



ITB Berlin
Spezial-Pressedienst
07 / 2010

*ITB Berlin 2010
vom 10. bis 14. März*

*Auf der Überholspur
Türkei – Partnerland der ITB Berlin 2010
In Halle 3.2*

Autor: Dagmar Gehm

Am 12. März 2009 unterzeichnete Ismet Yilmaz, Staatssekretär im Ministerium für Kultur und Tourismus der Republik Türkei, den Vertrag als offizielles Partnerland der ITB Berlin 2010, die vom 10. bis 14. März 2010 mit zahlreichen Veranstaltungen und Präsentationen ganz im Zeichen der Türkei steht.

Für das Land zwischen Orient und Okzident gibt es viel Anlass zur Freude. Selbst im Krisenjahr konnte es einen Gästezuwachs von 2,81 Prozent mit insgesamt rund 27 Millionen Besuchern aus aller Welt verzeichnen. „Dabei stehen mit über 4,3 Millionen und einem Plus von 1,65 Prozent an erster Stelle“, bestätigt Hüseyin Gazi Coşan, Kulturattaché der Türkischen Botschaft, „gefolgt von der Russischen Föderation mit 2,6 Millionen und Großbritannien mit 2,3 Millionen.“ Generell nehmen die deutschen Urlauber mit 16,58 Prozent die Stellung als vorherrschender Quellmarkt ein. Die guten Zahlen wurden am 10. Februar 2010 auch von der 26. Deutschen Tourismusanalyse der „BAT Stiftung für Zukunftsfragen“ bestätigt. Demnach war die Türkei mit 6,6 Prozent aller Reisen deutscher Bundesbürger 2009 nach Spanien dem bisherigen Zweiten Italien (6,9 %) dicht auf den Fersen. Die Prognose für 2010 lautet optimal. Die Türkei kann laut BAT Forschungsstudie Gewinner des Jahres werden: „Der Bonus, mit Istanbul die Europäische Kulturhauptstadt 2010 zu stellen, könnte zusätzlich reisefreudige Paare und Singles in die Türkei locken.“

Die Gründe für die wachsende Beliebtheit der Türkei liegen auf der Hand: „Natürliche Ressourcen, Sonnengarantie und Strände, Kulturhighlights von der Hagia Sophia bis zu den Kalksteinterrassen von Pamukkale, dazu noch ein hohes Maß an Gastfreundschaft und viel Serviceorientierung“, erläutert Geschäftsführer Dr. Ulrich Reinhardt. „Wir haben sehr viel zu bieten“, sagt auch der Kulturattaché. „Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis ist unsere Stärke, verbunden mit hervorragendem Service.“ Hinzu kommen vor allem in den zahlreichen all-inclusive-Anlagen kalkulierbare Nebenkosten.

Auch das Thema Umwelt wird sensibel behandelt. Hüseyin Gazi Coşan: „Seit den 90er Jahren wurden die Baugenehmigungen sehr verschärft. Es gibt gesetzliche Vorlagen, um Hotels zu bauen. Vom Ministerium für Kultur und Tourismus wird der „Grüne Stern“ für vorbildlichen Umweltschutz an Hotels vergeben. 122 Kriterien müssen dabei erfüllt werden.“ An den Küsten der Türkei wehen allerorten „Blaue Flaggen“, die mit 286 Flaggen für Sauberkeit der Strände und guter Meerwasserqualität an vierter Stelle und mit 14 Flaggen in den Marinas an 11. Stelle weltweit steht.

Am stärksten – nämlich mit 35,8 % - zog es Touristen in die Marmara Region mit der Metropole Istanbul. 32,5 % bevorzugten die Mittelmeerküste rund um Antalya. Auf Platz drei entfiel 2009 die Ägäis. Zugelegt hat inzwischen auch Kappadokien. Nur wenig wurden Anatolien und die Schwarzmeerregion bisher frequentiert.

