, riechen, schmecken heißt es im ältesten Einkaufszentrum der Welt „Kapalicarsi“. In sechs typischen Läden erleben die Besucher mit allen Sinnen das quirlige Treiben eines Bazars. Und wer Lust auf mehr hat: Kulinarische Spezialitäten aus allen Regionen der Türkei bietet das Partnerland im SAHAN Restaurant neben der Halle 3.2. sowie zwei weitere türkische Snackbars zwischen Halle 3.2 und 4.2.

An den Publikumstagen werden mitreißende Shows sowohl auf dem Türkei-Stand als auch auf der großen Bühne in Halle 4.1 die Zuschauer in ihren Bann ziehen. Türkische Live-Musik und Folklore-Rhythmen verbreiten stimmungsvolle Atmosphäre.

Weitere Neuerungen auf dem Messegelände

Als zweites neues Segment hat die ITB Berlin in Halle 2.1 eine Plattform für Gay and Lesbian Travel eingerichtet. Unter dem Dach des Gay & Lesbian Pavillons stellen die Internationale Gay & Lesbian Travel Association IGLTA aus den USA und deren Mitglieder sowie unabhängige Aussteller dieses Segments aus Thailand und Argentinien aus. Als Treffpunkt für Gespräche steht eine Networking-Area mit einer Fotoausstellung der Stadt Wien zur Verfügung. Die Bedeutung des neuen Segments wird durch eine begleitende Kongressveranstaltung unterstrichen. Am Freitag, 12. März, widmet sich der ITB Marketing and Distribution Day den Bedürfnissen dieser Zielgruppe mit einem Workshop unter dem Titel „Strategien für den Wachstumsmarkt Gay & Lesbian Tourism: Lessons learned from the First Movers“ Es werden außerdem Ergebnisse einer exklusiven Studie zum Gay & Lesbian Tourism vorgestellt.

In der neuen Halle für die „Central and Innerasian Countries“ (CIA) werben Kasachstan, Kirgisistan, die Mongolei, Pakistan, Tadschikistan, Turkmenistan und Usbekistan für ihre landschaftlich und kulturell hoch interessanten und schönen Destinationen.

In einer Kooperation mit dem International Delphic Council wird es erstmalig auf der ITB Berlin eine Abschluss-Show geben. „Das Fest der Delphischen Spiele – Auf der großen Abschluss-Show auf der ITB Berlin 2010“ am 14. März 2010 ab 15 Uhr im Palais am Funkturm treten zeitgenössische und traditionelle Künstler aus der Türkei, Südkorea, Griechenland, Madagaskar, den USA und Deutschland mit heißen Rhythmen, faszinierenden Klängen, mitreißenden Tänzen und

komödiantischen Einlagen auf.

Zuwächse und neue Aussteller

Auf der ITB Berlin zeigen die Airline Industrie Präsenz. Garuda Indonesia ist erstmals dabei und kommt mit eigenem Stand in die Halle 26. Singapur Airlines zieht um und ist mit ihrem Stand in Halle 5.2 vertreten. In der USA-Halle 2.1 ist United Airlines zurück. Auch Fraport ist in der Halle von Hessen wieder dabei. In Halle 25 stellen erstmals die Airlines Al Masira, German Sky Airlines (bei GTI) und Germania aus.

Die Region Asien boomt weiterhin. Als neue Region ist Wuxi aus China auf der ITB Berlin. In Halle 26 haben Indonesien und Thailand stark vergrößert. Phuket hat die Standfläche verdoppelt und auch Koh Samui hat stark erweitert. Neue Privataussteller aus Vietnam sind Ami Tourist, Footprint Vietnam Travel (auch ITB Asia in diesem Jahr) und Fusion Management.

