# hosteltur

ITB 2018

# Spanien

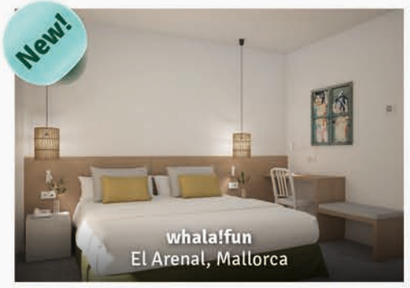
das nahegelegene Paradies

MÄRZ 2018

Cala Pregonda, Menorca, Balearen
Weitere Informationen auf Seite 52

beach, fun & whala!

# whala!hotels



Av. Jaime III, 26, Entlo. 2F. 07012. Palma de Mallorca. Illes Balears. España.
T. +34 971 425 586. F. +34 971 425 054.
info@whalahotels.com

whalahotels.com

# HM hotels

Av. Jaime III, 26, Ent. 2F
07012 Palma de Mallorca
Illes Balears. España
T. +34 971 425 586
F. +34 971 425 054
reservas@hmhotels.net

hmhotels.net

**www.blueseahotels.com**
info@blueseahotels.es
+34 971 42 71 10

BLUESEA
HOTELS THAT MAKE YOU SMILE

**NEUE** HOTELS

**NEUE** LEISTUNGEN

**EIN NEUES** BLUE SEA

Fantasia
BAHIA PRINCIPE
HOTELS & RESORTS

# *Fantasia Bahia Principe ★★★★★*
# *Tenerife*
*Teneriffa – Spanien*

**Besuche uns auf der ITB in Halle 22a, Stand 106**

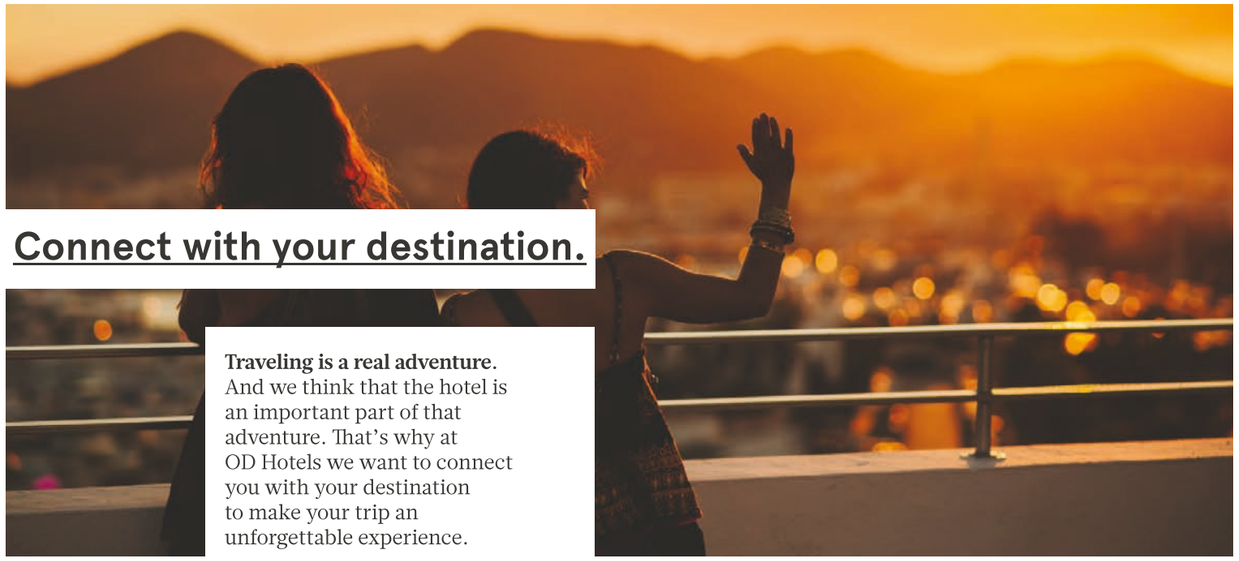
Im November 2018 eröffnet auf Teneriffa ein neues Hotelkonzept voller Fantasie. Ein Themenhotel für das besondere Glück und wo Groß und Klein eine Unterhaltungswelt voller Legenden, Geschichten und Symbolen der Insel genießen.

Wir stellen Ihnen das neue Fantasia Bahia Principe Tenerife in Costa San Miguel vor, einer der malerischsten und naturgewaltigsten Orte der Insel. Gibt es einen besseren Ort als diesen, um eine magische Welt nachzubilden?

Das zweite Fantasia Hotel der Kette eröffnet in Spanien und bringt ein einzigartiges Freizeit- und Unterhaltungsangebot und die besten Anlagen dafür mit. So entsteht eine neue Marke im Bahia Principe Universum, mit der das Urlaubserlebnis mit der ganzen Familie noch besser wird.

Ein All inclusive Hotel mit einem vielfältigen und köstlichen Gastronomieangebot der verschiedenen A la carte-Restaurants und dem Buffetrestaurant sowie der Qualitätsgarantie von Bahia Principe, eines der Unterscheidungsmerkmale der Kette.

*Dominikanische Republik · Mexiko · Jamaika · Spanien*



**Connect with your destination.**

**Traveling is a real adventure.** And we think that the hotel is an important part of that adventure. That's why at OD Hotels we want to connect you with your destination to make your trip an unforgettable experience.

Located in strategic points, the OD Hotels have as their common denominator a perfect location, which allows all of them to connect you with the environment, getting closer to the best in each destination.

od hotels

od-hotels.com

**Ibiza · Mallorca · Barcelona**

Coming soon: **OD Côte d'Azur | OD Miami**


## *Editorial*

# Ziel erreicht: Attraktiver zu werden

17 erreichte Spanien mit fast 82 Millionen internationalen Touristen eine neue Rekordzahl und nahm zum ersten Mal vor den Vereinigten Staaten und direkt hinter Frankreich weltweit den zweiten Platz unter den beliebtesten Reisezielen ein. Das ist sicherlich ein Grund zur Freude, aber auch ein Ansporn, weiter an einem nachhaltigen Tourismusmodell zu arbeiten, bei dem die Qualität vor der Quantität steht. Das gilt sowohl für die ständige Verbesserung des Produkts wie auch hinsichtlich der Besucher, die man anlocken möchte. Es geht dabei um Touristen, die sich über das klassische Programm von Sonne und Strand hinaus für die Vielzahl an Aktivitäten und Ressourcen interessieren, um ihre Besuche auf diese Art gleichmäßiger über das ganze Jahr hinweg zu verteilen.

Aus diesem Grund untersucht Turespaña, Spaniens oberste Behörde zur Förderung des Fremdenverkehrs, wie in den vergangenen beiden Jahren das kosmopolitische Segment weiter, um alle dessen Erwartungen zu erfüllen und sogar seinen Wünschen vorzugreifen. Gleichzeitig erhöht Spanien seine Anreize für diese Kunden wie auch für mehr Attraktivität weltweit, indem das Land seine Ressourcen für gastronomischen und Weintourismus, für das Wellnesssegment und den Gesundheitstourismus sowie für Liebhaber der Natur mit dem Angebot seiner Biodiversität aufwertet.

Das touristische Angebot der spanischen Reiseziele wird jedes Jahr vielseitiger, attraktiver und innovativer, sodass deutsche Touristen in knapp zwei Stunden von ihrem Zuhause seine hochmodernen Hotels, Serviceleistungen und Sehenswürdigkeiten genießen können. 2018 wird sich die Kapazität der Flugverbindungen zwischen Deutschland und Spanien weiter erhöhen.

Der kürzliche Konkurs einer der bisher wesentlichen Fluggesellschaften hat die Verbindung zwischen beiden Ländern nicht nur nicht betroffen, sondern das Angebot seitens zahlreicher spanischer und deutscher Fluggesellschaften erhöht.

Spanien wird die deutschen Besucher ein weiteres Jahr mit offenen Armen empfangen, um ihnen neue Möglichkeiten für einen Urlaub zu bieten, der ihnen in schönster Erinnerung bleiben wird.

Spanien: Das beste Reiseziel, um sich beim Anblick des Horizonts entspannen oder auch an tollen Aktivitäten teilnehmen zu können Foto: Cap de Ses Salines auf Mallorca. Autor: Jens Kreuter.


## *Hosteltur.com*

HERAUSGEBER: Joaquín Molina García-Muñoz
editor@hosteltur.com
CHEFREDAKTEUR: Manuel Molina Espinosa
manuel.molina@hosteltur.com
@manolomolinaesp
GESCHÄFTSFÜHRER: Carlos Hernández
carlos.hernandez@hosteltur.com
@carloshosteltur
REDAKTION:
MENORCA: REDAKTIONSLEITERIN:
Esther Mascaró · redactorjefe@hosteltur.com
@esthermascaro
MADRID: Hotels: Vivi Hinojosa
hoteles@hosteltur.com · @vivi_hinojosa
Reisebüros: José Manuel
de la Rosa · agencias@hosteltur.com
@JMaDelarosa
Tourismuspolitik: Carmen Porras
actualidad@hosteltur.com · @carmenhosteltur
SEVILLA: Reisebüros:
Ángeles Vargas · agencias@hosteltur.com
@angelesvargaspe
PALMA DE MALLORCA: Transportwesen:
Diana Ramón · transportes@hosteltur.com
@dianaramonv
BARCELONA: Tourismuspolitik:
Xavier Canalis · actualidad@hosteltur.com
@XavierCanalis
CUBA: María Eugenia Cobas
comerhost@ceniai.inf.cu
DIGITALE AUSGABE: Coordinadora: Ángeles
Vargas · angeles.vargas@hosteltur.com
Community Manager: Lola Buendía ·
lola.buendia@hosteltur.com · @lbuendia
WERBUNG: Central:
Angus López · angus.lopez@hosteltur.com
Tel.: 971 73 20 73
Madrid: Juan Carlos Martín · juancarlos.
martin@hosteltur.com · @jcmbrunete
Tels.: 647 45 75 75 · 91 366 25 37
Barcelona: Iván Vega
ivan.vega@hosteltur.com · @ivanvegagarcia
Tel.: 93-4731693 -
LAYOUT: David Molina
david.molina@hosteltur.com
@davidhosteltur
FOTOGRAFIE: Archivo Hosteltur
DRUCK: Ingrama, S.L. -
ABONNEMENT:
suscripcionimpresa@hosteltur.com
Diario Turístico Digital:
suscripciondigital@hosteltur.com

HERAUSGEBER
Ideas y Publicidad de Baleares, S.L.
Joan Miró, 79 · 07015 Palma de Mallorca,
Baleares
Teléfono: 971 732073 · Fax: 971 737512 -
Depósito legal: PM298-1994
Mitglied der APP Asociación de Prensa Profesional

www.hosteltur.com
hosteltur@hosteltur.com
@hosteltur

Turespaña setzt wieder auf kosmopolitische Besucher

# Spanien setzt erfolgreich auf neue deutsche Touristen, die alternative Reiseziele und alternative Erlebnisse suchen

Ángeles Vargas
*@angelesvargaspe*
*angeles.vargas@hosteltur.com*

Die spanischen Reiseziele haben sich 2017 auf dem deutschen Markt konsolidiert. Dieser Aussendermarkt eroberte seinen zweiten Platz für Spanien zurück und zeichnet einen steigenden Trend hin zu einem noch hochwertigeren Tourismus ab. Das ist für das nachhaltige Tourismusmodell der Zukunft, das Spanien anstrebt, besonders wichtig. Dabei konzentriert sich Spanien für 2018 auf kosmopolitische Reisende.

Von den fast 82 Millionen Touristen, die Spanien 2017 empfing und die mit 8,6 % Anstieg einen neuen Rekordwert darstellten, waren rund 15 % deutsche Besucher. Sie stellen einen sehr soliden Markt dar, der gleichzeitig jedoch ein hohes Wachstumspotenzial bietet. **Arturo Ortiz Arduán**, Botschaftsrat für Tourismus in Berlin, der zu **Turespaña** gehört, erläutert Hosteltur, dass „Deutschland weiterhin eine der Säulen der spanischen Fremdenverkehrsbranche ist. Trotz der demografischen Herausforderung der deutschen Bevölkerungspyramide und der immer noch hohen Saisonabhängigkeit und geografischen Konzentration zeigt dieser Markt weiterhin seine Stärke und seine Wachstumsmarge, wenn die richtigen Politiken ausgeführt werden, um das Angebot der Nachfrage anzunähern." Aus diesem Grund „gibt es in bestimmten Segmenten, wie dem kosmopolitischen Segment, auf das sich unsere Ressourcen und Bemühungen konzentrieren, noch immer eine große Wachstumsmarge," fügt er hinzu.

2017 eroberte Deutschland mit 11,8 Millionen Besuchern, d. h. 6,1 % mehr als im Vorjahr, seinen zweiten Platz unter den Aussendermärkten für Spanien mit 14,53 % Marktanteil zurück. Diese konzentrieren sich hauptsächlich auf die Balearen und auf die Kanaren und in geringerem Maße auf Katalonien und Andalusien. „Andalusien hat jedoch mit zweistelligen Wachstumszahlen eine ausgezeichnete Entwicklung gezeigt, was auch in Regionen wie Galicien, Baskenland, Kantabrien und Navarra, die auf dem deutschen Markt ein geringeres Volumen haben, der Fall war."

Hinsichtlich der Ausgaben war die Entwicklung mit 12.220 Millionen (+ 10,1 %) sogar noch besser. Auch hier belegt Deutschland den zweiten Platz hinter dem britischen Markt. Die durchschnittlichen Ausgaben je Tourist liegen hoch (1.028 Euro) und die durchschnittlichen täglichen Ausgaben (124 Euro) steigen.

## Auf der Suche nach kosmopolitischen Reisenden

Die Stärke der deutschen Wirtschaft mit sinkenden Arbeitslosenzahlen, Lohnerhöhungen, wirtschaftlicher Sicherheit und ausgezeichneten Perspektiven, die den Konsum ankurbeln, wird für 2018 eine positive Auswirkung auf die Nachfrage haben. Die Rückkehr von Reisezielen im östlichen Mittelmeer und Nordafrika „mit einer sehr aggressiven Preisstrategie" laut Ortiz, könnte sich jedoch negativ auswirken. Dem wirkt der Beitrag seitens Turespaña mit der Aufnahme des kosmopolitischen Segments entgegen, "sodass der Trend speziell im kosmopolitischen Segment trotzdem positiv bleibt und die feststellbaren Anzeichen der Schwäche keine Auswirkung auf diesen Umsatz, der unsere Priorität ist, zeigen. Wir glauben, dass die Bilanz hinsichtlich der Aufnahme einer qualitativ höheren Touristenklasse für Spanien sehr positiv sein wird."

In diesem Sinne ist es nicht nur interessant, die Veränderungen in diesem Senderland zu beobachten, „sondern die Nachfrage nach Segmenten auf unser Angebot hin zu beleben und sie für unser Land wirtschaftlich und nachhaltig zu machen. Aus diesem Grund erfolgt die Betonung auf die Aufnahme des kosmopolitischen Segments," betonte er. Während man diesen Filter im Auge behält, geben zwei Drittel des deutschen touristischen Marktes Ausruhen, Erholung, Entspannung und Urlaub mit Sonne und Strand als Hauptmotiv für ihre Urlaubsreise an. Laut Angaben der **Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR)** stehen Reisen mit der Familie an dritter Stelle, gefolgt von der Natur und Erlebnisreisen an fünfter Stelle.

Das neue Profil der deutschen Touristen sucht nach authentischen Erlebnissen, die Spanien in großem Umfang bieten kann. Foto: Aktivität: ‚Von der Rebe ins Glas' von Bodegas Torres.

Aus diesem Grund wurden alle Ressourcen auf die Suche und Bindung des sogenannten kosmopolitischen Segments mit sehr unterschiedlichen Interessen konzentriert, „die mit ihren Konsumgewohnheiten Trends setzen. Der Zweck dieser Bemühung ist die Erhöhung der Wirtschaftlichkeit (Einnahmen am Reiseziel), d. h., die Aufnahme eines wirtschaftlich nachhaltigen Tourismus, der gleichzeitig auch für die Gesellschaft und die Umwelt nachhaltig und ein harmonisches Zusammenleben mit der Umgebung und der lokalen Bevölkerung ermöglichen soll." Um das zu erreichen, kommt er zur Schlussfolgerung, dass „wir Touristen anlocken müssen, die über das Produkt Sonne und Strand mit der größten Nachfrage – was es auch bleiben wird - hinaus, an anderen touristischen Produkten und alternativen Reisezielen wie urbaner Tourismus, Einkaufen, Kultur oder Gastronomie interessiert sind. Damit tragen wir gleichzeitig zur Reduzierung der negativen Auswirkungen wie geografische und zeitliche Konzentrierung bei."

> *2017 eroberte Deutschland mit 11,8 Millionen Besuchern, d. h. 6,1 % mehr als im Vorjahr, seinen zweiten Platz unter den Aussendermärkten für Spanien mit 14,53 % Marktanteil zurück*

Der Städtetourismus macht Spanien für deutsche Reisende und insbesondere für kosmopolitische Besucher sehr attraktiv. Foto von Barcelona. Autorin: Camile Minouflet.

*“ Wir streben einen wirtschaftlich nachhaltigen Tourismus an, der aber auch für die Gesellschaft und die Umwelt nachhaltig sein soll, damit ein harmonisches Zusammenleben mit der Umgebung und der lokalen Bevölkerung möglich ist,“ gibt Arturo Ortiz an*

## Angebote für anspruchsvollere Gäste

**Dr. Antonio Roldán-Ponce**, Geschäftsführer der deutschen Vertriebs- und Marketingorganisation im Reisebürovertrieb **TSS G**, weist darauf hin, dass Deutschland durch den Einstieg neuer Generationen eine größere Vielfalt und Produktsegmentierung anfordert. „Die Deutschen sind anspruchsvolle Kunden, die wahre Erlebnisse suchen. Zudem vollzieht sich als Folge demografischer und wirtschaftlicher Entwicklungen ein bedeutender Wechsel in der Nachfrage. Die Konsequenz ist eine starke Segmentierung der Nachfrage, wodurch sich eine Chance, nämlich der Einsatz auf Mass Customization, eröffnet,“ indem eine große Vielfalt maßgeschneiderter Produkte geschaffen wird.

Der schrittweise Ersatz der Generation der über 65jährigen durch die Aufnahme von Berufsgruppen des „Wirtschaftswunders“ mit einem höheren Bildungs- und Erwerbsniveau führt zur „Entstehung einer Generation mit verfeinerten Ansprüchen als die früherer Jahre. Es sind Liebhaber der Erlebnisse, die sehr sensibel für das Gefühl der Sicherheit sind.“ Eine weitere Besonderheit ist die Vorbereitung ihrer Reisen mit traditionellen (Büchern, Broschüren, Reiseführern) und neuen (Internet) Medien. „Dieses Publikum vertraut eher auf die Meinung der Fachleute als auf die Empfehlungen anonymer Reisenden.“

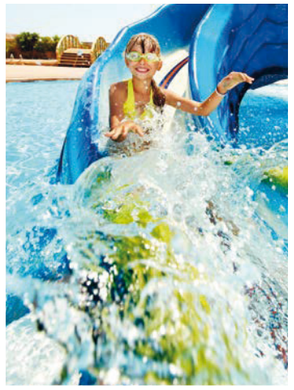
Weitere Trends sind das neue Familienmodell mit alleinerziehenden Eltern, oder zum Beispiel kürzere aber erlebnisintensivere Reisen mit einem hohen Vorbereitungsgrad. Es besteht auch das Bedürfnis, den Zugang zum Angebot – sowohl zur Information wie zum Kauf – zur erleichtern, wie auch das Bedürfnis der Unmittelbarkeit der Transaktionen, der Querverkäufe, die Forderung nach Flexibilität und Qualität und hoher Mobilität.