Ein großes Thema ist Wellness in der Türkei. „Große Hotels investieren viel Geld für Wellness und Spa“, betont der Kulturattaché. „Mit 1.500 Thermalbädern sind wir das größte Thermalbadland von Europa.“

Ein weiterer Trend, der sich in der Türkei beobachten lässt, sind Boutique Hotels: „Meist sind es kleine, historische Häuser, modern saniert, individuell und exklusiv ausgestattet und von schöner Architektur. Sie verkörpern hochwertiges Kulturgut und bieten familiäre Wohlfühlatmosphäre. Wie die Häuser mit ihrer Holzfassade aus dem 19. Jahrhundert in Istanbul. im „Individualität auf hohem Niveau“, so charakterisiert der türkische Dachverband Association of Historical and Boutique Hotels of Turkey, mit

mittlerweile 100 Mitgliedern, sein Angebot.

(www.historicalandboutique.org)

Oder wie einige Hotels in Kappadokien, die in Höhlen gebaut wurden. Selbst in der südlichsten Provinz der Türkei im antiken Antiochia, dem heutigen Antakya, finden Urlauber ein charmantes Hotel in einer ehemaligen Seifen- und Olivenölfabrik, errichtet in ottomanischer Bauweise mit einem schönen Innenhof.

Präsentation und Veranstaltungen

Mit über 100 Ausstellern auf rund 3.000 qm – dem größten Stand, den je ein Partnerland hatte – präsentiert sich die Türkei in Halle 3.2. Dort zeigt sich die Türkei in all ihren Facetten: Von traditionell bis modern, von sportlich bis kulturell und kulinarisch. Mit dem ältesten Einkaufszentrum der Welt – Istanbuls bedecktem Bazar Kapalicarsi. Auch das Portal der Divriği Ulucami Moschee aus dem Jahre 1229 in der Provinz Sivas – ein UNESCO Weltkulturerbe – wird in Halle 3.2 aufgebaut, sowie die charakteristischen Häuser von Safranbolu – ebenfalls ein Welterbe – in Halle 10.2. Dazu ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm in Halle 3.2 und auf der Bühne in Halle 4.1, sowie türkische Spezialitäten im Restaurant neben der Halle 3.2. „Troja“, eine spektakuläre Bühnen-Tanzshow von Mustafa Erdogan, geht im Frühjahr auf Deutschland-Tournee. Die Premiere findet am 13. März 2010 in der O2-Arena Berlin statt.

Religionsübergreifend setzt sich der Laienchor Antakya Medeniyetler Korosu aus Angehörigen der verschiedenen christlichen, jüdischen, muslimischen Glaubensrichtungen zusammen. Er beweist am 11. 3., 20 Uhr, im Französischen Dom, dass Musik Brücken schlagen kann.

Die Türkei boomt

Einfach unschlagbar! Eine Woche im 5-Sterne-Hotel all inclusive ab 327 Euro. Flug von und nach Deutschland eingeschlossen. Wer Sonne, Strand, gutes und reichhaltiges Essen, ausgezeichnete Weine und herzliche Gastfreundschaft zu moderaten Preisen sucht, ist in der Türkei bestens versorgt. Wer sich außerdem noch auf die Entdeckung historischer und kultureller Stätten oder eindrucksvoller Landschaften begibt, für den wird der Urlaub zum unverwechselbaren Erlebnis. Unisono melden Reiseveranstalter deshalb ein deutliches Buchungsplus.