Die Indienhalle 5.2b erfreut sich großer Nachfrage. Die Ausstellungsfläche von Kerala wurde noch einmal vergrößert. Rajasthan Tourism Board kommt erstmals mit eigenem Gemeinschaftsstand für die Region und als Weltpremiere präsentiert sich der indische Erlebnispark „Kingdom of dreams“.

Die afrikanischen Länder in Halle 20/21 beanspruchen in diesem Jahr zusätzlich den Eingangsbereich und das Foyer. Als neue Aussteller sind der afrikanische Verband der Reisebüros Retosa (DRV Afrikas) und neue Reiseveranstalter dabei.

Abenteuer- und Erlebnisreisen in Halle 4.1 sind ein beliebtes Segment auf der ITB Berlin. Mit Ausstellern aus über 30 Ländern darunter aus Australien, Kanada, USA, Südafrika, Europa und Asien, den lateinamerikanischen, nordafrikanischen und afrikanischen Staaten ist der Bereich so international wie noch nie. Fachbesucher und Publikum können sich einen Einblick in die unterschiedlichen Angebote von Abenteuer- und Naturerlebnisreisen mit Schwerpunkt „Nachhaltiges Reisen“ verschaffen.

Der Discover America Pavilion in Halle 2.1 beherbergt erstmal auch die Apache Spirit Ranch, die EOY Group, Myrtle Beach SC und Vantage Hospitality.

Erstaussteller unter den Hotels sind Langham Hotels in Halle 9 und Harlequin Hotels and Resorts in Halle 3.1.

Ausbildung und Jobs auf der ITB Berlin

Die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie bietet Studenten und Berufsanfängern mit touristischem Hintergrund viele Jobchancen. In der Halle 5.1 „Training and Employment in Tourism“ präsentieren 73 ausstellende Unternehmen aus 17 Ländern ihre Angebote.

Namhafte Touristikunternehmen und -institute informieren über Studium und Weiterbildungsmöglichkeiten. Auf der ITB Jobbörse powered by

YOURCAREERGROUP können sich Jobsucher während der fünf Messtage über aktuelle Stellenangebote an der Jobwand informieren. Interessierte haben sogar die einmalige Gelegenheit, ihre Bewerbungsmappe von Profis aus den Personalabteilungen der Tourismusbranche prüfen zu lassen. Nach dem Erfolg im vergangenen Jahr ist die Agentur für Arbeit Suhl mit ihrem Projekt „MeerArbeit“ wieder präsent. Die auf Vermittlung von Fachpersonal für Kreuzfahrtschiffe und Reedereien spezialisierte Agentur ermöglicht Jobinteressierten, die eine maritime Laufbahn anstreben, mit den wichtigsten Kreuzfahrtanbietern auf der ITB Berlin in Kontakt zu treten.

Top-Themen im ITB Berlin Kongress

Der ITB Berlin Kongress gilt als der führende Think Tank der globalen Reiseindustrie. Der weltweit größte Tourismuskongress, auf dem in drei Tagen hochwertiges und aktuelles Branchenwissen in geballter Form präsentiert wird, ist für alle Fachbesucher kostenfrei. Er beleuchtet Auswirkungen der Finanzkrise und des gesellschaftlichen Wandels für die Branche in rund 100 Veranstaltungen. Über 200 hochkarätige Referenten diskutieren Trends, innovative Strategien und bedeutende Schlüsselthemen. Neu in diesem Jahr ist der ITB Global Future Summit. Referenten & Podiumsgäste sind Paul Flatters, Partner, trajectory – the futures partnership, Prof. Dr. Claudia Kemfert, Abteilungsleiterin Energie, Verkehr, Umwelt, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin), Hertie School of Governance, Dr. Reiner Klingholz, Direktor, Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung, Patrick Schönemann, Geo Sales Manager DACH & Nordics, Google Enterprise.