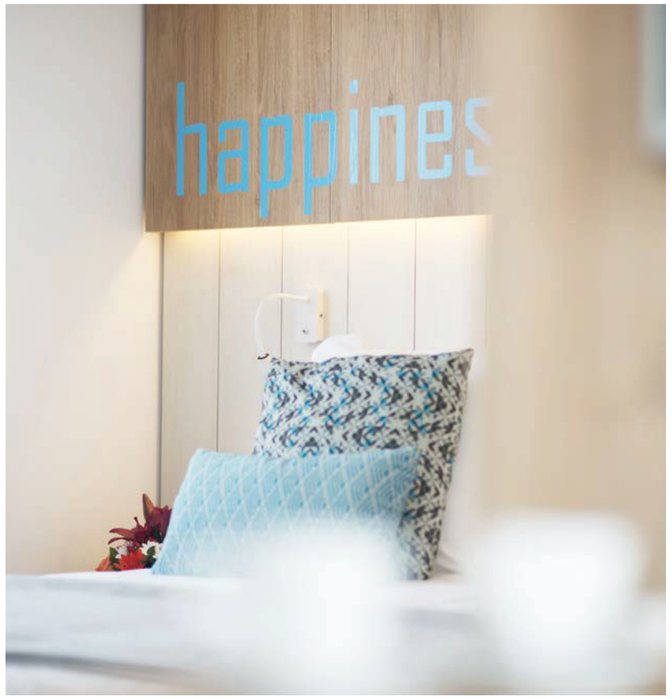
TSS Group weist auch auf den kosmopolitischen Reisenden hin, der zwischen 35 und 55 Jahre ist und Authentizität sucht, der kürzere, aber häufigere Reisen macht, dem Reiseziel treu ist und das Bleisure Produkt anfordert. „Seine Beziehung zu den Reisezielen ist sehr emotional und er setzt eine große Vielfalt an Technologien ein.“

Für 2018 müssen laut Roldán einige Herausforderungen auf dem Markt bewältigt werden, die hauptsächlich mit den Verbindungen zusammenhängen, nachdem nach dem Ausscheiden von Airberlin und Niki 400.000 Sitzpläne in Flugzeugen fehlen. Hinsichtlich des Reiseziels Spanien gehört das Wiedererscheinen der Konkurrenten aus dem östlichen Mittelmeer und der Boom der Fernreisen zu den Herausforderungen.

Spanien hielt sich 2017 als beliebtestes Urlaubsziel im Ausland für die Deutschen, aber laut des Deutscher Reise-Verbands e. V. (DRV) zeigten sich die Reiseveranstalter am Ende des Jahres um die Entwicklung einiger Reiseziele besorgt. Laut GfK geht jeder vierte Euro, den die Deutschen in ihrem Urlaub ausgeben, in spanische Reiseziele. 2016 war der Anstieg besonders stark. Dieses hohe Niveau wurde 2017 nahezu beibehalten, aber die touristischen Regionen zeigten unterschiedliche Verhaltensweisen. Während die Kanaren und das Festland Wachstum verzeichneten, sanken die Balearen. Laut der Consultingfirma lag das am Rückgang der Buchungen über Reisebüros und dem Anstieg der Onlinebuchungen. Der von den Fremdenverkehrsbehörden Mallorcas verzeichnete Besucheranstieg lag am Anstieg individuell organisierter Reisen. Dieser Trend wird sich laut der Zahlen der einzelnen Anzeiger für 2018 in diesem Jahr fortsetzen. ■

LABRANDA
HOTELS & RESORTS






AUTHENTISCH – PULSIEREND - GEMÜTLICH

Wir stellen unsere Reiseziele mit einer großen Vielfalt an Erlebnissen in sonnenverwöhnten Ländern mit herrlichen Stränden vor. LABRANDA Hotels & Resorts bietet unterschiedliche Ambientes, mehrere Pools und Wellnessanlagen wie auch verschiedene Restaurants und Bars für eine kulinarische Reise mit bodenständigen und internationalen Gerichten. Dazu gehören auch Liveunterhaltung und tägliche Aktivitäten.

LABRANDA.COM

In Madrid werden in zwei Jahren mehr als 3.000 Zimmer hinzukommen

# Hotelfieber in Spanien: Luxushotels erobern die Zentren der Städte

Charo Hierro
*@charohie*

Der spanische Hotelmarkt weckt insbesondere im Luxussegment das Interesse der Investoren. Hotelketten und Investmentfonds setzen auf die Eröffnung von hochpreisigen Häusern in den Zentren der Städte, die den gut funktionierenden Tourismus anziehen.

Die Gran Via in Madrid ist eine der Straßen mit der größten Anziehungskraft. Das Hyatt Centric Gran Vía öffnete, nach einer Investition von 30 Millionen Euro, am 20. Dezember seine Türen. Das Hotel hat 159 Zimmer und befindet sich in einem Gebäude aus dem Jahr 1920. Zuvor eröffnete in der gleichen Straße das 5-Sterne-Hotel Marriott mit 71 Zimmern unter der Marke Autograph Collection. In einer nahe gelegenen Straße, in Jacometrezo, plant die Kette im nächsten Jahr ein Hotel mit 139 Zimmern, diesmal jedoch unter dem Namen Aloft.

In der zweiten Jahreshälfte oder Anfang 2019 ist die Eröffnung des Room Mate Rex Madrid geplant. Somit schon die sechste Einrichtung der Kike Sarasola-Kette in der Hauptstadt. Das Hotel, das gerade renoviert wird, hat 130 Zimmer. Das Unternehmen wird das Room Mate Alba (zuerst sollte es Teresa heißen) in der Huertas Straße Nr. 16, ganz in der Nähe von Room Mate Alicia als nächsten eröffnen.

> *Die Einführung von Marken wie Four Seasons oder W führt zu einem Anstieg des Preisniveaus und kurbelt somit den Hotelmarkt in Madrid an*

Eine weitere große Kette, die in der Gran Vía von Madrid Premiere feiert, ist die NH Hotel Group. Im April wird das NH Collection Madrid Gran Vía, ein 4-Sterne-Hotel mit 94 Zimmern im alten Senator Gran Vía 21, nach umfassender Renovierung eröffnet. Auch der Fußballer Cristiano Ronaldo wird dank der Vereinbarung mit der Baufirma Calpense, die die Immobilie besitzt, auf dieser symbolträchtigen Straße ein Haus mit seinem Namen haben. Die Renovierungsarbeiten zum Bau des 5-Sterne-Hotels und die Eröffnung von 164 Zimmern in der Gran Via Nr. 29 werden in Kürze beginnen. Die Eröffnung ist für 2019 vorgesehen. Pestana CR7 wird das erste Hotels der Geschichte auf dem Plaza Mayor de Madrid sein.

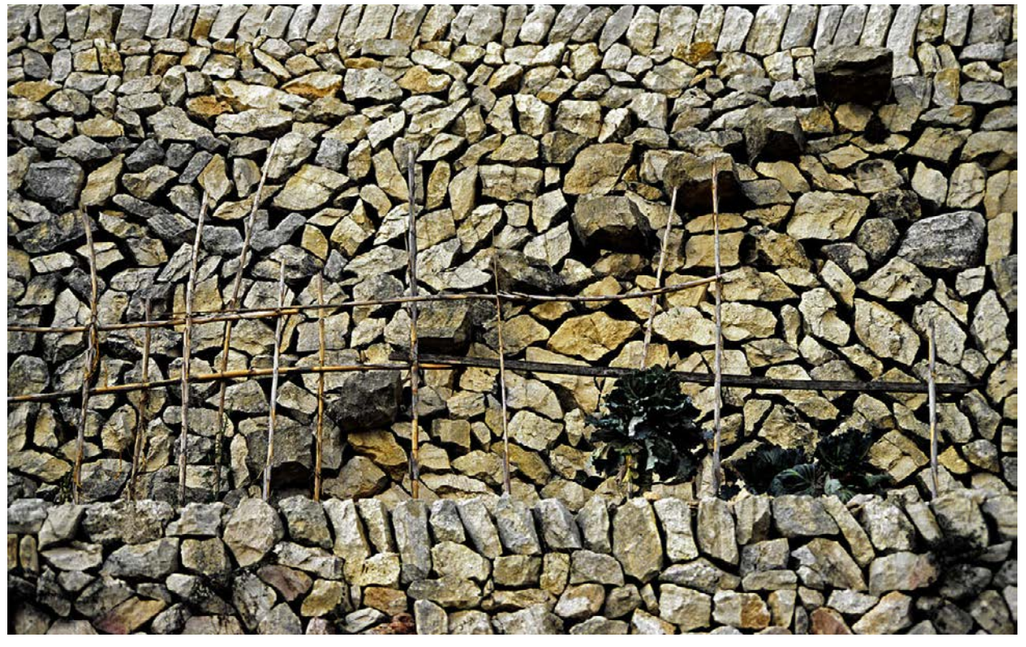


In diesem Jahr wird Madrid das älteste Hotel der Stadt wieder auferstehen lassen, das Gran Hotel Inglés aus dem Jahr 1853. Die Hotelkette Hidden Away Hotels hat es nach einer Investition von 16 Millionen wiederbelebt. Im Februar wurde es in ein 5-Sterne-Haus mit 48 Zimmern umgewandelt.

## Internationale Ketten konzentrieren sich auf die Hauptstadt

Hyatt wird sich bald anderen internationalen Ketten wie Four Seasons oder Starwood anschließen, die ihre Ankunft in der Hauptstadt vorbereiten. Die erste schloss im Jahr 2015 eine Vereinbarung mit der Villar Mir Gruppe und ihrer Baufirma OHL zur Eröffnung eines 5-Sterne-Hotels in der Innenstadt von Canalejas im Zentrum von Madrid. Das exklusive Haus, das in sieben historischen Gebäuden untergebracht ist, wird unter der Marke Four Seasons Branded Residences über 200 Zimmer sowie 22 Häuser mit Zugang zu Hoteldienstleistungen verfügen. Starwood wird seinerseits ein Hotel der Marke W auf der Plaza de Canalejas eröffnen. Auf der Plaza de las Descalzas eröffnet die Gruppe KKH Property Inves-

Diesen Monat wird das älteste Hotel Madrids das Gran Hotel Ingles von Hidden Away Hotels, nach einer Investition von 16 Millionen Euro, erneut eröffnet.



Im Januar eröffnete Meliá Hotels International das ME Sitges Terramar, ein luxuriöses Haus mit 213 Zimmern.

tors, die das ehemalige Hauptquartier von Monte de Piedad in Madrid gekauft haben ein 5-Sterne-Hotel. Die zukünftige Einrichtung, die noch keinen Betreiber hat, wird 180 Zimmer haben.

## Die Wiedergeburt der Plaza de España

Ein weiterer pulsierender Platz von Madrid ist die Plaza de España. Die erste Kette, die auf dieses Viertel der Hauptstadt setzte, war Barceló, die letztes Jahr das Barceló Torre de Madrid eröffnete. Ein 5-Sterne-Hotel mit 256 Zimmern.

Die Hausnummer 5 des genannten Platzes hat befindet sich das VP Plaza de España Design, ein weiteres 5 Sterne Haus mit 214 Zimmern.

Im kommenden Jahr wird sich auch RIU in Madrid ansiedeln. Konkret wird dies im emblematischen Gebäude "Edificio España" geschehen, das bereits reformiert wurde, um es in ein 4-Sterne-Hotel mit 589 Zimmern umzuwandeln.

> *"Die Einführung von Marken wie Four Seasons oder W führt zu einem Anstieg des Preisniveaus und kurbelt somit den Hotelmarkt in Madrid an*

## Luxusprojekte überall in Spanien

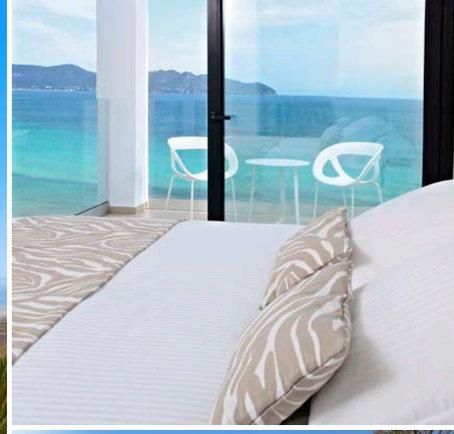
In Barcelona eröffnete Iberostar zu Beginn des Jahres sein erstes Hotel in der Stadt, ein 4-Sterne-Superior mit 119 Zimmern auf der Plaza de Catalunya. Auch in der katalanischen Hauptstadt erneuerte die Selenta Gruppe das ehemalige Princesa Sofia, in das sie mehr als 50 Millionen investiert haben und das jetzt wie das Luxushotel Hotel Sofia an der Avenida Diagonal glänzt.

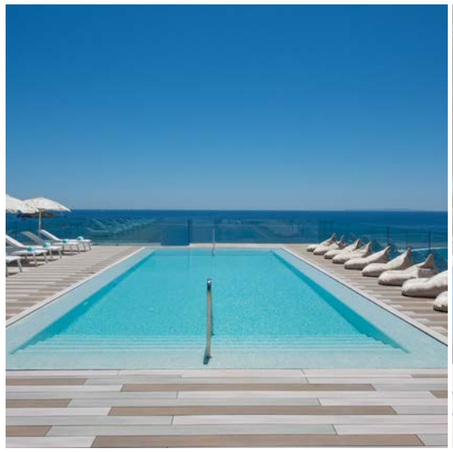
Meliá Hotels International eröffnete Ende Januar das ME Sitges Terramar, ein luxuriöses Hotel mit 213 Zimmern direkt am Strand, erbaut in erster Strandlinie über dem klassischen Hotel Terramar.

In Sevilla wird die Firma Salvo Global Property ein 5-Sterne-Hotel mit 170 Zimmer in dem Gebäude bauen, das Abengoa auf der Avenida de la Buhaira in der sevillanischen Hauptstadt hatte. Die Gesamtinvestition übersteigt 40 Millionen.

Auch die Inselgruppen entkommen dem Luxusmarkt nicht. Im Herzen von Palma de Mallorca hat die Cappuccino-Gruppe, eine mallorquinische Kaffeehauskette, ihr erstes Hotel, das Hotel Mama, gebaut. Nach den Umbauten eines Gebäudes aus dem 19. Jahrhundert verwandelt es sich in ein Boutique Hotel mit 32 Zimmern.

Auf Teneriffa, an der Costa Adeje, eröffnete die Barceló Gruppe das Royal Hideaway Corales Resort, ein 5-Sterne Grand Luxury mit privilegierter Lage am Meer, unter Mitarbeit des Architekten Leonardo Omar, gebürtig aus Teneriffa. ■





Es gibt Orte, die wir alle einmal im Leben besucht haben sollten. Besondere und magische Orte, die uns mit ihrem Flair begeistern und uns einladen, für immer zu bleiben. Von der Karibik bis nach Nordafrika, vom Mittelmeer bis New York – Iberostar bietet Ihnen Orte, die Sie nie wieder vergessen werden.

Unsere Hotels befinden sich an mehr als 115 verschiedenen Orten, die Ihnen das Beste von jedem Reiseziel bieten: Bei Iberostar befinden Sie sich stets in direkter Strandlage, Städte erleben Sie in ihrem pulsierenden Herzen und Geschichte erleben Sie durch ihre Architektur.

IBEROSTAR
HOTELS & RESORTS
Let it shine

Turespaña setzt wieder auf kosmopolitische Besucher

# Über die Technologie hinausgehende Hotelinnovation in Spanien

Vivi Hinojosa
*vivi.hinojosa@hosteltur.com*
*@ Vivi_hinojosa*

Die Innovation der Hotels geht weit über die Anwendung neuester Technologien hinaus und kann sich in neue Geschäftsmodelle oder neue Serviceleistungen verwandeln, die in einer immer stärker globalisierten und konkurrenzorientierten Branche als differenzierende Eigenschaft dienen können. Hier einige Beispiele für neuartige Anregungen bei Serviceleistungen und Einrichtungen in spanischen Hotels.

## Neue Serviceleistungen

In Madrid gibt es nichts Typischeres als einen guten Eintopf mit der entsprechenden Siesta. Genau das schlägt das **Indigo Madrid Gran Vía Hotel** als Sonntagsprogramm vor: Ein Menü mit diesem urtypischen Gericht der Madrider Küche in seinem **El Gato Canalla** Restaurant bietet auch die Möglichkeit, zweieinhalb Stunden nach einem derart üppigen Gericht für nur 45 Euro in einem seiner Zimmer Siesta schlafen zu können, womit die spanische Tradition zu 100 % komplett ist.

Eine weitere Option wird Gästen geboten, die Haute Cuisine auf komplett individuelle Art erleben möchten. Dabei bereitet der Chefkoch selbst ein Show-Cooking zu, das man später in einer Luxussuite des **Royal Hideaway Corales Suites Hotels**, einem im Februar in Costa Adeje im Süden Teneriffas eingeweihten 5-Sterne-Hotel, genießen kann.

Mit seinem **BicNic Service** für Gäste bietet das **Barceló Hamilton Menorca Hotel** gesundes Essen an. Hierbei kann man ein Fahrrad mieten, um die Insel zu erkunden. Dazu gehören ein komplettes Picknickmenü sowie individuelle Straßenkarten mit den besten Fahrradrouten.

Wenn es schon um Sport geht, dann geht das **Royal Hideaway Sancti Petri Hotel** mit seinem **Tropical Gym** Produkt als Premium-Sporttourismus noch einen Schritt weiter. Hierbei kann man Yoga am Atlantik machen, TRX® Suspension Training® neben einer Palme treiben, Spinning auf einer Dachterrasse mit Blick auf den Sonnenuntergang machen und sogar an „Outdoor Dancing“ Kursen teilnehmen. Dieses 5-Sterne-Hotel mitten an der Küste von Cádiz verlegt damit die Routine eines Fitnessraums auf die 35.000 Quadratmeter seiner tropischen Gärten mit interessanten Anregungen, bei denen Unterhaltung und Sport fusioniert werden.

Wenn Sie erleben möchten, wie Musik an einem richtigen Mischpult aufgelegt wird, bietet das **Barceló Illetas Albatros Hotel** auf Mallorca individuelle Kurse in seiner **DJ School** an. Dort können die Gäste an einer Meisterklasse mit Alex Caro teilnehmen, um die technischen, praktischen und Stilgeheimnisse zu erlernen, die die weltweit besten DJs anwenden.

Das Royal Hideaway Sancti Petri Hotel bietet seinen Gästen Ganzkörper-Work-out unter Einsatz eines nicht elastischen Gurtsystems im Freien an, bei denen man nicht nur fit, sondern auch zum Meditieren angeregt wird.