Das größte Türkei-Angebot auf dem deutschen Markt hat Öger Tours mit einem 420 Seiten starken Katalog. Allein für die Türkei konnte er im Geschäftsjahr 2009 bei 1.301.026 Buchungen einen Umsatz 2009 von 678,3 Mio. Euro verbuchen. Für den Sommer 2010 sind Türkeireisen sogar bis zu 10 Prozent günstiger als im Vorjahr. Vural Öger, Geschäftsführender Gesellschafter zur Preisentwicklung: „Flug- und Hotelkosten sind deutlich gesunken. Preisvorteile, die wir beim Einkauf erzielt haben, geben wir direkt an den Kunden weiter. Türkeireisen werden dadurch bei Öger im Schnitt um acht Prozent günstiger, an der Türkischen Riviera sogar um zehn Prozent.“

Was die touristische Entwicklung „seines“ Urlaubslandes angeht, gibt sich der Spezialist optimistisch: „Da ist noch Luft drin. Noch sind die Küsten am östlichen Mittelmeer und an der Ägäis kaum erschlossen. Auch die Region am Marmarameer wird sich noch entwickeln. Und für das östliche Mittelmeer sehe ich wegen der angenehmen Temperaturen ein hohes Potential für Langzeiturlauber, die dort überwintern“. Auch der Bodrum-Halbinsel prophezeit

Vural Öger eine glänzende Zukunft: „ Mit ihren Boutique-Hotels, der hochwertigen Gastronomie und einem exklusiven Lifestyle ist sie auf dem besten Weg, sich zur Toskana der Türkei zu entwickeln.“

Als ideal beurteilt Deutschlands erster Türkei-Anbieter auch die Wellness-Möglichkeiten: „ Schließlich war Thalasso schon bei den Römern bekannt. Wir haben Thermalbäder mit großem Komfort, fast alle 5-Sterne-Hotels an der Südküste haben Hamams, also türkische Bäder – da sehe ich ein Riesenpotential.“

Zu den größten Volumenzielen gehört die Türkei auch bei der FTI-Group. Auch hier sieht die Umsatzentwicklung nach wie vor positiv aus. FTI gehört zu den Top drei der deutschen Reiseveranstalter auf dem türkischen Markt. Deutschlands führender Reiseveranstalter TUI baut die Marktführerschaft in Antalya, der touristisch wichtigsten Region in der Türkei, weiter aus. Mit einem Umsatzplus von rund 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr entwickelte sich die Mittelmeerdestination zum Gewinner der Sommersaison 2009. 285.000 Gäste reisten nach Antalya, das entspricht einem Anteil von über 20 Prozent am deutschen Veranstaltermarkt. Im Sommer 2010 setzt der Veranstalter weiter auf Wachstum und baut die Flugkapazitäten für diese Destination um rund 20 Prozent aus. Auch die Anzahl der Hotelbetten wurde durch Aufnahme neuer Hotelmarken vergrößert.

Um der zunehmenden Bedeutung des Trendziels Türkei gerecht zu werden, bündelt auch 1-2-FLY für Sommer 2010 zum ersten Mal alle Türkeireisen in einem eigenen Katalog.

Auch deutsche Clubs wie Robinson oder Magic Life haben sich in der Türkei positioniert. Als geradezu prädestiniert für Cluburlaub empfindet Aldiana-Pressesprecher Gunther Träger die Türkei: „ Großzügige Anlagen, gastfreundliche Menschen – viele Türken sprechen deutsch oder sind deutsch-affin. Bisher haben wir zwar nur einen Club in Side, sind aber bereits auf der Suche nach neuen Möglichkeiten.“

Über ein Plus von 38 % freuen sich Studiosus und Marco Polo. Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch: „ Als einer der wenigen Staaten am Mittelmeer bietet die Türkei ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir stellen fest, dass das Interesse an Kultur deutlich zunimmt. Als Barometer dient unser Katalog „ Kulttimer“ , der durch interkulturellen Austausch für ein anderes Türkei-bild sorgt, als man es landläufig in Deutschland vorfindet.