Um die starken Veränderungen beim Buchungsverhalten und das veränderte Informationsbedürfnis intensiv zu erörtern, findet auf der führenden Messe der weltweiten Reiseindustrie erstmals der ITB Marketing und Distribution Day statt. In der Diskussionsrunde „Die individualisierte Pauschalreise“ zeigen Experten auf, dass der viel beschworene Paradigmenwechsel zu „Longtail-Angeboten“ bereits eingesetzt hat. Ebenso wird das Internet als Medium unter die Lupe genommen, um attraktive Marktnischen zu besetzen und die Kundenansprache zu individualisieren.

Um die Zukunft der Kundengewinnung und -bindung geht es bei den Themen „Web 2.0 und Social Media“ sowie Mobile Travel Lösungen für Business- und Leisure Traveller. Der letzte Programmpunkt „ITB Tourism and Climate Panel“ untersucht Klimaschutz und Ökologie als die größten Herausforderungen dieses Jahrhunderts.

Beim ITB Hospitality Day am Messe-Donnerstag geht es unter anderem um die Frage, wie Hotels in Anbetracht der Klimaveränderungen ihre Angebote umstellen sollten. Beim CEO-Panel referieren drei Top-Manager führender Hotelketten über den Markt und ihre Überlebens-Strategien.

Aktueller denn je sind auch die CSR-Themen auf der ITB Berlin. Das zeigen die Fülle interessanter Vorträge zum Thema „CSR in Tourism“ in den Hallen 4.1 und 5.1 sowie im ICC Berlin und das große Engagement der weltweit führenden Reisemesse auf dem ITB Berlin Kongress mit dem CRS Day am Messe-Donnerstag. In über zwanzig Veranstaltungen werden die Aspekte des Klimawandels und nachhaltigen Tourismus aufgegriffen. Sämtliche Events werden in einem Programmheft vorgestellt, das an allen Info-Countern auf dem Messegelände erhältlich ist.

Auf dem ersten Mediengipfel der ITB Berlin am 12. März kommen prominente Vertreter aus Medien, Politik und Reisebranche zusammen, um Fragen rund um die Zukunft der Touristik-Medien zu diskutieren: Wie informieren sich die Reisenden in Zukunft? Verlieren die klassischen Medien ihre Bedeutung als Nachrichtenlieferanten? Wie ist es um die Zukunft der Reisejournalisten bestellt? Wolfgang Clement, ehemaliger Bundeswirtschaftsminister für Wirtschaft und Arbeit und als gelernter Journalist lange Jahre als Chefredakteur für Tageszeitungen tätig, wird die Key Note halten. An der Diskussionsrunde unter Leitung des Berliner Medien-Journalisten Hajo Schumacher nehmen teil: Romanus Otte als General Manager Welt Online, Michael Ramstetter, Chefredakteur der ADAC Motorwelt und des ADAC Reisemagazins sowie Leiter der Öffentlichkeitsarbeit des ADAC e.V., Tobias Jüngert, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation der REWE Touristik GmbH und Benjamin Jost, Geschäftsführer von TrustYou.

Über die ITB Berlin und den ITB Berlin Kongress

Die ITB Berlin 2010 findet von Mittwoch bis Sonntag, 10. bis 14. März, statt. Von Mittwoch bis Freitag ist die ITB Berlin für Fachbesucher geöffnet. Die ITB Berlin ist die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie. 2009 stellten 11.098 Unternehmen aus 187 Ländern ihre Produkte und Dienstleistungen 178.971 Besuchern vor, darunter 110.857 Fachbesuchern. Parallel zur Messe läuft der ITB Berlin Kongress von Mittwoch bis Freitag, 10. bis 12. März 2010. Er ist weltweit der größte Fachkongress der Branche. Unter www.itb-kongress.de/programm finden Sie das komplette Programm.

Treten Sie dem *ITB Berlin Pressenetz* auf www.xing.com bei.
Werden Sie *Fan der ITB Berlin* auf www.facebook.de/ITBBerlin.
Folgen Sie der ITB Berlin auf www.twitter.com.