Die Möglichkeit, Sport zu treiben, wird auch in das MICE-Angebot aufgenommen. Das ist beim **Touché Business Programm im Barceló Montecastillo Hotel** der Fall, das auch in der Provinz Cádiz und konkret in Jerez de la Frontera liegt. Hier wird die Fechtkunst mit ihren Strategien, Taktiken und ihrem geistigem Training auf die Geschäftswelt angewendet. Für Gruppenreisen, bei denen sich die Teilnehmer außerhalb des rein geschäftlichen Rahmens kennenlernen sollen, hat das Hotel sein **Executive Bootcamp** geschaffen. Diese intensive Aktivität basiert auf den Übungen amerikanischer Militärs. Dabei werden Werte wie Kameradschaft, Anstrengung, Überwindung, Opferbereitschaft betont, die in der unternehmerischen Tätigkeit sehr präsent sind. Natürlich gehört auch viel Vergnügen dazu. Diese Qualitäten haben sich als ausgezeichnete Team-Building-Aktivität erwiesen.

Damit diese ganzen Erlebnisse heutzutage wirklich zufriedenstellend sind, muss man sie auf den Social Media festhalten können. In diesem Fall geht nichts über einen wahren Experten, der die Urlaubserlebnisse dokumentiert und sie in Istzeit mit anderen teilt. Dieser neue Service wird vom **Holiday Social Manager** angeboten, den dieses mallorquinische Hotel bietet. Dank seiner Ausbildung als Community Manager nimmt er auf Anforderung ganz besondere Momente seiner Gäste während ihres Aufenthalts auf.

## Neue Einrichtungen

Unter den neuen Hotels, die diesen Frühling in Madrid eröffnet werden, heben sich zwei mit ihrer Originalität hervor. Das Erste wird Ende März unter dem Konzept „Boutique-Art-Hotel“ in Betrieb genommen. Hierbei handelt es sich um das **Pavilion Madrid Hotel**. Es ist das erste Hotel der Kette in Spanien, das seinen Gästen das Erlebnis einer Übernachtung in einer richtigen Kunstgalerie bietet, da bei der Dekoration der Gemeinschaftsbereiche und Zimmer Kunstwerke bevorzugt wurden. Auf diese Art wird es zu einer neuen Niederlassung der Álvaro Alcázar Galerie, die seit 2006 zeitgenössische Künstler repräsentiert.

> *Einen Eintopf mit der entsprechenden Siesta genießen, Show-cooking des Chefkochs auf dem Gästezimmer, Sportübungen im Freien, Anwendung der Fechtkunst bei Geschäften, von einem professionellen DJ Musik auflegen lernen, Urlaubserinnerungen von einem Profi in die Social Media eintragen lassen – das sind nur einige der Anregungen*

Die Hostelkette **Generator** hat als Standort für ihre erste Niederlassung in Madrid eine ehemalige Tankstelle der 30er Jahre ausgewählt. Damit setzt sie weiter auf ungewöhnliche Bereiche, die in Designbauten umgewandelt und den Reisenden neben der Unterbringung auch andere bereichernde Erlebnisse bieten. Das Hostel wird im April eröffnet. ■

PR

# ILUNION Hotels, die Führende Hotelkette Beim Thema Inklusion

*9 „Centros Especiales de Empleo“, (CEE, besondere Beschäftigungszentren) und 35 % Mitarbeiter mit Behinderungen*

ILUNION Hotels ist die Hotelkette der sozial verantwortlichen Unternehmensgruppe der spanischen Blindenorganisation ONCE und der zugehörigen Stiftung. Gegründet wurde die Hotelkette 1988 als ein Unternehmensprojekt, das sich an wirtschaftlicher Rentabilität und sozialer Verantwortung orientiert.

ILUNION Hotels ist die in puncto Inklusion führende Hotelkette und ein sozialer Bezugspunkt im Tourismussektor. Ende 2017 waren im Schnitt 969 Personen bei ILUNION beschäftigt, davon 361 (38 %) mit einer Behinderung.

Darüber hinaus werden neun Arbeitsstätten (acht Hotels und das Catering-Unternehmen ILUNION Catering by Maher) als CEE betrieben. Dies bedeutet, dass mindestens 70 % der Beschäftigten eine Behinderung haben.

Die Hotelkette hat sich laut Worten ihres Generaldirektors José Ángel Preciados das grundlegende Ziel gesetzt, „eine bessere Welt zu schaffen, in der Gerechtigkeit, Solidarität und Großzügigkeit einen anderen Stellenwert erhalten.“

Das #somosheroes-Team von ILUNION Hotels während des Spartan Race Valencia 2017.

## 25 Exklusive Hotels

Die Hotelkette verfügt in ganz Spanien über 25 Hotels mit fünf, vier und drei Sternen. Jeweils vier Hotels befinden sich in Madrid, Barcelona und Valencia, drei in Málaga (Málaga, Mijas und Fuengirola), zwei in Cádiz (Calas de Conil und Sancti Petri), zwei in Mérida (Mérida Palace und Las Lomas), jeweils eins in Badajoz, Menorca, Huelva (Islantilla), Gerona (S´Agaró), Saragossa und Bilbao.

Alle Hotels wurden nach dem Motto „Design für alle“ konzipiert und für Menschen mit Behinderungen eingerichtet. Dies wird u.a. an niedrigen Rezeptionen, Magnetschleifen zur Tonverstärkung von Hörgeräten, Notrufknopf sowie mobilen Rauchmeldern deutlich.

ILUNION Hotels ist außerdem ist die einzige spanische Hotelkette, der das Universelle Barrierefreiheitszertifikat (UNE 170001-2) sowie das Gütesiegel „Q Sostenible“ für eine nachhaltige Gebäudewirtschaft verliehen wurde.

Außerdem wurde ILUNION Hotels als erstes spanisches Unternehmen mit dem „Ethics Award“ der UNWTO (Weltorganisation für Tourismus der Vereinten Nationen) ausgezeichnet.

## #Somosheroes, Ein Aussergewöhnliches Team

ILUNION Hotels engagiert sich für Personen mit Behinderungen und einen positiven Wandel in der Gesellschaft. Alle Mitarbeiter der Hotelkette zeichnen sich dadurch aus, dass sie Probleme in Teamarbeit angehen, keine Mühe scheuen, sich solidarisch zeigen und ein hohes Engagement an den Tag legen.

Auf dieser Grundlage entstand das Projekt #somosheroes: ein Team von Mitarbeitern mit und ohne Behinderung, die sich allen möglichen Herausforderungen stellen, um zu zeigen, dass sie gemeinsam gemeistert werden können.

Über 700 ILUNION-Mitarbeiter haben bereits an acht „Spartan Races“ und an Radrennen wie dem GAES Pilgrim Race teilgenommen. Hierbei hat ein Team aus acht Helden, davon fünf mit Behinderung, die über 700 km zwischen Madrid und Santiago de Compostela auf dem Mountainbike bewältigt.

Das Projekt #somosheroes zeigt Engagement und beteiligt sich an solidarischen, nachhaltigen Aktionen im Einsatz für eine gerechtere Welt. Dies zeigt zum Beispiel eine Spende von 1.200 kg Milchpulver für stillende Mütter mit HIV an die Hilfsorganisation Ärzte der Welt.

ILUNION Hotels ist eine Hotelkette, die aus herausragenden Personen besteht - sie zeigen tagtäglich, dass alle Hindernisse überwunden werden können.

**INFORMATIONEN**
*www.ilunionhotels.com*

construye capital moma

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelsanierungen spezialierte Bauunternehmen



## HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| AA HOTELES | PASEO DE LA INDEPENDENCIA 23 | ZARAGOZA | 876662990 | direccioncomercial@aa-hoteles.com | https://www.aa-hoteles.com/es/index.html | 6 | 358 |
| ABBA HOTELES | BERLIN, 51 PRAL. | BARCELONA | 933632330 | reservas@abbahoteles.com | www.abbahoteles.com | 21 | 2.080 |
| AC HOTELS BY MARRIOTT | PARQUE EMPRESARIAL LA FINCA. Pº CLUB DEPORTIVO 1, EDIF. 17 | MADRID | 916260700 | ac@ac-hotels.com | www.ac-hotels.es | 92 | 11.661 |
| ACCOR HOTELES (SOFITEL/PULMAN/ M GALLERY/NOVOTEL/MERCURE/SUITHOTEL/IBIS/FORMULA1) | RIBERA DEL LOIRA, 56-58 | MADRID | 913828000 | reservation.accorspain@accor.com | www.accorhotels.com | 89 | 10.452 |
| ACEVI HOTELS | VILLARROEL, 106 | BARCELONA | 934520000 | info@acevihotels.com | www.acevihotels.com | 2 | 141 |
| ACTA HOTELS | JOSEP IRLA I BOSCH 5, 4º | BARCELONA | 902222103 | actahotels@actahotels.com | www.actahotels.es | 9 | 650 |
| AD HOC HOTELES | SAMANIEGO 20 | VALENCIA | 963921377 | epinedo@adhochoteles.com | www.adhochoteles.com | 3 | 90 |
| ADH HOTELES | EMISORA, 20 | MADRID | 900525671 | contactanos@adhhoteles.com | www.adhhoteles.com/es | 3 | 660 |
| ADRIAN HOTELES | PARIS, S/N | TENERIFE | 922713333 | info@adrianhoteles.com | www.adrianhoteles.com | 3 | 714 |
| AFINIA HOTELES | RAMBLETA PARE ALEGRE, 98 | BARCELONA | 937333300 | comercial@afiniahoteles.com | www.afiniahoteles.com | 2 | 184 |
| ALEGRIA HOTELS | CTRA.N-II KM.672,5 | BARCELONA | 937678684 | hello@alegria-hotels.com | www.alegria-hotels.com | 17 | 2850 |
| ALEXANDRE HOTELS | AVDA. MARIA FORTUNY, 70, 2º | TARRAGONA | 977346011 | jcescofet@alexandrehotels.com | www.alexandrehotels.com | 6 | 1.685 |
| ALLSUN HOTELES | FLUVIA, 7 | PALMA DE MALLORCA | 971436101 | uprein@allsunhotels.com | www.allsun-hotels.es | 32 | 6.182 |
| ALMA HOTELS | MALLORCA, 269-271 | BARCELONA | 933684490 | info@almahotels.com | www.almahotels.com | 2 | 131 |
| ALTAMAR HOTELS & RESORTS | AVDA. LA CORNISA, 21 | LAS PALMAS | 928560700 | j.hernandez@altamarhotels.com | www.altamarhotels.com | 3 | 463 |
| ALUA HOTELS & RESORTS | GREMI SUCRERS I CANDELERS,18 | PALMA DE MALLORCA | 971465611 | info@aluahotels.com | http://aluahotels.com | 15 | 3.200 |
| AMIC HOTELS MALLORCA | VISTA ALEGRE, 1 | ILLES BALEARS | 902400661 | central@amic-hotels.com | www.amic-hotels.com | 5 | 504 |
| ANDILANA LEISURES & HOTELS | PASEO MADOZ, 5, 1º 1ª | BARCELONA | 932372705 | | www.grupandilana.com | 6 | 228 |
| ANDRIA HOTELES | AVDA. CAPITA NEGRETE, 49 1 | MENORCA | 971482783 | grupoandria@grupoandria.com | www.grupoandria.com | 3 | 129 |
| ANIMA HOTELS | CESAR MARTINELL, 2 | BARCELONA | 935442670 | info@animahotels.es | www.animahotels.es | 2 | 119 |
| AR HOTELS & RESORTS | AVDA. JUAN CARLOS I, 48 | ALICANTE | 965832618 | calidad@ar-hotels.com | www.ar-hoteles.com | 5 | 817 |
| ARANZAZU HOTELES | BERROETA ALDAMAR, 7 6 | VIZCAYA | 946611724 | hoteles@aranzazu-hoteles.com | www.aranzazu-hoteles.com | 4 | 435 |
| ARCEA HOTELES | GREGORIO MARAÑON, 13 BAJO | ASTURIAS | 984834358 | info@arceahoteles.com | www.arceahoteles.com | 10 | 283 |
| ARTIEM FRESH PEOPLE HOTELS | CAPIFORT, 6 | MENORCA | 971356935 | artiem@artiemhotels.com | www.artiemhotels.com | 4 | 490 |
| AS HOTELES | AVDA. DIAGONAL 579-585, 5º PL | BARCELONA | 932401515 | info@areasmail.com | www.ashoteles.es | 6 | 162 |
| ATH HOTELES | TUSET, 20/24, 7ºBº | BARCELONA | 930179149 | m.clavero@ath-hoteles.com | www.athhoteles.com | 14 | 1.859 |
| ATIRAM HOTELS | CAPITAN ARENAS, 20 | BARCELONA | 934189967 | atiram@atiramhotels.com | atiramhotels.com | 13 | 1106 |
| ATLANTIS HOTELS & RESORTS | AVDA GRANDES PLAYAS, S/N | LAS PALMAS | 928536444 | bahiareal@atlantishotels.com | www.atlantishotels.com | 3 | 704 |
| ATTICA21 HOTELS | AVDA. LINARES RIVAS, 4 BAJO | A CORUÑA | 981257481 | jcajide@inveravante.com | www.attica21hotels.com | 7 | 608 |
| AXEL HOTELS | CONSELL DE CENT, 263, ENTLO | BARCELONA | 933232570 | info@axelhotels.com | www.axelhotels.com | 7 | 634 |
| AXOR HOTELES | CAMPEZO, 4 | MADRID | 913121960 | info@axorhoteles.com | www.axorhoteles.com | 2 | 502 |
| AZ HOTELES | CAMI VELL DE BUNYOLA, 43, LOCAL 13 | PALMA DE MALLORCA | 971434954 | | www.azhoteles.com | 9 | 564 |
| AZULINE HOTELS | AVDA. IGNACIO WALLIS, 21,4º | IBIZA | 971340085 | info@azulinehotels.com | www.azulinehotels.com | 12 | 2.095 |
| AZZAHAR HOTELES | GENERAL DIAZ PORLIER, 57 1ºB | MADRID | 910228851 | marketing@azzaharhoteles.com | www.azzaharhoteles.com | 4 | 231 |
| B&B ESPAÑA Y PORTUGAL | FUENCARRAL, 52 | MADRID | 912784576 | esp-info@hotelbb.com | www.hotel-bb.es | 424 | 35528 |
| BAHIA PRINCIPE HOTELS & RESORTS | PLAZA MEDITERRANEO, 5 | PALMA DE MALLORCA | 971787000 | amingo@bahia-principe.com | www.bahia-principe.com | 26 | 13.639 |
| BALNEARIO DE PANTICOSA | CTRA.DEL BALNEARIO KM.10 | HUESCA | 902252522 | olga.alvarez@panticosa.com | www.panticosa.com | 2 | 292 |
| BALNEARIOS RELAIS TERMAL | VARGAS 57 B ENTRESUELO | CANTABRIA | 902104841 | reservas@relaistermal.com | www.relaistermal.com | 6 | 544 |
| BALNEARIOS TERMAEUROPA | JOAQUIN VELASCO S/N | LA RIOJA | 941394405 | reservas@termaeuropa.com | www.termaeuropa.com | 3 | 297 |
| BARCELO HOTELS & RESORTS - OCCIDENTAL HOTELS & RESORTS | JOSE ROVER MOTTA, 27 | PALMA DE MALLORCA | 971771700 | comunicación@barcelo.com | www.barcelo.com / www.grupobarcelo.com | 229 | 50.486 |
| BE LIVE HOTELS | ENRIQUE GRANADOS, 6 EDIF. A 2ª PLANTA | MADRID | 915406030 | globaliacomunicacion@globalia.com | www.belivehotels.com | 26 | 8.316 |
| BEATRIZ HOTELES | CONCILIOS DE TOLEDO, S/N | TOLEDO | 925269100 | beatriztoledo@beatrizhoteles.com | www.beatrizhoteles.com | 4 | 1.349 |
| BECORDIAL HOTELS & RESORTS | CARTAGO 22, EL TABLERO DE MASPALOMAS | LAS PALMAS | 928721147 | info@becordial.com | www.becordial.com | 6 | 1.348 |
| BED4 HOTELS | PG.COMERCIAL GALARIA, C/ U, 3 OF.1.6 | NAVARRA | 948842010 | info@bed4uhotels.com | www.bed4uhotels.com | 3 | 212 |
| BEST HOTELS | BOSC DEL QÜEC, 2 | TARRAGONA | 977351505 | expansion@besthotels.es | www.besthotels.es | 30 | 9.776 |
| BEST WESTERN SPAIN HOTELS, S.L. | AVDA. GENERAL PERON 26, ESC.1ª-7º DCHA | MADRID | 915614622 | info@bestwestern.es | www.bestwestern.es | 23 | 1.920 |
| BETH HOTELS | VIA AUGUSTA 167 | BARCELONA | 936116727 | jrodriguez@bethhotels.com | www.bethhotels.com | 5 | 244 |
| BG HOTELS | GOLETA, 7 | MALLORCA | 971268706 | | www.bghotels.com | 7 | 1.691 |
| BLAU HOTELS & RESORTS | MANUEL AZAÑA 38 | PALMA DE MALLORCA | 971757657 | comercial@blauhotels.com | www.blauhotels.com | 9 | 3.817 |
| BLUEBAY HOTELS | GRAN VIA ASIMA, S/N | MALLORCA | 971430309 | booking@bluebayresorts.com | www.bluebayresorts.com | 54 | 11.999 |
| BLUESEA HOTELS | GREMI FUSTERS, 33, OFIC.223 POL. SON CASTELLO | PALMA DE MALLORCA | 971427110 | info@blueseahotels.es | www.blueseahotels.es | 20 | 2.775 |

construye capital moma

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelsanierungen spezialierte Bauunternehmen

## HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| BLUESENSE HOTELS & RESORTS | PERU, 6A | MADRID | 913776420 | info@bluesensehotels.com | www.bluesensehotels.com | 5 | 420 |
| BONDIA HOTELS | ANIMES, 22 | BARCELONA | 937690300 | info@bondiahotels.com | www.bondiahotels.com | 8 | 800 |
| BQ HOTELES | CORB MARI, 22 | ILLES BALEARS | 971707755 | central@bqhoteles.com | www.bqhoteles.com | 14 | 2.313 |
| BULL HOTELS | ALFREDO L. JONES, 40 | LAS PALMAS | 928260100 | administracion@bullhotels.com | www.bullhotels.com | 6 | 1.476 |
| CARRIS HOTELES | PLAZA DO TOURAL, 10 -1º | A CORUÑA | 981569347 | info@carrishoteles.com | www.carrishoteles.com | 5 | 432 |
| CASTILLA TERMAL | PAGO DE SANCTI SPIRITUS, S/N | VALLADOLID | 983600237 | info@castillatermal.com | http://www.castillatermal.com | 4 | 344 |
| CASUAL HOTELES | BARCELONINA, 1 | VALENCIA | 963212421 | hola@casualhoteles.com | www.casualhoteles.com | 7 | 309 |
| CATALONIA HOTELS & RESORTS | CORCEGA, 323 | BARCELONA | 932360000 | prensa@cataloniahotels.es | www.cataloniahotels.com | 68 | 9.993 |
| CENTRHOTEL HOTELES | TUSET, 23 - 2º, 7º | BARCELONA | 934514446 | info@centrhotel.com | www.centrhotel.com | 10 | 981 |
| CHECK IN HOTELS | RAMON TURRO 2 LOCAL 2 | BARCELONA | 937657757 | ibustero@checkinhoteles.com | www.checkinhoteles.com | 13 | 1215 |
| CHIC AND BASIC | PRINCESA, 50 | BARCELONA | 932954650 | julia@chicandbasic.com | www.chicandbasic.com | 6 | 226 |
| CIM HOTELS | SAN ANTONI, 4 | LLEIDA | 973438232 | info@lleidaitu.com | www.cimhotels.com | 17 | 987 |
| CIUTAT HOTELS | TURO D'EN BRUGUET, 2 | BARCELONA | 938796220 | granollers@ciutathotels.com | www.ciutathotels.com | 4 | 263 |
| CIVIS HOTELES | PINTOR OLLET, 3 | CASTELLON | 902464555 | | www.civishoteles.com | 3 | 311 |
| CLUB ALDIANA | MELINDRAGA, 2 | LAS PALMAS | 928169870 | sec-fue@aldiana.com | www.aldiana.de | 8 | 2.130 |
| CONDES HOTELS | PASSEIG DE GRACIA 73 | BARCELONA | 934450000 | | www.condeshotels.com | 3 | 292 |
| CONFORT HOTELES | MARBELLA, 30 PLAYA DE PALMA | PALMA DE MALLORCA | 971261650 | reservas@kontikiplaya.com | www.confort hoteles.es | 2 | 228 |
| CORAL HOTELES | LOS ROBLES, APTOS.MASARU. URB. LA PAZ | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 922389240 | info@coral-hotels.com | www.coral-hotels.com | 8 | 1.330 |
| COSTA BRAVA HOTELS & BLAU VERD HOTELS & PETITS GRANS HOTELS DE CATALUNYA | TURISME, 1 | GIRONA | 972600034 | info@costabravaverdhotels.com | www.costabravaverdhotels.com | 51+27+144 | 96+1815+481 |
| DANIYA HOTELS | AVENIDA DENIA, 133 | ALICANTE | 965150309 | direccion@alicante.daniyahotels.es | www.daniyahotels.com | 2 | 253 |
| DANTE HOTELES | MALLORCA, 181 | BARCELONA | 933232254 | | www.dante-hoteles.com | 3 | 160 |
| DERBY HOTELS COLLECTION | VALENCIA, 284 | BARCELONA | 933668800 | info@derbyhotels.com | www.derbyhotels.com | 22 | 1.260 |
| DOMUS HOTELES | PLAZA LONGORIA CARVAJAL, 1 5º | ASTURIAS | 985275151 | reservas@domus-hoteles.es | www.domus-hoteles.es | 6 | 370 |
| DON JUAN HOTELS | RIERA, 77 | GIRONA | 972365700 | direccionlloret@donjuanhotels.com | www.donjuanhotels.com | 3 | 1.393 |
| DREAMPLACE HOTELS & RESORTS | ALCALDE WALTER PAETZMAN, SN | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 922717230 | controller@dreamplacehotels.com | www.dreamplacehotels.com | 4 | 1.195 |
| DUNAS HOTELS & RESORTS | FRANCISCO GOURIE, 107 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928445302 | comercial@hotelesdunas.com | www.hotelesdunas.com | 4 | 1.192 |
| ECO HOTELES | RAMBLA CATALUNYA, 116, 2º 1 | BARCELONA | 932375966 | info@ecohoteles.com | www.ecohoteles.com | 7 | 768 |
| EIX HOTELS | SALIDA 35 AUTOPISTA INCA-SA POBLA | PALMA DE MALLORCA | 971575094 | eixhotels@eixhotels.com | www.eixhotels.com | 5 | 1.076 |
| EIZASA HOTELES | AV.CESAR AUGUSTO,27 | ZARAGOZA | 976469200 | info@eizasahoteles.com | www.eizasahoteles.com | 9 | 600 |
| EMSAHOTELS | RETIR, 1 | IBIZA | 971340101 | emsa@emsahotels.com | www.emsahotels.com | 2 | 256 |
| ERCILLA HOTELES | ERCILLA, 37-39 | VIZCAYA | 944705700 | ercilla@hotelercilla.es | www.ercillahoteles.com | 3 | 425 |
| ESPAHOTEL, S.A. | PADILLA 32, BAJO DCHA. | MADRID | 913697380 | espahotel@espahotel.es | www.espahotel.es | 3 | 250 |
| ESPERANZA HOTELES | AVDA. S'ALBUFERA, 4 | MALLORCA | 971890568 | info@esperanzahoteles.com | www.esperanzahoteles.com | 3 | 559 |
| EUROPE HOTELES INTERNATIONAL | AVDA.RAFAEL PUIG, 38 | TENERIFE | 922757700 | direccion@villacortes.com | www.europe-hotels.org | 8 | 1.600 |
| EUROSTARS HOTEL COMPANY (GRUPO HOTUSA) | MALLORCA, 351 | BARCELONA | 932681010 | comunicacion@grupohotusa.com | www.grupohotusa.com | 170 | 18.247 |
| EVENIA HOTELS | MUNTANER, 403 ENTLO 1 | BARCELONA | 931772477 | comercial@eveniahotels.com | www.eveniahotels.com | 17 | 3.006 |
| FADERSON HOTELS | DIAGONAL 622 | BARCELONA | 934146681 | info@faderson.com | www.faderson.com | 2 | 59 |
| FARANDA HOTELES | AVDA. DE PORTUGAL, 7 - BAJO | ASTURIAS | 985343805 | | www.farandahoteles.com | 24 | 3.651 |
| FERGUS HOTELES | GREMI HORTOLANS, 11, PISO 1 PUERTA 12 | ILLES BALEARS | 971006007 | web@fergushotels.com | www.fergushotels.com | 8 | 1682 |
| FERIENVEREIN | CTRA. TOSSA A SANT FELIU, KM.5 | GIRONA | 972340000 | info@ferienverein.ch | www.ferienverein.ch | 6 | 879 |
| FERRER HOTELS | ROMERO, 5 | PALMA DE MALLORCA | 971850024 | info@ferrerhotels.com | www.ferrerhotels.com | 6 | 743 |
| FONTECRUZ HOTELES | ANTONIO MAURA, 7 | MADRID | 914295330 | nmartinez@fontecruzhoteles.com | www.fontecruzhoteles.com | 4 | 228 |
| FUERTE GROUP HOTELES | AVDA. PUERTA DEL MAR, 15 | MALAGA | 900828232 | communication@fuerte-group.com | www.fuertehoteles.com | 6 | 1.553 |
| G.S.M HOTELES | MONTEARAGON 7, 4º LOCAL 2 | MADRID | 913190607 | gsmhoteles@gsmhoteles.es | www.gsmhoteles.es | 51 | 9.255 |
| GALLERY HOTELS | ROSSELLO 249 | BARCELONA | 932722085 | comercial@galleryhoteles.com | www.galleryhoteles.com | 3 | 297 |
| GARBI HOTELES | POTOSI, 7 | GIRONA | 972367704 | admon@hotelesgarbi.com | www.hotelesgarbi.com | 7 | 1.239 |
| GARDEN HOTELS | MENESTRALS, 5 | MALLORCA | 971888400 | info@gardenhotels.com | www.gardenhotels.com | 12 | 2.322 |
| GARGALLO GRUPO HOTELERO | VIA LAIETANA, 23 - 4º | BARCELONA | 932689070 | admin@gargallohotels.es | www.gargallohotels.es | 19 | 1.539 |
| GEMA HOTELES | AVENIDA DEL ATLANTICO 6, URB.GOLF DEL SUR | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 922371308 | reservas.hotelturquesa@gema-hoteles.com | | 4 | 960 |
| GF HOTELES | AVENIDA BRUSELAS, 16 | TENERIFE | 922716754 | asistentedireccion@gfhoteles.com | www.gfhoteles.com | 4 | 1.361 |
| GFH HOTELES | ANSELM CLAVE, 121 BAIXOS | BARCELONA | 937664941 | | https://www.gfhhotels.com/es/ | 3 | 763 |
| GHT HOTELS | AMADEU, 39, ENTLO 2ª | BARCELONA | 937662072 | central@ghthotels.com | www.ghthotels.com | 11 | 1.744 |

construye capital moma

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelsanierungen spezialierte Bauunternehmen



## HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| GLORIA PALACE THALASSO & HOTELS | LAS MARGARITAS, S/N | LAS PALMAS | 928128500 | direccioncomercial@gloriapalaceth.com | www.gloriapalaceth.com | 4 | 1.143 |
| GOLDEN HOTELS | MARCONI, 16 | BARCELONA | 937671626 | comercial@goldenhotels.com | www.goldenhotels.com | 6 | 1.866 |
| GR HOTELES | BALMES, 7 7ºD | BARCELONA | 933040244 | info@grhoteles.com | www.grhoteles.com | 4 | 370 |
| GRAN ISLA HOTELES | AVDA. DEL GOLF, 1 APART. JUTLANDIA | MALLORCA | 971691900 | bookings@granisla.com | www.granisla.com | 5 | 861 |
| GRUP SERHS | GARBI 88-90 | BARCELONA | 937629300 | info@hotels-serhs.com | www.serhshotels.com | 11 | 1.053 |
| GRUP SOTERAS HOTELS | PASSEIG DE LA MARINA, 212 | BARCELONA | 936651900 | toni.lopez@grup-soteras.com | www.grup-soteras.com | 5 | 436 |
| GRUPO ABADES | AVDA. ANDALUCIA, EDIF. LIBRA. APTO.CORREOS, 115, LOJA | GRANADA | 902323800 | abades@abades.com | www.abades.com | 7 | 641 |
| GRUPO ANFI | BARRANCO DE LA VERGA, S/N | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928152990 | info@anfi.es | www.anfi.es | 5 | 985 |
| GRUPO AR HOTELES | PASEO CASTELLANA,140-5º. EDF. LIMA | MADRID | 915902860 | eventos@arhoteles.com | www.arhoteles.com | 4 | 536 |
| GRUPO BALI | AVDA. L'AIGUERA, 15 BAJOS | ALICANTE | 902141514 | comercial@grupobali.com | www.grupobali.com | 3 | 1.122 |
| GRUPO BATLE(MAR HOTELS, MAJESTIC RESORTS, LIVELY HOTELS) | GRAN VIA ASIMA 1 | ILLES BALEARS | 971436655 | info@grupobatle.com | www.grupobatle.com | 12 | 3.381 |
| GRUPO CABOT | PASEO LONDRES, 74 | PALMA DE MALLORCA | 971865364 | booking@cabot-hotels.com | www.cabot-hotels.com | 3 | 160 |
| GRUPO HOTELES MAGIC COSTA BLANCA | AVDA. MARINEROS DE VILLAJOYOSA, 19 BAJOS | ALICANTE | 965851121 | jgarciacuenca@gmail.com | www.hoteles-costablanca.com | 13 | 2.484 |
| GRUPO HUERTO DEL CURA | PORTA DE LA MORERA 14 | ALICANTE | 966613418 | comercial@huertodelcura.com | www.huertodelcura.com/ | 2 | 158 |
| GRUPO IBERSOL | VENDRELL, 2 | TARRAGONA | 977380405 | ibersol@ibersol.es | www.ibersol.es | 24 | 1.387 |
| GRUPO LEVA HOTELS | PASEO MARITIMO 15 | MALLORCA | 971 585564 | | www.levantehotels.com | 4 | 381 |
| GRUPO LOPESAN | ALCALDE ENRIQUE JORGE, S/N | GRAN CANARIA | 902099935 | info@lopesan.com | www.lopesan.com | 20 | 7.463 |
| GRUPO PIERRE & VACANCES | PASEO DE GRACIA 51, PRINCIPAL | BARCELONA | 934342126 | barcelona.comercial@groupepvcp.com | www.pierreetvacances.es | 35 | 6.200 |
| GRUPO REINO HOTELES | RECOGIDAS, 53 | GRANADA | 958209861 | direccion@gruporeino.com | www.gruporeino.com | 4 | 160 |
| GRUPO SARDINERO | PZA.ITALIA,1 | CANTABRIA | 942271100 | | www.gruposardinero.com | 3 | 339 |
| GRUPOTEL HOTELS & RESORTS | CTRA. ARTA- PTO. ALCUDIA, 68 | MALLORCA | 971850061 | central@grupotel.com | www.grupotel.com | 35 | 6.229 |
| GUITART HOTELS | CONSTANTI RIBALAIGUA, 7 | GIRONA | 972347000 | reservas@guitarthotels.com | www.guitarthotels.com | 7 | 1.081 |
| H-TOP HOTELS & RESORTS | PRESIDENT LLUIS COMPANYS, S/N | BARCELONA | 902112245 | marketing@htophotels.com | http://www.htophotels.com/ | 19 | 4.500 |
| H10 HOTELS | NUMANCIA, 185- 1º PLANTA | BARCELONA | 934304147 | h10@h10hotels.com | www.h10hotels.com | 58 | 15.768 |
| HCC HOTELS | DIPUTACION, 264 | BARCELONA | 934817350 | comercial@hcchotels.com | www.hcchotels.es | 8 | 703 |
| HD HOTELS & RESORTS | CTRA. DEL RINCON S/N CENTRO CIAL LAS ARENAS | LAS PALMAS | 928491212 | reservas@hdhotels.com | www.hdhotels.com | 4 | 496 |
| HELIOS HOTELES | CARABELA, 7 | MALLORCA | 971264250 | | www.hoteleshelios.com | 5 | 1.353 |
| HG HOTELES | AVDA.DIAGONAL, 626, 2º 1ª | BARCELONA | 932541390 | hg@grupohg.com | www.hghoteles.com | 10 | 1.129 |
| HILTON WORLDWIDE | AVDA. DE LA HISPANIDAD, 2-4 | MADRID | 915790220 | javier.sancho@hilton.com | www3.hilton.com/en/index.html | 5079 | 825.747 |
| HIPOTELS | ESTANYOL, 18 | MALLORCA | 971587512 | info@hipotels.com | www.hipotels.com | 29 | 6.419 |
| HM HOTELS - WHALA! HOTELS | JAUME III, 26, ENTLO 2F | PALMA DE MALLORCA | 971425586 | p.a.dirgeneral@hmhoteles.net | www.hmhotels.net / www.whalahotels.com | 16 | 2.571 |
| HOSPEDERIAS DE EXTREMADURA | BENITO ARIAS MONTANO, 1 ESCALERA 1,3ª, OFICINA 2 | BADAJOZ | 924387447 | comercial@hospederiasdeextremadura.es | www.hospederiasdeextremadura.es | 8 | 270 |
| HOSPES HOTELS INFINITE PLACES | PZA. MARQUES DE SALAMANCA, 10 | | 914362766 | hospes@hospes.com | www.hospes.com | 9 | 470 |
| HOTELANIA | AVDA. GRAN VIA, S/N | MURCIA | 968337289 | reservasgaviotas@hotelania.com | www.hotelania.com | 2 | 262 |
| HOTELERA POLLENSINA (HOPOSA) | DE LA VELA, 6 | MALLORCA | 971866127 | hoposa@hoposa.es | www.hoposa.com | 11 | 649 |
| HOTELES ACTUAL | ESTEROS, 3 | HUELVA | 959311250 | comercial@hotelespato.com | www.hotelespato.com | 2 | 194 |
| HOTELES ANDALUCES CON ENCANTO (HACE) | AVDA. DE LA DIPUTACION, SN | CADIZ | 956815266 | comercial@hace.es | www.hace.es | 5 | 580 |
| HOTELES BEGOÑA | CTRA. DE LA PROVIDENCIA, 566 | ASTURIAS | 985133909 | begonapark@hotelesbegona.com | www.hotelesbegona.com | 3 | 374 |
| HOTELES BENIDORM | GERONA, 39 | ALICANTE | 965858989 | reservas@hotelesbenidorm.com | www.hotelesbenidorm.com | 3 | 750 |
| HOTELES BESTPRICE | AVENIDA DIAGONAL, 70 | BARCELONA | 935991271 | info@hotelbestpricediagonal.com | www.hotelesbestprice.com | 2 | 56 |
| HOTELES CENTER | PASEO DE LA CASTELLANA, 177 | MADRID | 915670023 | hccm@hotelescenter.com | www.hotelescenter.com | 9 | 1.205 |
| HOTELES CULTURALES TEMATICOS | CL. LOPE DE VEGA, 49 | MADRID | 913600011 | | www.hotelestematicos.com | 6 | 330 |
| HOTELES DE CANTABRIA | FINCA LOS CUAREZOS, S/N | CANTABRIA | 942679332 | olimpo@hotelesdecantabria.com | www.hotelesdecantabria.com | 3 | 206 |
| HOTELES EL CHURRA | AVDA. MARQUES DE LOS VELEZ, 12 | MURCIA | 968238400 | hotelelchurra@elchurra.net | www.elchurra.net | 2 | 177 |
| HOTELES ELBA | AVDA.MATAPIÑONERA, 11 | MADRID | 914320111 | gcporcu@hoteleselba.com | www.hoteleselba.com | 12 | 2.541 |
| HOTELES GAVIMAR | AVDA. FDO. TARRAGO, 27, 1º | MALLORCA | 971657189 | gavimar@gavimar.com | www.gavimarhoteles.com | 3 | 555 |
| HOTELES GLOBALES | LAS SIRENAS, 17 | MALLORCA | 971132300 | info@hotelesglobales.com | www.hotelesglobales.com | 47 | 10.191 |
| HOTELES H2 | ARAGON,281 5º 1ª | BARCELONA | 934675857 | compras@hoteles2.com | www.hoteles2.com | 11 | 870 |
| HOTELES HOLIDAY WORLD | AVDA. DEL SOL, ANTIGUA CTRA. NACIONAL 340, KM 215,6 | MALAGA | 952579700 | comercial@holidayworld.es | www.holidayworld.es | 4 | 864 |
| HOTELES INTUR | FRANCIA, S/N POL. IND.CIUDAD DEL TRANSPORTE | CASTELLON | 964394497 | reservas@intur.com | www.hoteles-intur.com | 6 | 870 |
| HOTELES MA | PZA.MANUEL CANO,2 | GRANADA | 958287447 | reservas@hoteles-ma.es | www.hoteles-ma.es | 2 | 261 |
| HOTELES MAC | GREMIO TINTOREROS, 25 A | ILLES BALEARS | 971010930 | info@mac-hotels.com | www.mac-hotels.com | 3 | 1.430 |

LOPESAN HOTEL GROUP

Es ist kein Hotel. Es ist LOPESAN.

lopesan.com

construye capital moma

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelsanierungen spezialierte Bauunternehmen



## HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| HOTELES MARINA D'OR | MOYANO,8 | CASTELLON | 964727270 | redes.sociales@marinador.com | www.marinador.com | 7 | 1.347 |
| HOTELES MEDITERRANEO DE PEÑISCOLA | AVDA.PAPA LUNA,96 | CASTELLON | 964481212 | reservas@hotelesmediterraneo.com | www.hotelesmediterraneo.com | 3 | 391 |
| HOTELES MONTE | CLARA DE JESUS MONTERO,24 | SEVILLA | 954088205 | hmdircom@hotelesmonte.com | http://www.hotelesmonte.com/es/ | 3 | 277 |
| HOTELES NORAT | AVDA. LUIS CASAIS 32 | PONTEVEDRA | 986733399 | hnorat@hotelesnorat.com | www.hotelesnorat.com | 4 | 151 |
| HOTELES PORCEL | PASEO DE LA SABICA, 40 | GRANADA | 958225575 | axilares@hotelesporcel.com | www.hotelesporcel.com | 6 | 698 |
| HOTELES POSEIDON | ESPERANTO, 9 | ALICANTE | 965850200 | poseidon@hotelesposeidon.com | www.hotelesposeidon.com | 9 | 1.798 |
| HOTELES RH | LA PIPA 1, EDIF. CENIT, LOCAL 3 | ALICANTE | 965853040 | central@hotelesrh.com | www.hotelesrh.com | 17 | 1.713 |
| HOTELES SAINT MICHEL | GREMI VELLUTERS, 21 | ILLES BALEARS | 971274822 | hsm@saintmichel.net | www.saintmichel.net | 16 | 2.634 |
| HOTELES SERVIGROUP | AV. COMUNIDAD VALENCIANA, 22 | ALICANTE | 965850660 | publicidad@servigroup.es | www.servigroup.com/es | 18 | 4.591 |
| HOTELES SILKEN | AVDA. ZABALGANA 1, OFICINA 4 | ALAVA | 945188800 | silken@hoteles-silken.com | www.hoteles-silken.com | 29 | 4.164 |
| HOTELES SUNWING | MINERVA, 15 | MALLORCA | 971894089 | tomas.massanet@sunwing.net | | 11 | 2.895 |
| HOTELES VAR | ALAMEDA DE SANTA EUFEMIA, 20 | SEVILLA | 954155144 | info@hotelesvar.com | www.hotelesvar.com | 3 | 233 |
| HOVIMA APARTHOTELS TURISTICA KONRAD & HIDALGO,SL | PUEBLO CANARIO LOCAL 404 | TENERIFE | 922790964 | | www.hovima-hotels.com | 7 | 1.726 |
| HUSA HOTELES | SABINO DE ARANA, 27 | BARCELONA | 935101300 | comercial@husa.es | www.husa.es | 11 | 818 |
| IBB HOTELS | GREMI FUSTERS, 33 - 3ª PTA. 312 B | PALMA DE MALLORCA | 971495129 | central@ibbhotels.com | www.ibbhotels.com | 8 | 763 |
| IBEROSTAR HOTELS & RESORTS | GENERAL RIERA 154 | PALMA DE MALLORCA | 971077000 | prensa@iberostar.com | www.iberostar.com | 83 | 28.921 |
| IBIZA FEELING | RAMON Y CAJAL, 2 | IBIZA | 971343614 | info@ibiza-feeling.com | www.ibiza-feeling.com | 5 | 400 |
| ILUNION HOTELS | ALBACETE 3 TORRE ILUNION 9ª PLANTA | MADRID | 913839494 | marketing@ilunionhotels.com | http://www.ilunionhotels.com | 26 | 4.200 |
| IMG HOTELES | SAN JOSE 21 | SEVILLA | 954217307 | | www.imghoteles.com | 3 | 253 |
| INSOTEL HOTEL GROUP | ARAGON, 71 | IBIZA | 971390068 | info@insotel.com | www.insotel.com | 6 | 1.855 |
| INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP | BROADWATER PARK | BUCKINGHAMSHIRE | 44(0) 1895512000 | jesus.salmeron@ihg.com | www.ihg.com | 5070 | 749.721 |
| INTERGROUP HOTELES | MENDEZ NUÑEZ, 1 | SEVILLA | 954293820 | info@intergrouphoteles.com | www.intergrouphoteles.com | 5 | 307 |
| INTUROTEL | CALO DES CORRAL, S/N, URB.CALA ESMERALDA | MALLORCA | 971837474 | reservas@inturotel.com | www.inturotel.com | 7 | 1.111 |
| INVISA HOTELES | VICENTE CUERVO, 9 | IBIZA | 971311500 | headoffice@invisahoteles.com | www.invisahoteles.com | 8 | 1.504 |
| IZAN HOTELES | EMILIO CARRERE, 5 | MADRID | 915913322 | central@izanhoteles.es | www.izanhoteles.es | 4 | 602 |
| JM HOTELES | CTRA ALICANTE- CARTAGENA KM. 17.200 | ALICANTE | 966690236 | | www.jmhoteles.com | 3 | 256 |
| JS HOTELS | CTRA. ALCUDIA-ARTA, 1 | MALLORCA | 971851206 | centraljs@jshotels.com | www.jshotels.com | 10 | 1.437 |
| KEY HOTELS | VIA AUGUSTA, 95 | TARRAGONA | 977236900 | berenguer@key-hotels.com | www.key-hotels.com | 2 | 135 |
| LABRANDA HOTELS & RESORTS | EINSTEIN, S/N. C.C. SONNENLAND | LAS PALMAS | 922713540 | joan.cruz@labranda.com | www.labranda-hotels.com | 22 | 3442 |
| LOS JANDALOS HOTELES | AMPARO OSBORNE, S/N | CADIZ | 956873411 | reservas@jandalos.com | www.jandalos.com | 3 | 177 |
| LOUVRE HOTELS | VILLAGE 5, ETAGE 750 PLACE L'ELLIPSE | FRANCIA | 33(0)142914600 | presselouvrehotels@louvre-hotels.com | www.louvre-hotels.com | 1.170 | 97.000 |
| LTI HOTELS | AV. ARQUITECTO GOMEZ CUESTA,3 | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 922794513 | sales@lti.de | www.lti.de | 21 | 5.303 |
| LUIS HOTELES | AVDA. DE ITALIA, 8 | LAS PALMAS | 928774050 | dvila@luishoteles.com | www.luishoteles.com | 2 | 316 |
| MACIA HOTELES | ZACATIN, 25 | GRANADA | 958285806 | s.salvador@maciahoteles.com | www.maciahoteles.com | 8 | 879 |
| MAJESTIC HOTEL GROUP | PASSEIG DE GRACIA, 68 | BARCELONA | 934881717 | info@hotelmajestic.es | www.hotelmajestic.es | 6 | 465 |
| MANOLI HOTELS | AVDA. FRANCIA S/N URB. MIL PALMERAS | ALICANTE | 965321822 | reservas@manolihotels.com | www.manolihotels.com | 3 | 290 |
| MARITIM HOTELES | AGUSTIN DE FOXA,16-7º PUERTA 6-ESCALERA D | MADRID | 913237756 | info.res@maritim.de | www.maritim.com | 49 | 15.687 |
| MARRIOTT INTERNATIONAL INC. | CTRA. GENERAL TF-47, KM 9 | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 922126000 | reservations.abama@ritzcarlton.com | www.abamahotelresort.com | 96 | 27.108 |
| MATAS ARNALOT GRUPO | BASSA RODONA, 3 | BARCELONA | 938940320 | info@matasarnalot.com | www.matasarnalot.com | 2 | 147 |
| MAXI HOTELES | LOPEZ RUBIO, EDF. TUNDIDORES, 12 | GRANADA | 958015580 | info@maxihoteles.com | www.maxihoteles.com | 5 | 179 |
| MAYORAL HOTELES | AVDA.CASTILLA-LA MANCHA,3 | TOLEDO | 925216000 | alfonsogr@hotelesmayoral.com | www.hotelesmayoral.com | 2 | 178 |
| MED PLAYA CADENA HOTELERA | PASSEIG GENERAL MENDOZA, 1 PLANTA 6 | GIRONA | 972205212 | recepcio@medplaya.com | https://www.medplaya.es | 16 | 3.959 |
| MEDINA HOTELES | FLORIDA, 3 | ALICANTE | 965851844 | direccion@medinahoteles.com | www.medinahoteles.com | 3 | 461 |
| MEDIUM HOTELES | TRAVESERA DE GRACIA,18-20, ATIC 3º | BARCELONA | 932096640 | comercial@mediumhoteles.com | www.mediumhoteles.com | 6 | 335 |
| MEDSUR HOTELES | AVDA.MARINA BAIXA,23 | ALICANTE | 965854712 | info@medsur-hoteles.com | www.medsur-hoteles.com | 5 | 732 |
| MELIA HOTELS INTERNATIONAL | GREMIO TONELEROS,24 | PALMA DE MALLORCA | 971224400 | comunicacion@melia.com | http://www.meliahotelsinternational.com/es312 | | 80.305 |
| MIX HOTELS | BLAISE PASCAL, S/N EDF. U PLANTA 1 OFICINA 17 (PARC BIT) | PALMA DE MALLORCA | 971466017 | jsastre@mixhotels.com | www.mixhotels.com | 3 | 278 |
| MLL HOTELS | BARTOLOME CALAFELL, 23 | MALLORCA | 971261634 | | mllhotels.com // indicorock.com | 6 | 1.706 |
| MONARQUE HOTELES | BARQUILLO, 36 1º PUERTA 3 | MADRID | 913084610 | central@monarquehoteles.es | www.monarquehotels.com | 6 | 1.050 |
| MONTEMAR,GRUPO | GENARO RIESTRA, 8 | ASTURIAS | 985400100 | info@hotelesmontemar.com | www.hotelesmontemar.com | 3 | 525 |
| MS HOTELES | LOS NIDOS, 23 | MALAGA | 952370750 | amaragua@arrakis.es | www.mshoteles.com | 7 | 749 |
| MUR HOTELS | LUIS DORESTE, 95 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928296666 | info@grupomur.com | www.murhotels.com | 4 | 499 |

construye capital moma

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelsanierungen spezialierte Bauunternehmen

## HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| NEST STYLE | AVDA DEL CID, 25 1º OF. 6 | VALENCIA | 963261291 | | www.neststylehotels.com | 2 | 65 |
| NEW MAURITIUS HOTELS LIMITED (BEACHCOMBER HOTELS) | BOTANICAL GARDEN STREET | CUREPIPE | 2306019000 | beachcomber@bchot.com | www.beachcomber-hotels.com | 10 | 2.132 |
| NH HOTEL GROUP | SANTA ENGRACIA, 120 7º PLANTA | MADRID | 914519718 | corporate.affairs@nh-hotels.com | www.nhhotelgroup.com | 379 | 58.676 |
| NORDOTEL | CTRA.GRAL.DEL SUR,KM.44 | LAS PALMAS | 928157170 | central@nordotel.com | www.nordotel.com | 17 | 4.524 |
| NOZAR HOTELS & RESORTS | COMPTE BORRELL, 124 | BARCELONA | 934146660 | xgonzalez@boitaullresort.com | www.boitaullresort.com / www.paticosa.com | 6 | 537 |
| NUÑEZ I NAVARRO HOTELS | COMTE D'URGELL 230 | BARCELONA | 935522620 | | www.nnhotels.com | 11 | 1.010 |
| OASIS HOTELS & RESORTS | GOBELAS 17, URB.LA FLORIDA | MADRID | 913728333 | jreservas@oasishoteles.com | http://www.oasis-hoteles.com/ | 5 | 3.439 |
| OCA HOTELS | MIGUEL FERRO CAAVEIRO S/N | A CORUÑA | 981107005 | calidad@ocahotels.es | www.ocahotels.com | 23 | 1.236 |
| OD HOTELS | ATENAS 30 | IBIZA | 971591214 | info@odgroup.es | http://odgroup.es | 7 | 484 |
| OH!TELS | TERRER, 13 | TARRAGONA | 977352325 | sales@ohtels.es | www.ohtels.es | 14 | 3.684 |
| OLA HOTELS | GRAN VIA ASIMA,4-5ª PL. POL. SON CASTELLO | ILLES BALEARS | 971432202 | ola@olahotels.com | www.olahotels.com | 7 | 1.100 |
| OLIMAR HOTELES | AVDA. GABRIEL COVAS ALEMANY, 2 | MALLORCA | 971 235205 | info@olimarotels.com | www.olimarotels.com | 3 | 526 |
| OLIVIA HOTELS | AVDA. GENERALITAT 143 | BARCELONA | 933168700 | ecommerce@oliviahotels.es | www.oliviahotels.es/ | 4 | 706 |
| OLYMPIA GRUPO | MAESTRO SERRANO, 3 | VALENCIA | 963033392 | ventas@olympiagrupo.com | www.olympiagrupo.com | 5 | 353 |
| ONAHOTELS | COMTE BORRELL 230, 3º | BARCELONA | 933930630 | edurne.seco@onacorporation.com | www.onahoteles.com | 25 | 3188 |
| ONIX HOTELS | GRAN VIA DE LES CORTS CATALANES, 967-981 | BARCELONA | 933034154 | sales@onixhotels.com | www.onixhotels.com | 3 | 165 |
| PABISA HOTELS | AV. FRAY JOAN LLABRES, 10 | MALLORCA | 971743266 | secretariageneral@pabisa.com | www.pabisa.com | 4 | 762 |
| PALAFOX HOTELES | AVDA. ALCALDE SAINZ DE VARANDA, S/N | ZARAGOZA | 876541130 | hotelreinapetronila@palafoxhoteles.com | www.palafoxhoteles.com | 6 | 921 |
| PALIA HOTELES | PASEO MALLORCA,32 A ENTLO. | ILLES BALEARS | 971213533 | comercial@palia.es | www.palia.es | 7 | 1.517 |
| PALLADIUM HOTEL GROUP | AVDA. BARTOLOME ROSSELLO, 18 | ILLES BALEARS | 971313811 | | www.palladiumhotelgroup.com | 43 | 12.814 |
| PARADISE HOTELS & RESORTS | APTOS. LAGO TAURITO S/N URB. TAURITO | LAS PALMAS | 928565263 | reservas@paradiseresorts.es | www.paradisehotels.es | 3 | 445 |
| PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA | JOSE ABASCAL, 2-4, 6º PL | MADRID | 915166700 | prensa@parador.es | www.parador.es | 95 | 6.210 |
| PETIT PALACE HOTELES (HIGH TECH HOTELS & RESORTS) | PASEO DE LA CASTELLANA, 163, 5º | MADRID | 915159450 | reservas@petitpalace.com | www.petitpalace.com | 31 | 1.966 |
| PLAYASOL HOTEL GROUP | METGE JAUME SERRA, S/N | IBIZA | 971304078 | info@grupoplayasol.com | www.playasolibizahotels.com | 37 | 4.175 |
| PORT AVENTURA HOTELES | AV. ALCALDE PERE MOLAS, KM 2 | TARRAGONA | 977779000 | Info@portaventura.es | www.portaventura.es | 5 | 2.078 |
| PORT HOTELS | ESTOCOLMO, 4 | ALICANTE | 965867863 | comercial@porthotels.es | www.porthotels.es | 7 | 1.345 |
| PORTBLUE HOTELS & RESORTS | GREMI HORTELANS, 11 POL. SON ROSSINYOL | MALLORCA | 971546200 | info@portbluehotels.com | www.portbluehotels.com | 8 | 1.134 |
| POSADAS DE ESPAÑA | JORGE JUAN,9 | MADRID | 915771735 | central@posadasdeespana.com | www.posadasdeespana.com | 4 | 344 |
| POUSADAS DE COMPOSTELA | VIRXE DA CERCA, 27 | A CORUÑA | 981569350 | info@pousadasdecompostela.com | www.pousadasdecompostela.com | 6 | 112 |
| PREMIUM SUITES | DIPUTACION 195 | BARCELONA | 934533419 | info@akosuite.com | www.premiumsuitehotels.com | 3 | 99 |
| PRESTIGE HOTELS | AVDA. NORD, 45 | GIRONA | 972252125 | jbosser@prestigehotels.com | www.prestigehotels.com/es/index.html | 6 | 954 |
| PRETUR | MENENDEZ PELAYO,7 | LAS RIOJA | 941270638 | info@pretur.com | www.pretur.com | 4 | 339 |
| PRINCESS HOTELS | ANTONIO GAUDI, 62 | TARRAGONA | 977318959 | | www.princess-hotels.com | 22 | 9.952 |
| PRINSOTEL | DEL TER,27. POL. SON FUSTER | PALMA DE MALLORCA | 971706070 | prinsotel@prinsotel.es | www.prinsotel.es | 5 | 955 |
| PROASOL ENTREMARES | ALMIRANTE, 16 | MADRID | 915226599 | j.nunez@hmash.com | http://www.entremares.es | 4 | 561 |
| PROTUR HOTELS | AVDA. MAGNOLIA,6 | MALLORCA | 971585911 | info@proturhotels.com | www.proturhotels.com | 17 | 3.561 |
| PY HOTELS | AV. PAPAGAYO 22 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928519300 | info@pyhotels.com | www.pyhotelsandresorts.com | 5 | 1.296 |
| QUO HOTELES | ARDEMANS 13 | MADRID | 913553200 | comercial@hotelesquo.com | www.hotelesquo.com | 2 | 118 |
| R2 HOTELES | ARTITAS CANARIOS, 8 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928546050 | reservas@r2hotels.com | www.r2hotels.com | 7 | 1.192 |
| RAFAEL HOTELES | MENDEZ ALVARO, 30 | MADRID | 902100015 | rafaelhoteles@rafaelhoteles.com | www.rafaelhoteles.com | 7 | 936 |
| RICE HOTELES | AVDA. REYES CATOLICOS, 30 | BURGOS | 947222300 | angela.diez@ricehotelesburgos.com | www.ricehotelesburgos.com | 3 | 210 |
| RIU HOTELS & RESORTS | LLAUT, S/N, RIU CENTRE | MALLORCA | 971743030 | prensa@riu.com | www.riu.com | 94 | 43.873 |
| ROBINSON HOTELS | ROBINSON CLUB CALA SERENA | MALLORCA | 971659504 | region@robinson-ep.com | www.robinson-ep.com | 5 | 1.611 |
| ROC HOTELS | ENRIQUE ALZAMORA,6, 8º | ILLES BALEARS | 971214245 | central@roc-hotels.com | www.roc-hotels.com | 22 | 5.177 |
| ROOM MATE HOTELS | VELAZQUEZ, 50, 3º PLANTA | MADRID | 913995777 | info@room-matehotels.com | www.room-matehotels.com | 22 | 1450 |
| ROSAMAR HOTELS | PAU CASALS 8-10 | GIRONA | 972364422 | rosamar@rosamarhotels.com | www.rosamarhotels.com | 5 | 830 |
| SABINA HOTELS | NA PENYAL, 1 | MALLORCA | 971585611 | j.galmes@sabinahotels.com | www.sabinahotels.com | 4 | 376 |
| SALLES HOTELS | POL. IND. PAEC. 4 | GIRONA | 972652363 | info@salleshotels.com | www.salleshotels.com | 9 | 914 |
| SANDOS & MARCONFORT HOTELS | PRINCIPES DE ESPAÑA, 1 | PALMA DE MALLORCA | 971783300 | marketing.eur@sandos.com | www.sandos.com | 13 | 4.636 |
| SANSI HOTELS | AVDA.PEARSON,1-3 | BARCELONA | 932063880 | pedralbes@sansihotels.com | www.sansihotels.com | 3 | 227 |
| SANTOS HOTELES | JUAN BRAVO,8 | MADRID | 914263941 | comercial@h-santos.es | www.h-santos.es | 12 | 2.783 |
| SB HOTELS | PLAZA EUROPA 9-11, PLANTA 24 | BARCELONA | 935011400 | ggracia@sbhotels.es | www.sbhotels.es | 8 | 1.490 |