Auch bei Gebeco, dem führenden Kultur- und Erlebnisreise-Veranstalter, gehört die Türkei zu den Gewinnern. Mit steigender Tendenz. Aerea Manager Ralf Wiemann: „ Wir versuchen, die einheimische Infrastruktur zu fördern, unsere Gäste nicht in all-inclusive Anlagen unterzubringen sondern in speziellen Unterkünften. Interkulturelle Zusammenkünfte und die Kultur stehen bei uns im Vordergrund. So gehört zum Standard einer Kappadokienreise immer auch ein Besuch einer anatolischen Familie. Für 2010 beobachten wir zwei Trends: Erstens Hochwertige Reisen als 2009. Zweitens „ Wir Ostanatolien mit seinen alten Kulturstätten, die bisher kaum beachtet wurden. Für mich ist die Türkei das Kulturland Nummer eins“ .

Mit dem Argument „ Die Türkei ist zum Baden allein viel zu schade“ , hat Vural Öger schon vor 40 Jahren Überzeugungsarbeit geleistet. „ Denn eigentlich“ , sagt er, „ ist die Türkei das größte open-air-Museum der Welt.“

ISTANBUL 2010 KULTURHAUPTSTADT EUROPAS

Neben Ruhr.2010 und der ungarischen Stadt Pécs wurde Istanbul vom Europäischen Parlament und dem Europäischen Ministerrat in diesem Jahr zu einer der drei Kulturhauptstädte Europas ernannt. Als heimliche Hauptstadt der Türkei gilt sie ohnehin schon lange. Zehn Millionen Gäste erwartet das Organisationskomitee von Istanbul 2010 für das Kulturhauptstadtjahr. Mit über zwölf Millionen Einwohnern ist sie die größte Stadt der Türkei und trotz ihrer fast 3000-jährigen Geschichte eine erstaunlich junge, 60 Prozent der Einwohner sind unter 30. Als Lifestyle Metropole für Shopping und Kunst, als Szenetreff mit coolen Clubs, angesagten Discos und quirligem Leben in den Straßencafés bis in den frühen Morgen gilt Istanbul als hippste Stadt in Europa. In Boyoglu mit seinen Cafés und Kneipen treten Rock-, Jazz- und Bluesgruppen auf. Eine interessante Kneipenkultur hat sich auch auf der asiatischen Seite in Kadıköy entwickelt.

Istanbul – Faszination der Kontraste! Wo die reich verzierten Wände der Haremsgemächer im osmanischen Topkapi Serail Geschichten aus 1001 Nacht wispern und das „achte Weltwunder“, die Hagia Sofia, mit ihrer christlichen und islamischen Ausstattung, sich zum Kulturjahr noch mal besonders fein heraus putzt. Wo die Sultan Ahmed Moschee, die wegen ihrer blauen Fliesen auch „Blaue Moschee“ genannt wird, mit ihren sechs Minaretten wie magisch die Blicke auf sich zieht. Und wo man im Großen Basar das Gefühl für Raum und Zeit verliert in hunderten von Gassen mit ihren orientalischen Verlockungen.

Hat sich die Stadt am Bosphorus schon lange nicht nur als geografische Brücke zwischen Europa und Asien verstanden sondern auch als interkulturelle, nutzt die Stadt jetzt mit dem Projekt „Istanbul 2010 Kulturhauptstadt Europas“ ihre Chance, der Welt ihr gesamtes Potential zu präsentieren.

Die geplanten Veranstaltungen wurden von den vier Grundelementen „Erde, Wasser, Luft und Feuer“ inspiriert. Dabei stellt „Erde“ vom 1. Januar bis 20. März 2010 Tradition und Transformation dar. Sitten und Gebräuche stehen im Vordergrund. So präsentieren sich die historischen Schätze des Topkapi Palastes während des „IBM Topkapi Palace Cyber Museum Project“ in einer modernen, virtuellen Welt. Die Gottesgnade symbolisierende „Luft“ steht vom 21. März bis 21. Juni 2010 für das Treffen inländischer und ausländischer Künstler, mit Open-Air-Konzerten, Theater- und Filmfestivals und dem gemeinsamen Musikprojekt von fünf zeitgenössische Komponisten – „New Language of Music in Europe“, das europäische Musiker und die traditionelle Musik Anatoliens zusammenführt. „Wasser“ zeigt vom 22. Juni bis 22. September 2010 die verschiedenen Veranstaltungen am Bosphorus an. Wie das Projekt „Europe on the Water“, das Künstlern aus jedem europäischen Land ein Floß am Ufer des Goldenen Horns für Performances und Ausstellungen zur Verfügung stellt. „Feuer“ als Sinnbild für Veränderung, konzentriert sich vom 23. September bis Jahresende 2010 auf moderne Kunst und Aktivitätsprogramme.