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelsanierungen spezialierte Bauunternehmen

construye capital moma


## HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SEASIDE HOTELS | AVENIDA DE MOYA,8 | LAS PALMAS | 928763308 | marketing@seaside-hotels.com | www.seaside-hotels.com | 11 | 2,175 |
| SELENTA GROUP (ANTES EXPO HOTELES) | AV.DIAGONAL, 662-664 | BARCELONA | 936003030 | | selentagroup.com | 6 | 2,457 |
| SENATOR HOTELS & RESORTS | AVDA. FARO SABINAL, 341 | ALMERIA | 950627175 | info@playasenator.com | https://www.playasenator.com | 36 | 7,718 |
| SENSES HOTELS | COMERCIAL@SENSESHOTELS.COM | MALLORCA | 971031031 | comercial@senseshotels.com | www.senseshotels.com | 4 | 420 |
| SERAMAR HOTELES | AVDA. 16 DE JULIO, 85 | MALLORCA | 971 431266 | dir.comercial@seramarhotels.com | www.seramarhotels.com | 4 | 820 |
| SERCOTEL HOTELS | PARIS,120 | BARCELONA | 902141515 | correo@sercotel.es | http://www.sercotelhoteles.com/ | 34 | 3,845 |
| SERRANO HOTELS | AVDA. CALA AGULLA, 123 | MALLORCA | 971564312 | info@serranohotels.com | www.serranohotels.com | 5 | 710 |
| SERVATUR | DORAMAS, 4 | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928152777 | servatur@servatur.com | www.servaturhotels.com | 7 | 3,264 |
| SETHOTELS | URB. SANTO TOMAS, PARCELA H9 | MENORCA | 971370531 | sethotels@sethotels.com | www.sethotels.com | 8 | 779 |
| SH HOTELES | DOCTOR ROMAGOSA,1 BAJO | VALENCIA | 963373951 | sh@sh-hoteles.com | www.sh-hoteles.com | 5 | 833 |
| SIR HOTELS | VOORBURGWAL 271 4-5 | | | | www.sirhotels.com | 5 | 374 |
| SIRENIS HOTELS & RESORTS | DES CUBELLS,32 | ILLES BALEARS | 971312512 | info@sirenishotels.com | www.sirenishotels.com | 9 | 2,837 |
| SOHO BOUTIQUE HOTELES | ALAMEDA PRINCIPAL, 45 1ºA | MALAGA | 952225577 | info@sohohoteles.com | www.sohohoteles.com | 16 | 843 |
| SOLVENT INVEST (AQUA HOTEL & OHLA BOUTIQUE HOTELS) | AVDA. DEL MAR, 16 | BARCELONA | 937678211 | aquahotel@aquahotel.com | www.aquahotel.com &www.ohlaboutiquehotels.com | 9 | 1,900 |
| SOM HOTELS | DIRECCION@SOMTOURISM.COM | MALLORCA | 971284284 | direccion@somtourism.com | www.somhotels.es | 6 | 371 |
| SPRING HOTELES | PASEO CALARREDES S/N | TENERIFE | 922961111 | spring@springhoteles.com | www.springhoteles.com | 3 | 1,076 |
| STIL HOTELS | GRAN VIA ASIMA, 4-7º, POL SON CASTELLO | PALMA DE MALLORCA | 971207114 | comercial@stilhotels.com | www.stilhotels.com | 6 | 876 |
| SUCO HOTELES | AVDA. CASADO DEL ALISAL,26 | PALENCIA | 979749044 | castillaviejo@hotelessuco.com | www.hotelessuco.com | 3 | 215 |
| SUN CONFORT GROUP | BOOKING@SUN-CONFORT.COM | ALICANTE | 965852453 | booking@sun-confort.com | www.sun-confort.com | 3 | 707 |
| SUNRISE BEACH HOTELS (SBH) | COMERCIAL@SBHLUE.COM | LAS PALMAS | 928875982 | comercial@sbhlue.com | www.sbhlue.com | 9 | 3,186 |
| SWEET HOTELES | CORREOS, 8 | VALENCIA | 963535282 | comercial@sweethoteles.com | www.sweethoteles.com | 6 | 193 |
| SYMBOL HOTELES | AVDA.PALMA DE MALLORCA,45 1ºD | MALAGA | 952058450 | comercial@symbolhoteles.com | www.symbolhoteles.com | 2 | 447 |
| TEMPLE HOTELES | PONFERRADA@TEMPLEHOTELES.COM | LEON | 987410058 | ponferrada@templehoteles.com | www.templehoteles.com | 3 | 301 |
| THB HOTELS | THB@THBHOTELS.COM | MALLORCA | 971850033 | thb@thbhotels.com | www.thbhotels.com | 16 | 2,940 |
| THE LEADING HOTELS OF THE WORLD | ORENSE, 85 EDIF. LEMINGTON | MADRID | 915591750 | | www.lhw.com | 375 | SIN DATOS |
| THE TOTAL EXPERIENCIE | AVDA. ANSITE, 3, PLANTA 1 | LAS PALMAS | 928240038 | pablo.guillen@hotelesthe.com | www.hotelesthe.com | 18 | 2033 |
| THOMAS COOK HOTELS & RESORTS | CTRA. ARTA - CANYAMEL, KM 5 | MALLORCA | 971841134 | info@entidohotels.com | www.thomascookhotelsandresorts.com | 180 | 35000 |
| TORRE DE CANYAMEL HOTELES | PLAZA FLORES, 3 | ALMERIA | 950234399 | info@torredecanyamel.com | www.torredecanyamel.com | 4 | 106 |
| TORRELUZ HOTELES | SAN RAFAEL 1-3 | VALENCIA | 962872060 | torreluz@torreluz.es | www.torreluz.es | 3 | 132 |
| TORSE HOTELES | SANTA LEONOR, 24 | MADRID | 911697850 | info@torsehoteles.com | www.torsehoteles.com | 2 | 436 |
| TRAVELODGE HOTELES ESPAÑA | HERMOSILLA, 57 | MADRID | 913430318 | carlos.nunez@travelodge.co.uk | https://www.travelodge.es/ | 5 | 630 |
| TRH HOTELES | CTRA. MADRID- IRÚN, A-1 KM 153 | BURGOS | 947506011 | info@trhhoteles.com | www.trhhoteles.com | 9 | 1,643 |
| TUDANCA HOTELES | PARQUE GONZALEZ HONTORIA,SN | CADIZ | 956305611 | reservasatarandal@hotelestudanca.com | www.hotelesudanca.com | 4 | 219 |
| TUGASA | INFO@TUGASA.COM | | 956305611 | info@tugasa.com | www.tugasa.com | 9 | 182 |
| UNIVERSAL HOTELES | CIRUANOS Y BARBEROS, 25 EDIF. GENERIUM BLOQUE B PLANTA 3 | PALMA DE MALLORCA | 971711746 | reservas@universalhotels.es | www.universalhotels.es | 16 | 1,992 |
| UR HOTELS | AVDA. ALEXANDRE ROSSELLO, 29 ENTLO | ILLES BALEARS | 971725600 | info@urhotels.com | www.urhotels.com | 3 | 166 |
| URH HOTELIERS | PL MARQUES DE CAMPS, 1 | GIRONA | 972217858 | info@urh-hoteliers.com | www.urh-hoteliers.com | 14 | 1,115 |
| VALENTIN HOTELES | LUZ,5 | MALLORCA | 971032000 | comercial@valentinhotels.com | www.valentinhotels.com | 10 | 2,526 |
| VALLADOLID HOTELES | NUÑEZ DE ARCE,11 | VALLADOLID | 983298811 | comercial@hotelesvalladolid.com | www.hotelesvalladolid.com | 3 | 78 |
| VELADA HOTELES | ALCALA, 4/76 | MADRID | 913756800 | | www.veladahoteles.com | 3 | 504 |
| VERSER HOTELES | TARRAGONA, S/N, PLAYA DE FIGUETAS | IBIZA | 971302804 | ibizaplaya@verserhoteles.com | www.verserhoteles.com | 3 | 398 |
| VERTICE HOTELES | REPUBLICA ARGENTINA, 1 | SEVILLA | 955063100 | dtor.comercial@verticehoteles.com | www.verticehoteles.com | 5 | 685 |
| VIK HOTELS | RAFAEL CABRERA, 18, 2 C | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928391517 | info@vikhotels.com | www.vikhotels.com | 12 | 1,351 |
| VIME HOTELS & RESORTS | JUAN RAMON JIMENEZ, S/N BLOQUE 6 | MALAGA | 952829077 | comercial@vimehoteles.com | www.vimehotels.com | 2 | 459 |
| VINCCI HOTELES | ANABEL SEGURA,11 EDIF.A BAJO.CENTRO NEGOCIOS ALBATROS | MADRID | 914902650 | info@vinccihoteles.com | www.vinccihoteles.com | 39 | 5,542 |
| VIVA HOTELS & RESORTS | AGUSTIN ARGUELLES, 1 | MALLORCA | 971869500 | info@hotelsviva.com | www.hotelsviva.com | 8 | 1,537 |
| VP HOTELES | GRAL DIAZ PORLIER,101 | MADRID | 915620807 | marketingmanager@vphoteles.com | www.vphoteles.com | 4 | 265 |
| WEARE HOTELS & MORE | AVDA. BRUSELAS, 34 | MADRID | 917892600 | | www.weare-hoteles.com | 3 | 605 |
| ZAFIRO HOTELS | MAR I ESTANY, 35 | MALLORCA | 971897006 | info@zafirohotels.com | www.zafirohotels.com | 11 | 2,966 |
| ZENIT HOTELES | PZA. ARAGON, 2.- 1ºPLANTA | ZARAGOZA | 902474902 | central@zenithoteles.com | www.zenithoteles.com | 24 | 1,959 |
| ZERCA HOTELES | CTRA. DE PRECO-ZAGRILLA, KM.3,5 | CORDOBA | 957720305 | info@zercahoteles.com | www.zercahoteles.com | 2 | 52 |
| ZT HOTELS | COLONIA EUROPA, S/N | CASTELLON | 964401040 | reservas@zthotels.com | www.zthotels.com | 4 | 1,083 |

*Blue Diamond Luxury Boutique Hotel*****GL*
*RIVIERA MAYA · MEXICO*

*BlueBay Banús*****
*MARBELLA · SPAIN*

*Bellevue Lagomonte****
*MAJORCA · SPAIN*

*BlueBay Villas Doradas*****
*PUERTO PLATA · DOMINICAN REPUBLIC*

ITB BERLIN

*Visit us at Mexico Stand*
HALL **22B** *(Stand 207)*
MÉXICO
+34 902 100 655
booking@grupobluebay.com
**bluebay**resorts.com

**BlueBay Hotels** is an international chain with 53 hotels spread across 34 destinations in 15 different countries and present in the Caribbean, Europe, the Middle East and North Africa.

A hotel offer is divided in five distinctive brands specialised in urban and the holiday segments for both couples and families with hotels in highly sought after destinations such as Majorca the Costa del Sol in Spain, and the idyllic Riviera Maya in Mexico.

Le ROYAL HOTELS & RESORTS · BLUE DIAMOND · BlueBay HOTELS & RESORTS · bellevue HOTELS & RESORTS · Residéal

PR

# Senator Hotels & Resorts
## Garantiertes Vergnügen

*Lachen, spielen, rutschen und genießen*

Spektakuläre Pools, atemberaubende Rutschbahnen und alles, wovon junge Familien träumen, findet man direkt in unseren Hotels mit moderner Animation für alle Altersstufen und köstlichem Essen! Und das alles nur wenige Schritte von herrlichen Stränden entfernt – so entstehen außerordentliche Urlaubserlebnisse bei **Senator Hotels & Resorts**.

Wasserparks in den Hotels selbst und individuelle Anregungen für alle Altersstufen sowie in vielen Sprachen. Die Hotelkette bietet lustige, überraschende und sehr abwechslungsreiche Aktivitäten, an denen sich Kinder und Erwachsene beteiligen können. Dabei spielen Sport und Tanz die Hauptrolle.

Die perfekte Lage direkt am Strand und ihre Nähe zu interessanten Sehenswürdigkeiten machen die Hotels von Senator Hotels & Resorts zur besten Wahl für einen gelungenen Urlaub. Dieses tolle Angebot wird durch die ausgezeichnete Gastronomie mit innovativen Buffets, Live-Cooking und allem Erdenklichem für anspruchsvollste Gaumen abgerundet. Auch junge Gäste kommen hier auf ihre Kosten und können lokale Gerichte sowie frische Erzeugnisse probieren.

Die Themenhotels für Kinder sind speziell für Entspannung und Vergnügen für die gesamte Familie gedacht. Während die Eltern ihre wohlverdiente Ruhe und Erholung genießen, vergnügen sich die Kinder und Teenager auf den Rutschbahnen und in den Pools, wie auch bei den Aktivitäten im Miniklub, Junior Klub oder im Teen Klub.

Für ein absolutes Vergnügen der Kinder bieten alle Urlaubshotels von Senator Rutschbahnen mit großen Spiralen und in einigen Fällen sogar ihre eigenen Wasserparks. Das ist beim Playacartaya Spa Hotel mit mehrbahnigen Rutschbahnen der Fall, auf denen Wettkämpfe veranstaltet werden. Dazu gehört eine Rutschbahn mit unglaublichen Windungen, eine weitere Rutschbahn in Topfform, auf der man Adrenalin freisetzen kann, und ein kompletter Splash-Bereich mit absoluter Sicherheitsgarantie, damit die Eltern unbesorgt sein können. In der Zwischenzeit können sich die Erwachsenen im Bereich der Liegestühle oder im Whirlpool entspannen.

Familienzimmer und exklusive Angebote runden dieses Erlebnis mit Aktivitäten entsprechend der Altersstufen der einzelnen Kinder ab. Sie können mit ihren Freunden zu Abend essen oder an einem nächtlichen Gymkhana teilnehmen, von dem sie unvergessliche Erinnerungen an ihre Tage und Nächte bei Senator mit nach Hause nehmen werden.

**INFORMATIONEN**

*info@playasenator.com*
*+34 902 533 532*

PLAYA HOTELES

DIE KETTE VON
**WASSERRUTSCHEN UND WASSERPARKS**
**Zögern Sie nicht, machen Sie Ihren Urlaub zu einem einzigartigen Erlebnis.**

Gibt eine Welt voller Wasserspass in alle unsere Ferienanlage, dort finden Sie große Schwimmbäder mit prächtigen und lustigen Rutschen.

Aber wir möchten nicht einfach da bleiben; als Neuigkeit 2016, in Playa Sol, und 2017 in playa Cartaya, wenden wir Spass mit der Gründung von aquatische Bereiche mit verschiedene Wasserrutschen, mit mehrere Bahnen, Trichter, Wasserrutschen als Rohre gestaltet...

**AQUAPARK PLAYACARTAYA** SPA HOTEL****

**AQUAPARK PLAYASOL** SPA HOTEL****

**ZIMBALI PLAYA** SPA HOTEL****

**PLAYABALLENA** SPA HOTEL****

**ALMUÑECAR PLAYA** SPA HOTEL****

**PLAYACANELA** HOTEL****

**PLAYADULCE** HOTEL****

**36 BETRIEBE · 20 ZIELE**
Informationen und Reservierungen bei Ihrem Reisebüro oder bei unserer Reservierungszentrale
☎ **902 533 532** · **reservas@playasenator.com**

SENATOR HOTELS & RESORTS | PLAYA HOTELES | SENATOR HOTELS | diverhoteles | caleia HOTELS | APARTAMENTOS playa

Mehr exklusive Produkte und neue Optionen für ein garantiertes Reiseziel

# Die großen deutschen Reiseveranstalter wählen das Beste aus dem spanischen Angebot für ihre Kunden

Ángeles Vargas
*@angelesvargaspe*
*angeles.vargas@hosteltur.com*

Die deutschen Reiseveranstalter setzen weiterhin fest auf Spanien und vertrauen wieder auf die guten Umsatzergebnisse der Vorschau. Dabei nehmen sie Neuheiten in ihre Programme auf, um ihren Kunden das Innovativste und Beste des spanischen Angebots mit höchster Qualitätsgarantie und höchstem Komfort an den schönsten Orten bieten zu können. Zusätzlich spielt das Produkt der Kreuzfahrten eine immer größere Rolle bei einer auf neue Art gestalteten Reise an dieses Lieblingsziel.

TUIs Vertrauen in das Reiseziel Spanien zeigt sich an der Präsenz in ihren attraktivsten Marken. Foto: TUI Sensatori Ibiza.

**TUI Deutschland** hat Hosteltur mitgeteilt, dass die Nachfrage für 2018 nach Urlaub in Spanien bleibt, da „Spanien weiterhin eines der beliebtesten ausländischen Reiseziele unter den deutschen TUI Kunden ist.“ Die Gruppe ist mit den Buchungen dieses Winters wie auch für die Sommersaison sehr zufrieden, da bei den Balearen, den Kanarischen Inseln und auf dem Festland ein Anstieg verzeichnet wird. Dazu kommt, dass der Reiseveranstalter eine größere Vielfalt an Reisen als je zuvor anbietet.

> *Thomas Cook konsolidiert sich auf Mallorca*

Sein Einsatz für ein noch besseres Produkt auf den Balearen zeigt sich an der Erweiterung seines Hotelportfolios in Puerto de Pollensa auf Mallorca. Dort hebt der Reiseveranstalter die schöne Strandpromenade, die zahlreichen Cafés und Restaurants wie auch das Sportangebot – Golfplatz mit 9 Löchern, Stand-up-Paddle, Kitesurf, Radsport, Wanderungen usw. – hervor. Gleichzeitig ist der Ort der ideale Ausgangspunkt für Ausflüge. In der Gegend von Paguera erhöht sich die Anzahl der exklusiv angebotenen Hotels mit dem komplett renovierten HSM Linda Playa Hotel und dem HSM S'Olivera Hotel, das teilweise renoviert wurde. Auf der größten der Baleareninseln kommt noch ein vor Kurzem exklusiv für TUI erbautes Hotel, das Pabisa Bali Park Hotel, hinzu. Dieses Premium-4-Sterne-Hotel der Pabisa Hoteles Hotelkette besitzt 90 Zimmer, die alle 30 Quadratmeter groß und als Junior Suiten gestaltet sind.

Auf Menorca expandiert die Gruppe dieses Jahr auch mit der Aufnahme des neuen 1-2 Fun Fly Club Playa Parc Resorts, bei dem die Einrichtungen der Playa Parc und Sol Parc Hotels zusammengeführt sind und All-inclusive-Verpflegung angeboten wird.

> *Spanien ist weiterhin eines der beliebtesten ausländischen Reiseziele unter den deutschen TUI Kunden", teilt die Gruppe mit*

## 15 % mehr Hotels für TUI auf den Kanaren

Auf den Kanaren hat TUI sein Hotelangebot in der Wintersaison um 15 % erweitert, und zwar insbesondere im Segment der 3- und 5-Sterne-Hotels. Auf Teneriffa kommen vier Hotels von **Iberostar Hotels & Resorts** dazu, die das Angebot mit hoher Qualität bei den 4- und 5-Sterne-Hotels für Pärchen und Familien ergänzen.

Auf Fuerteventura sind alle 5-Sterne-Hotels über TUI erhältlich. Dieses Jahr kommt das 4-Sterne Hotel Occidental Jandia Mar exklusiv dazu. Auf Gran Canaria wurde hingegen das Angebot an 3-Sterne-Hotels erweitert. Auf Lanzarote werden das neue SuneoClub El Trebol Hotel und als Neuheit das Relaxia Lanzaplaya Hotel wie auch die La Concha Boutique Appartements angeboten. Auf La Palma kommt ein neues Hotel, das Hacienda de Abajo Hotel, bei der Airtours Marke dazu.