Das ganze Jahr über laufen Dauerprojekte. So ermöglicht „Leben und Arbeiten in Istanbul / Live and work in Istanbul“ sieben Künstlern aus sieben europäischen Nationen ein Jahr lang, im Kunstproduktionszentrum Kadirga zu leben und mit jungen, lokalen

Künstlern neue Arbeiten zu gestalten, die zwischen September und Dezember 2010 ausgestellt werden.

Außerdem zeigt „The Photograph Parade – Istanbul 2010“ elf Fotoausstellungen, die das vielschichtige Gesicht der Stadt festhalten. Als eines der interessantesten Projekte gilt das „Museum der Unschuld“, das auf dem gleichnamigen Roman des türkischen Nobelpreisträgers Orhan Pamuk basiert. Mit Filmen, Fotos und zahlreichen Erinnerungsstücken zeigt es das tägliche Leben Istanbuls von 1950 bis heute. Das Museum liegt im Bezirk Çukurcuma, wo die Architektur der zwanziger Jahre bis heute erhalten ist.

Insgesamt 25 Gemeinschaftsprojekten haben sich die Europäische Kulturhauptstadt Istanbul 2010 und Ruhr 2010 verschrieben, die gleichzeitig in beiden Städten laufen sollen. Dazu zählen „Istanbul“ und „Promethiade“, die sich Theater- und Performancekünsten widmen, „Didio und Aeneas“ – ein Projekt junger Opernsänger sowie „Karawane“, ein trilaterales Musikprojekt.

Zum ersten Mal in seiner Geschichte seit 1956 wird die „Tall Ship Regatta“ in der Türkei abgehalten – in der Ägäis, dem Marmara- und dem Schwarzen Meer. Am 27. Mai läuft die Flotte der Traditionsschiffe – darunter viele Windjammer – in Istanbul ein und bleibt dort bis zum 30. Mai.

Etliche Veranstalter wie Gebeco haben Sonderprogramme für Istanbul ausgeschrieben. Einen eigenen Katalog widmet Öger Tours der aufregenden Metropole im Sommer 2010. Neu im Programm ist u. a. das älteste europäische Hotel, das „Pera Palace“ von 1892, das nach einer gründlichen Renovierung jetzt wieder eröffnet wird. Hier übernachteten u.a. Agatha Christie, Alfred Hitchcock, Ernest Hemingway und Greta Garbo.

Auf Ausflügen wie „Istanbul Gourmet“ belegen die Gäste auch einen Kochkurs im berühmten „Daruziafe“, einer ehemaligen Armenküche. Dr. Tigges bietet Istanbul als musikalischen Streifzug an. So wird bei einer Bosphorus-Bootstour ein gesungenes Gedicht über Mohammed vorgetragen.

Kultur und Genuss stehen bei Thomas Cook Reisen im Mittelpunkt. Neben den klassischen Highlights wird z.B. auch ein Gewürzmarkt besucht. Begeistert ist Product Manager Daniela Lennartz von den Hotels: „Die Hotelqualität hat sich in den letzten Jahren in Istanbul deutlich verbessert, und es sind viele trendige Designhotels entstanden. Viele Hotels bieten zudem tolle Dachterrassen mit phantastischen Ausblicken über die Stadt. Hier an einem lauen Sommerabend einen Drink zu nehmen, ist wirklich ein Erlebnis.“