Auf dem Festland hebt der Reiseveranstalter die Wiederaufnahme zahlreicher Hotels an der Costa Brava und an der Costa Dorada anhand von Di-

rektverträgen hervor, indem günstigere Preise und mehr Verfügbarkeit angeboten werden. An der Costa del Sol kommt ein neues TUI Best Family Klubhotel, das TUI Best Family Sol Atalaya, hinzu. Es ist ein direkt am Strand gelegenes 4-Sterne-Hotel mit Splash-Park. Auch das Riu Costa del Sol Klubhotel in Torremolinos kommt neu hinzu. In der Gegend von Cádiz kann die Exklusivität mit mehr Betten in der Gegend von Zahara de los Atunes, Tarifa und Calas de Conil erweitert werden, indem ein Exklusivabkommen in den Agaro Chipiona und The Tarifa Lances Hotels besteht.

*“ Thomas Cook hat im Februar ein neues Büro in Palma eröffnet, um an seinem beliebtesten Reiseziel noch näher an den Kunden zu sein*

## Thomas Cook konsolidiert sich auf Mallorca

Im Luxussegment **Thomas Cook Signature** im Katalog von **Thomas Cook Deutschland** sind in Spanien und Portugal 147 Hotels mit sieben neuen Hotels und vier Touren enthalten. Zu den Neuheiten gehört laut Angaben der Gesellschaft das vor Kurzem in Palmanova (Mallorca) eingeweihte 4-Sterne-Hotel Elba Sunset mit einer besonders schönen Aussicht. Die Gruppe hat im Februar mit der Eröffnung eines neuen Büros in Palma groß auf die Insel gesetzt. Dort sind 700 Mitarbeiter darum bemüht, mit verstärkter Präsenz mit der Expansion der ihrer Tätigkeit an ihrem beliebtesten Reiseziel Schritt zu halten. Zu ihrer Marke der oberen Klasse gehören im Jahr 2018 in ganz Spanien 32 Hotels nur für Erwachsene, darunter fünf neue Hotels. Das 5-Sterne-Hotel Jandia Iberostar Fuerteventura Palace hebt sich nach einer eingehenden Renovierung ganz besonders darunter hervor.

Unter den Neuheiten gibt es außerdem 12 Hotels der Sentido Marke, ein Sunwing und zwei Sunprime. Als Beispiel wird das 4-Sterne-Hotel Sentido Migjorn Ibiza Suites & Spa in Playa d'en Bossa auf Ibiza hervorgehoben. Sein Stil basiert auf dem der traditionellen Häuser im Stil Ibizas in Kombination mit modernen Bauelementen. Es liegt nur 100 Meter von einem Strand mit feinem weißem Sand entfernt.
Als besondere Empfehlung enthält der Katalog unter dem Programm „Kreuzen und Baden auf Mallorca" die Möglichkeit, eine von Mallorca ausgehende Kreuzfahrt mit einem mehrtägigen Aufenthalt in einem Hotel auf der Insel zu verbinden. Die Kreuzfahrt führt durch sieben Städte in drei Ländern, und zwar durch Palma, Valencia, Marseille, Genua, Rom, Palermo und Cagliari.
**Neckermann** hebt auch die Kombination aus Kreuzfahrt mit drei Übernachtungen im Hipotels Gran Playa Hotel in Palma hervor. Das komplette Angebot umfasst 342 Hotels, darunter 22 neue Hotels. Es wurden sechs Touren aufgenommen. Unter den Hotels wird z. B. das komplett renovierte 4-Sterne-Premium-Hotel Els Pins Resort & Spa in San Antonio auf Ibiza hervorgehoben, das sich mit seinem Ambiente und dem großzügigen Wellnessbereich ideal zum Entspannen anbietet.
Weiter werden 10 Sentido Hotels, darunter ein neues, ein SunConnect, ein Sunprime und 11 Smartline angeboten. Hier wird die Aufnahme des 4-Sterne-Hotels Sentido Ama Islantilla an der Küste von Huelva betont. Es handelt sich um eine renovierte Anlage mit drei Salzwasserpools inmitten eines 6-Loch-Golfplatzes mit herrlicher Lage.
Zu den 42 Hotels nur für Erwachsene kommt ein weiteres in derselben Gegend hinzu: das 4-Sterne-Hotel Sentido Garden Playanatural. Auf Mallorca werden nach ausgezeichneten Renovierungen mehrere Neueröffnungen von Hotels wie Iberostar Alcudia Park, Na-Taconera in Cala Ratjada, Mediterranean Bay in El Arenal oder La Santa Maria Apartments in Cala Millor hervorgehoben. Für Liebhaber des Radsports hat sich die Gruppe im 4-Sterne-Hotel Bahía de Alcudia mit New Horizon Sport Bike Rental zusammengeschlossen.

> *DER Touristik hat über ein Abkommen mit Small Planet zusätzliche 15 Charterflüge auf die Kanaren wie auch Kreuzfahrten mit Aida Cruises von Mallorca ausgehend eingeplant*

Thomas Cook erweitert seinen Einsatz auf Mallorca mit einer neuen Niederlassung zur Verwaltung dieses erfolgreichen Reiseziels.

## Garantierte Liegestühle

Basierend auf der bei den Gästen festgestellten Nachfrage führt Thomas Cook in Spanien die neue Option ein, für 25 Euro je Aufenthalt den Liegestuhl im Hotel reservieren zu können. Drei Hotels auf den Kanaren haben sich im Februar an diesem Pilotprojekt beteiligt: das Sentido Aeqoura Hotel auf Lanzarote, das Sunprime Atlantic View Hotel auf Gran Canaria und das Sentido Buganvilla Hotel auf Fuerteventura. Für den Sommer wird dieser Service in 30 Hotels der eigenen Marken von Thomas Cook zur Verfügung stehen und weiter ausgedehnt werden. Er gilt jedoch immer nur für einen gewissen Prozentsatz der Liegestühle, damit die Flexibilität für diejenigen gewährleistet bleibt, die kurzerhand entscheiden möchten.
Der Reiseveranstalter **DER Touristik** beweist sein Vertrauen in Spanien mit der Einführung 15 weiterer Charterflüge auf die Kanaren anhand eines Abkommens mit **Small Planet**, wie auch der Kreuzfahrten von Aida Cruises ausgehend von Mallorca.
Auch er erweitert sein Hotelangebot, indem er mit seiner **ITS** Marke die beiden 4-Sterne-Premium-Hotels auf Mallorca, das Playa Esperanza und das BQ Paguera in Verbindung mit fünf Kreuzfahrtrouten als Neuheit anbietet. Auf Ibiza kommen das Club Cartago Hotel in der Bucht von San Miguel und das Cooee Puchet Hotel in San Antonio hinzu.

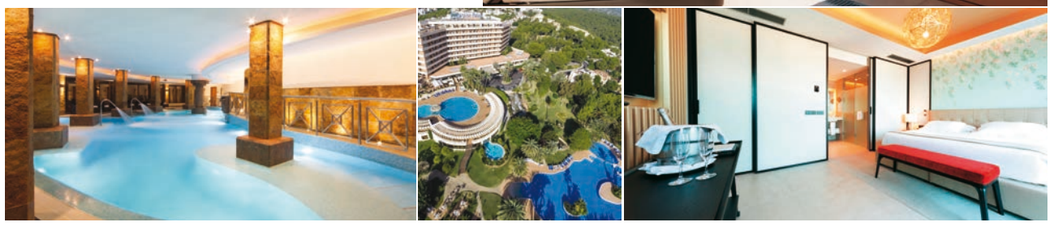
Die Labranda Hotels & Resorts Hotelkette führt ihre neue Design Plus Marke auf Gran Canaria ein.

**ENTDECKEN SIE** unser repräsentatives Hotel, in dem die Tradition bester mallorquinischer Gastfreundschaft nach wie vor die Grundlage für ein Konzept von Luxus und Exklusivität bildet.

**ÜBERNACHTEN SIE** in unseren geräumigen und modernen Deluxe und Supreme Zimmern oder gönnen Sie sich den Luxus einer Suite im klassischen Stil, alle mit atemberaubendem Blick auf die Bucht von Palma de Mallorca.

**GENIESSEN SIE** die echte mediterrane Gastronomie, herrliche Gartenanlagen und großzügig angelegte Pools Entspannen Sie sich in unserem Spa mit mehr als 2 800m², einer wahren urbanen Oase des Wohlbefindens für Körper und Seele.

**FEIERN SIE** bei uns die bedeutendsten Momente Ihres Lebens.



GPRO
VALPARAISO PALACE & SPA
金浦馬略卡東邑國際度假酒店
★★★★★

A LUXURY
URBAN RESORT

Francisco Vidal i Sureda 23
07015 Palma de Mallorca, Spain
Tel. + 34 971 400 300
valparaiso@gprovalparaiso.com
www.gprovalparaiso.com

**Jahn Reisen** hebt drei neue Hotels auf Mallorcas und ein neues Hotel auf Ibiza, das 4-Sterne-Hotel Barceló Portinax, hervor. Unter den besonderen Angeboten werden das The Tarifa Lances Hotels in Gibraltar und das Cooee los Rosales Hotel auf Formentera erwähnt. Abschließend erweitert der dritte Reiseveranstalter der Gruppe, **Dertour**, sein Angebot auf ganz Spanien und im Fall von Mallorca mit Landgütern und Stadthotels in Palma.

## Labranda führt seine neue Marke ein

Der Hotelgeschäftsbereich der **FTI Touristik, Labranda Hotels & Resorts**, hat im Januar seine neue Marke **Design Plus** für Bleisure (Business + Leisure) Hotels vorgestellt. Sie wird im Bex Hotel mit 97 Zimmern in Las Palmas de Gran Canaria eingeweiht. In der Zwischenzeit wird die Eröffnung des Labranda World Hotels auf Fuerteventura vorbereitet. Hierbei handelt es sich um das größte Projekt der Gruppe, das voraussichtlich im nächsten Sommer mit 1.600 Appartements von den 2.000 Appartements, die nach Abschluss in Betrieb sein werden, eröffnet wird.

> *„FTI hat seine neue Design Plus Marke für Bleisure Hotels vorgestellt, die auf Gran Canaria eingeführt wird. Die Vorbereitungen für die Labranda World Eröffnung auf Fuerteventura sind im Gange*

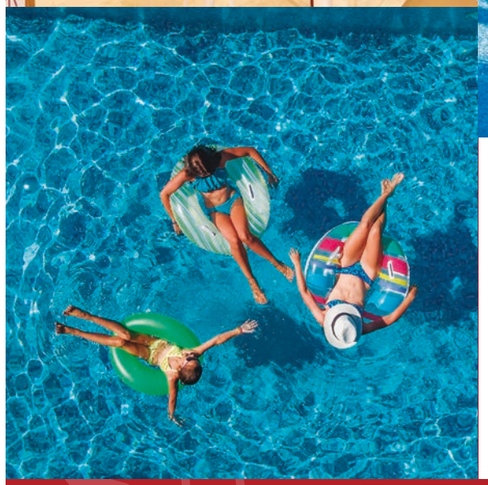
Der Reiseveranstalter sieht eine gute Saison für die Balearen und die Kanaren vor. Das gilt auch für **Alltours**, der für 2018 zum ersten Mal eine Million Besucher angibt. Für sie hat er seine Kapazität bei Charterflügen aus Deutschland um 20.000 Sitzplätze erhöht.

Auch **Schauinsland** Reisen verzeichnet für dieses Jahr positive Buchungszahlen in Spanien und erstellt für seine Charterfluggesellschaft **Sundair** eine optimistische Vorschau für die Kanaren und Mallorca. ■

Experience Alcúdia!

Warum wählen, wenn Sie alle's haben können.

alcudiamallorca.com Alcudia Mallorca @AlcudiaTourism AlcudiaTourism


MLL HOTELS

Smart Holidays for Smart People!
Family and Adults Only holidays designed for you.
★★★★ MEDITERRANEAN BAY
★★★ PALMA BAY CLUB RESORT
BLUE BAY
CARIBBEAN BAY
www.mllhotels.com

Öffentliche und private Einrichtungen tun sich zusammen um dieses Angebot auf dem Markt zu bringen

# Erfolgreiche Produkte im Aktiv- und Sporttourismus in Spanien

Vivi Hinojosa
*vivi.hinojosa@hosteltur.com*
*@Vivi_hinojosa*

Spanien ist bestrebt, sein Angebot immer mehr zu variieren, um auf die neuen Bedürfnisse und Geschmäcker der Touristen einzugehen, die mehr als nur Sonne und Sand suchen. In den letzten Jahren hat die öffentlich-private Zusammenarbeit zu einer Vielzahl von Produkten des aktiven Tourismus und des Sporttourisimus geführt, die in den gesamten spanischen Zielgebieten verbreitet sind. Sie verzeichnen einen festen Platz im Markt.

*“ Dank der 200.000 Touristen die Ihren Lieblingssport dort genießen, sind die Balearen das größte Radsportziel in Europa*

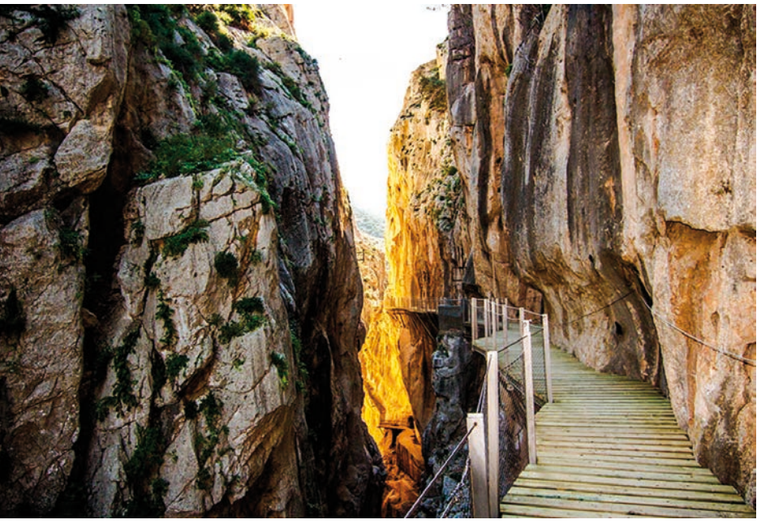
## Skistationen

Die im Tourismusverband der Ski- und Bergstationen ( Atudem) integrierten Wintersportgebiete übertreffen alle Erwartungen zum Saisonstart. Dank des hohen Schneeaufkommens kündigt sich eine lange Saison an. Aber da man sich nie auf die Wetterbedingungen verlassen kann, wurden 26,5 Millionen Euro, sprich 32,5% Prozent in Neuerungen investiert. Der Sektor schloss die letzte Saison mit 5,4 Millionen Skifahrern ab, gegenüber 4,74 Millionen in der vorherigen Saison. Das sind 13,8% mehr ( es war tatsächlich die beste Wintersaison der letzten Jahre ). Die Einnahmen der Nutzung von Skiliften haben 118,7 Millionen Euro erreichten, dies ist ein Anstieg von 22,5%.

## Camino de Santiago

Ein weiteres Produkt des Aktiv- und Kulturtourismus, das im Jahr 2017 alle Rekorde gebrochen hat, war der Camino de Santiago. Ihn besuchten 301.006 Personen und das erstmals mit mehr als 300.000 Pilgern. Somit eine Steigerung von 8,3% gegenüber dem Vorjahr. 56% von ihnen waren Ausländer, hauptsächlich aus Italien (16%), Deutschland (14%) und den Vereinigten Staaten (10%), obwohl Reisende von bis zu 150 Nationalitäten gezählt wurden.

Wie der Präsident der“ Xunta de Galicia“ (Regierungsorgan), Alberto Núñez Feijóo sagte, wird dieser Erfolg des Jakobswegs ähnlich sein mit der Pilgerroute „Año Santo de 2021“ an dem die Regionalregierung bereits mit einer koordinierten Strategie arbeitet. Heute, mehr als drei Jahre vor der Eröffnung des Año Santos, sind mehr als 50% der geplanten Aktionen



„El Caminito del Rey“ hat sich in den ersten zwei Jahren nach seiner Eröffnung zu einem touristischen Phänomen entwickelt, das schon mehr als 600.000 Besucher aufzeigt.

*“*

*Der Camino de Santiago, den 2017 zum ersten Mal mehr als 300.000 Pilger besuchten, bereitet sich auf ein historisches Jahr vor, das mit dem „ Año Santo 2021“ zusammenfällt*

bereits im Gange, wie die Verbesserung der Straßen, die Bewerbung der Route außerhalb Spaniens für die Vielfältigkeit und Saisonunabhängigkeit der Route „.

## Caminito del Rey

El Caminito del Rey ist zu einem Touristenphänomen geworden. Es ist ein spektakulärer Weg an der fischen Luft in der Provinz Malaga, der an den Steilwänden einer drei Kilometer langen Schlucht mit einer Breite von nur einem Meter entlang führt. Sein Name entstand nach König Alfons XIII der 1921 den Weg einweihte.

Nach Jahren der Vernachlässigung kostete seine Wiederherstellung rund 5,5 Millionen Euro. Seit der Wiedereröffnung am 28. März 2015 wurde diese Touristenattraktion als eine der gefährlichsten Schluchten der Welt der Höhenwege angesehenen und als Wunderkind der Ingenieurskunst ausgezeichnet.

In den letzten zwei Jahren nach seiner Wiedereröffnung besuchten ihn 600.000 Menschen, im letzten Sommer waren es 80 verschiedene Nationalitäten.

## Golf in Andalusien

Der Golf Tourismus hat in Andalusien alle Rekorde gebrochen und das Jahr 2016 zum ersten Mal statistisch übertroffen. Mehr als 500.000 Reisenden wurden 2016 von diesem Produkt angezogen genau gesagt 530.000, 10,4% mehr als im Vorjahr. Es ist nicht überraschend, dass die Region die höchste Konzentration an Golfplätzen in ganz Kontinentaleuropa und 20% der nationalen Gesamtanzahl aufweist: 102, von denen etwa die Hälfte in der Provinz Malaga und knapp über 20% in Cádiz sind. Die häufigsten Kunden sind Briten (40%), Spanier (15%) und Deutsche (12%) .

## Radsport auf den Balearen

Sporttourismus ist das Schlüsselelement zur Saisoneröffnung der Balearen. Beim Radsport sind die Balearen mit einer 10 monatigen Saison das beliebteste Reiseziel in Europa. Das beweist die Zahl der jährlich 200.000 Radfahrer, die das Gebiet nicht nur wegen des Wetters sondern auch wegen der guten Routen und der guten Konditionen für Radfahrer besuchen (sowohl in den Hotels als auch von ergänzendem Dienstleistern).

Das Qualitätssiegel **bikefriendly** haben bereits über 250 Unterkünfte in Spanien, Andorra und Portugal. Grund dafür sind kostenlose Serviceleistungen wie Fahrradräume mit einzelnen Schlössern, Werkstätten, Waschbereiche und Routeninformationen und weitere Leistungen wie Fahrradverleih, den Verkauf von Ersatzteilen, verlängerte Essenszeiten, Physiotherapie etc.

## Aktivtourismus auf den Kanarischen Inseln

Der Aktivtourismus erwirtschaftet auf den Kanarischen Inseln einen Jahresumsatz von 1.410 Millionen Euro, was 10% der Einnahmen der Branche entspricht. Dieser Reisende gibt im Durchschnitt mehr aus als der normal Reisende. Das Profil des Aktivtouristen entspricht dem eines Mannes (58,5%), zwischen 31 und 45 Jahren und mit mittlerem bis hohem Einkommen (42,9%) der hauptsächlich aus Deutschland kommt (27,8%), dem Vereinigte Königreich (18,4%) und aus dem übrigen Spanien (9,8%). ■

ferrer hotels
fresh & friendly

KOMMEN UND ENTDECKEN SIE MIT UNS NEUE REISEZIELE

MALLORCA · MENORCA · DOMINIKANISCHE REPUBLIK

ERWARTETE ERÖFFNUNGEN IM JAHR 2018

FERRER MARISTANY ***** [1] · FERRER SAMANA **** [2] · FERRER SOFIA **** [3]

OFFIZIELLE VERANSTALTER VON:
ZUNE CORPORATION POWERMAN DUATHLON by ferrer hotels · Mallorca Illes Balears

ferrerhotels.com + 34 971 100 015

Deutschland ist der zweitstärkste Markt  mit 16,3% Fluggästen international

# Durch die turbulenten Veränderungen auf dem deutsch-spanischen Reisemarkt kommt Bewegung in die Flugbranche

Diana Ramón Vilarasau
*diana.ramon@hosteltur.com*
*@dianaramonv*

Durch den Konkurs der Airberlin Group, die  wichtigsten Airlines im Flugverkehr zwischen Deutschland und Spanien, müssen die anderen Fluggesellschaften große Lücken im Flugverkehr zwischen den beiden Ländern füllen.

Trotz der Veränderungen  im Flugverkehr im  Jahr 2017 stammten von den fast 87,6 Millionen internationalen Fluggästen (+ 8,3%), mehr als 14,2 Millionen (+ 3,4%) aus Deutschland. Das sind 16,3% der gesamten internationalen Ankünfte und macht  Deutschland zum zweitstärkten Markt hinsichtlich der Besucherzahlen in Spanien!

Es teilt sich wie folgt auf: 62% reisten mit einer traditionellen Airline, die restlichen 38% entschieden sich für eine Low Cost Carrier.

Die spanische Fluggesellschaft Air Europa  bietet täglich zwei Flüge nach Frankfurt und München an. Sie engagiert sich stark auf dem deutschen Markt und erweitert ihr Flugprogramm mit zwei täglichen Flügen nach Düsseldorf mit der Embraer E195 die eine Kapazität von 120 Sitzplätzen hat.

Damit bietet das Unternehmen jährlich mehr als 175.000 Sitzplätze und übersteigt die anfängliche Kapazität von mehr als 75%.

Aufgrund der hohen Nachfrage auf den derzeitigen Strecken nach Frankfurt und München, die im Jahr 2017 etwa 350.000 Passagiere mit einer 80prozentig Auslastung beförderten, werden die Kapazitäten aufgestockt und mit Boeings 737-800 angeflogen.

Die Fluggesellschaft Air Europa (Globalia) hat durch die wieder auflebende  Nachfrage anderer Destinationen keinen Rückgang des deutschen Marktes nach Spanien festgestellt. Der Flughafen Madrid wird am häufigsten angeflogen, gefolgt von Gran Canaria, Teneriffa und Málaga, wobei Madrid als Transit genutzt wird.

Iberia bietet diesen Sommer mehr Flüge auf den Strecken  Madrid / Düsseldorf, Frankfurt, München, Hamburg und Wien an. Für diesen Sommer wird die spanische Fluggesellschaft ihr Angebot auf dem deutschen Markt um fast 5% erhöhen. Mit drei Flügen pro Woche nach Düsseldorf, drei weiteren nach Hamburg und vier wöchentlichen Flügen nach  Wien. Im vergangenen Jahr verzeichnete Iberia einen Anstieg der Nachfrage für Strecken von und nach Deutschland von 4%, zurückzuführen auf das erhöhte Flugangebot von und nach  Hamburg. Neben Madrid sind Jerez, Almeria und die Kanarischen Inseln die beliebtesten spanischen Ziele auf dem deutschen Markt.

Iberia Express, die kostengünstige Tochtergesellschaft von Iberia, betreibt zwei Strecken nach Deutschland: Berlin mit zwei täglichen Flügen und Stuttgart mit vier wöchentlichen Flügen. Im Jahr 2017 stieg das Passagieraufkommen zwischen Spanien und Deutschland um fast 10%. Commercial Director Trevor Martin betont unter den Verbesserungen des Jahres 2018 auch die des Inflight Entertainment. Es ist auf allen Flügen gratis und durch die Zusammenarbeit mit dem Anbieter Immfly, die mit der Filmproduktionen FOX zusammenarbeiten, hat  der Fluggast die Möglichkeit mit seinem eigenen mobilen Geräten  Zeitungen, Zeitschriften, Serien, Dokumentationen, Filme und Reiseführer anzusehen.

Eurowings ‚Airline der Gruppe Lufthansa expandiert bei Strecken Deutschland  Spanien mit 153 Routen von 18 deutschen Flughäfen (Berlin-Tegel, Bremen, Köln-Bonn, Dortmund,  Dresden,  Düsseldorf, Düsseldorf -Weeze, Hamburg, Hannover, Karlsruhe / Baden -Baden, Leipzig / Halle, München, Münster / Osnabrück, Paderborn / Lippstadt, Saarbrücken, Stuttgart, Sylt, Usedom (Heringsdorf), und  einen Großteil der beliebtesten Touristenziele in Spanien (Alicante, Barcelona, Bilbao, Fuerteventura, Ibiza, Jerez de la Frontera, Lanzarote, Las Palmas / Gran Canaria, Madrid, Málaga, Menorca, Palma de Mallorca, Teneriffa, Valencia und Santa Cruz de la Palma). Matthias Burkard, Pressesprecher von Eurowings betont, dass die Fluggesellschaft  ein Wachstum von über 20% im Jahr 2017 nach Spanien verzeichnet  und die  Flugkapazität 2018 weiter vergrößert werden sollen. Eine Neuheit wird das Unterhaltungsprogramm an Bord sein, das ab Februar eingeführt ist und die ersten 10 Minuten für den Gast  gratis ist.

Nachdem  die  Vermögenswerte  im operativen Betrieb von Airberlin in Berlin Flughafen Tegel  geklärt sind ist Easyjet und mit den schon bestehenden Flügen Berlin-Schönefeld

Aufgrund der hohen Nachfrage  erhöht Air Europa  die Kapazitäten auf den Strecken Frankfurt und  München und setzt die Boeing 737-800 ein.

> *Im Jahr 2017 sind mehr als 14,2 Millionen Besucher (+ 3,4%) mit dem  Flugzeug nach Spanien geflogen*

der größte Betreiber in der deutschen Hauptstadt. Die britische Low Cost Airline hat neue Verbindungen mit Madrid, Palma de Mallorca, Fuerteventura, Alicante, Granada, Jerez und Menorca  angekündigt.  Außerdem wird ein viertes Flugzeug saisonal auf Mallorca stationiert und die  Flugfrequenz von zwei auf fünf täglichen Flügen bei der Route Palma-Berlin Tegel und sechs am Wochenende erhöht. Außerdem hat Easy Jet nach Brexit die Lizenz und Luftverkehrsbetreiberzeugnis (AOC) für die neue Tochtergesellschaft EasyJet Europa mit  Sitz in Wien erhalten. Somit können sie Flüge innerhalb Europas operieren, unabhängig vom Ergebnis der Verhandlungen über ein künftiges Luftverkehrsabkommen zwischen der EU und Großbritannien. Die Crews, Piloten und Flugzeuge von EasyJet Europe werden bereits von EasyJet eingestellt und in EU Ländern stationiert.

Die Nischen-Airline Germania fliegt täglich von Berlin-Tegel und wird die Flüge von Nürnberg nach Palma de Mallorca erhöhen, begonnen  mit der Eröffnung einer Station am mallorquinischen Flughafen  Palma im Sommer letzten Jahres.

Ryanair hat in diesem Jahr neue Strecken zwischen Frankfurt Main Airport und Barcelona, Girona, Madrid und Murcia angekündigt.  Und  im Winter 2018/2019 wird eine neue Verbindung zwischen Palma de Mallorca und Düsseldorf Weeze starten. ■

LOKALE UNTERNEHMEN. PERSONALISIERTE SERVICE
DIREKTE LIEFERUNG ZUM FLUGHAFEN UND HÄFEN
KEINE WARTESCHLANGEN. KEINE TRANSFERS
A LA CARTE. LIEFERUNG. IM HOTEL. FINCA...
KOSTENLOSE PANNENHILFE 365/24
ÜBER 35 JAHRELANGE ERFAHRUNG
BREITEN FAHRZEUGFLOTTE
WIR FAHREN_SIE!
ibacar CAR RENTAL
www.ibacar.com
*Gepruft und genehmigt durch der balearischen Regierung*
MALLORCA MENORCA IBIZA FORMENTERA

Spanien bietet an seinen Küsten bedeutend mehr als Sonne und Sand

# ‘Beach Clubs’ liegen bei Strandprogrammen ganz oben

Diana Ramón Vilarasau
*diana.ramon@hosteltur.com*
*@dianaramonv*

Bali-Liegen und Designliegestühle, Speisekarten mit exquisiten Sommer-’Fusions’-Tapas oder hervorragenden Paellas bei freiem Ausschank - sogar mit Sekt – direkt am Meer und unter der wärmsten Sonne Europa: so entsteht ein Erlebnis, das bis zum Sonnenuntergang dauert und in den besten Strandhotels Spaniens sehr gefragt ist. Hierbei handelt es sich um den immer weiter verbreiteten Trend der ‘Beach Clubs’, die auch als ‘Luxusstrandbars’ bezeichnet werden und zu den hochwertigen Serviceleistungen mit Mehrwert an den spanischen Küsten gehören.

Spanien als Europas Hauptreiseziel für alle, die Strände und das beste Klima des Kontinenten suchen, bietet jetzt neben Sonne und Meer, ein großes und abwechslungsreiches touristisches Angebot mit vielen Anregungen an seinen Küsten. Diese reichen von Wassersportarten über die Unterhaltung – am Tag und am Abend – bis zu Serviceleistungen mit Mehrwert wie WLAN-Anschluss.
2017 verzeichnete das Land mit 81,8 Millionen Touristen (+8,6 %) eine neue Rekordzahl. 85 % dieser Touristen kamen auf Vergnügungs- und Urlaubsreise und 82,5 % konzentrierten sich in den fünf autonomen Gemeinschaften der spanischen Küste, die führend im „Sonne und Strand“ Produkt sind: Katalonien, Kanarische Inseln, Balearen, Andalusien und die Region Valencia.

## Sie machen Furore

Die „Beach Clubs“ gehören zweifellos zu den attraktiven Strandangeboten, die

Die Macarella Bucht mit ihrem unberührten Strand gilt als die schönste Bucht der Baleareninsel Menorca.

in Spanien Furore machen. Immer mehr Hotels nutzen ihre bevorzugte Lage direkt am Strand, um ihr Angebot mit einem Strandklub zur erweitern. Dort wird ein komplettes gastronomisches und Unterhaltungserlebnis in exklusivem Ambiente angeboten, das zum Entspannen einlädt. Man kann zu Mittag oder zu Abend essen oder den ersten Drink des Abends zu sich nehmen, während man Musik, Sonnenuntergang und Meeresbrise genießt.
Zu den auf den Webseiten für Reisen als innovativste und unterhaltende Strandklubs empfohlenen Strandbars gehört Nikki Beach, einer der berühmtesten dieser internationalen Marke, der u. a. in Miami, Saint Tropez, Marrakesch oder Dubai zu finden ist. In Spanien gibt es drei davon, und zwar auf Mallorca, neben dem ME Mallorca Hotel, auf Ibiza und in Marbella.
Weitere berühmte und gloriose Treffpunkte sind der Ushuaïa Ibiza Beach Club am D’en Bossa Strand auf Ibiza; Le Méridien Ra Beach Hotel & Spa in Tarragona, der am eleganten Ambiente der Côte d’Azur und Matisse inspiriert ist; Salt Beach Club in Barcelona, mitten an der Barceloneta Strandpromenade - als „Stadtstrandbar“ mit Hipster-Flair; Sea Soul Beach Restaurant & Lounge im Iberostar Isla Canela Hotel in Huelva, in dem diese spanische Hotelkette ihr Beach-Club-Konzept anbietet und das Gran Hotel Sol y Mar in Calpe, das direkt am

### *Museo Atlántico auf Lanzarote, Kanarische Inseln*

# *Europas erstes Unterwassermuseum befindet sich in Spanien*

Die Skulpturen wurden auf 12 Meter Tiefe abgesenkt.

*Nachdem das Absenken der Skulpturen auf 12 Meter Tiefe auf dem Meeresgrund von Playa Blanca in der Las Coloradas Bucht im Ort Yaiza abgeschlossen war, konnte das Museo Atlántico auf Lanzarote im letzten Jahr auf den Kanarischen Inseln als erstes seiner Art in Spanien und in Europa eröffnet werden.*
*Die Werke sind von dem international berühmten Künstler Jason de Caires Taylor, der schon andere Museen dieser Art in Cancún, Mexiko, auf den Bahamas und auf den Antillen in der Karibik eingeweiht hat.*
*Das Projekt soll im Laufe der Zeit die Meeresbiomasse erhöhen, indem es die Vermehrung der Arten der Kanarischen Inseln in einem von der UNESCO als Biosphärenreservat erklärten Gebiet fördert. Die Unterwasserausstellung soll aus einer Reihe künstlerischer Installationen aus ph-neutralem Beton und Materialien, die weder den Meeresgrund noch die Fauna und Flora des Gebiets beeinträchtigen, ein großes künstliches Riff bilden.*
*Die Gesamtheit der Skulpturen, die 15 % der 2.500 Quadratmeter großen Gesamtfläche belegen, stellen unterschiedliche Szenarien der Insel anhand der Darstellung menschlicher Figuren dar, die an den Einwohnern selbst in alltäglichen Situationen, Themen des kollektiven Interesses wie auch in Verbindung mit Mensch und Natur inspiriert ist.*

Arenal del Bol Strand und gegenüber dem Peñón de Ifach liegt.
Der Estrella del Mar Beach Club von Vincci in Marbella ist auch sehr beliebt. Der Gecko Beach Club inmitten der Natur und direkt am Migjorn Strand ist der ideale Ort, um Formentera ausgiebig genießen zu können. THB Ocean Beach Ibiza am Strand von San Antonio ist einer der berühmtesten auf der Insel. Sein Pool ist mit großen Betten auf dem Wasser und außerhalb des Wassers dekoriert. Ein weiterer ist der El Tangana Beach Club des Tangana Bungalowkomplexes am Valdevaqueros Strand in Tarifa.

## Sand und WLAN

Spanien ist ein Pionierland hinsichtlich Weiterentwicklung der Städte und intelligenter Reiseziele. Zur Freude der neuen digitalen Generationen, die auch im Urlaub nicht offline sein können, gibt es sogar intelligente Strände mit kostenlosen WLAN-Bereichen.
Strände wie Calvià und Playa de Palma auf Mallorca, Barcelona oder Punta Umbría in Huelva bieten schon seit zwei oder drei Saisons diese Verbindung an.
Mehrere spanische Städte sind an einem Projekt beteiligt, um sich in intelligente Reiseziele zu verwandeln. Bisher haben die Kanarische Insel El Hierro, Playa de Palma, Haro, Castelldefels, La Gomera und Badajoz die erste Phase abgeschlossen. In einer zweiten Phase sind Santiago de Compostela, Las Palmas de Gran Canaria, Jaca, Villajoyosa und Axarquía in Málaga an der Reihe.

*Spanien, Europas Haupturlaubsziel, bietet an seinen Küsten neben Sonne und Meer ein großes und abwechslungsreiches touristisches Angebot mit vielen Anregungen*

Hinsichtlich Serviceleistungen wurde im letzten Sommer die Vagueoo Plattform eingeführt. Hierbei handelt es sich um den ersten Onlineservice, der Essen und Getränke an den Strand – d. h., „bis auf das Strandtuch der Gäste“ - liefert. Hierbei handelt es sich um eine neuartige Technologie, die von einem spanischen Start-up-Unternehmen entwickelt wurde. Sie ortet den Kunden über Geolokalisierung, verbindet ihn mit der am nächsten gelegenen Verkaufsstelle und diese liefert ihm die Bestellung an seinen genauen Standort. Sie wurde an den Stränden von Gandía, Salou, Benidorm, Villajoyosa, San Juan, El Postiguet und Santa Pola in der Region Valencia gestartet und erweitert ihre Serviceleistungen jetzt auch auf andere spanische Küsten.

## Hochwertige Strände

Ein bedeutender Vorteil der spanischen Strände sind ihre optimalen sanitären und Umweltbedingungen wie auch ihre Serviceleistungen, die auf internationaler Ebene vom Verband für Umwelt- und Verbrauchererziehung (ADEAC) anerkannt sind. Dieser Verband vergibt die blauen Flaggen als Zeichen der Erfüllung der für Umweltqualität festgelegten Kriterien.

Spanien hat 2017 mit 684 blauen Flaggen wieder seine seit 30 Jahren bestehende weltweite Führungsstellung belegt. 579 (-7) erhielt es für seine Strände, 100 für Jachthäfen und 5 für nachhaltige Touristenschiffe, davon 3 auf Mallorca und 2 in Málaga. Diese Zahlen bedeuten, dass Spanien 16 % aller vergebenen Blauen Flaggen erhalten hat. Anders ausgedrückt: Jede sechste Blaue Flagge, die auf der ganzen Welt weht, weht an der spanischen Küste. Die Region Valencia hat mit 129 die meisten Auszeichnungen für ihre Strände erhalten. Ihr folgenden Galicien (113), Katalonien (95) und Andalusien (90).

Das spanische Institut für Touristische Qualität (ICTE) hat nach einem gründlichen Audit 236 spanischen Stränden und 19 Wassersportinstallationen die Q-Flagge der Qualität verliehen. Zu den herausragenden autonomen Gemeinschaften gehören Andalusien (85), Region Valencia (46), Region Murcia (37), Balearen (18), Galicien (18) und Katalonien (12). Damit wird bestätigt, dass sie die anspruchsvollen Kriterien für Qualität, Sicherheit, Rigorosität und Professionalität beim Management und den angebotenen Dienstleistungen erfüllen. ■

Ushuaïa Ibiza Beach Club am D'en Bossa Strand, eine der berühmten und grandiosen Strandbars.

***Travellers' Choice™ 2017 Preise***

# *Die 10 besten Strände Spaniens laut TripAdvisor Anwender*

*Der La Concha Strand in San Sebastián, in der Provinz Guipúzcoa im Baskenland, wurde dieses Jahr als bester Strand Spaniens und Sieger der Travellers' Choice™ 2017 Preise, die von den TripAvisor Anwender ausgewählt werden, eingestuft. Es ist der einzige spanische Strand, auf der Liste der Top 25 der weltweit besten Strände, wo er Platz sechs einnimmt. Gleichzeitig steht er auf der ersten Stelle der 25 besten europäischen Strände. Zu diesen gehören auch Playa de Muro auf Mallorca an zehnter Stelle; Playa de Las Canteras auf Gran Canaria auf vierzehnter Stelle und der Las Catedrales Strand in Ribadeo, Galicien, auf fünfzehnter Stelle.*

*Unter den aufstrebenden Reisezielen der Welt hat sich Nerja, ein am östlichen Ende der Costa del Sol gelegener Ort, auf dem neunten Platz angesiedelt. Er besitzt 16 Kilometer Strände mit feinem Sand, an denen man Wasserski, Unterwassersport und Segelsport treiben kann.*

Nerja, in der Provinz Málaga, wurde als neuntbestes aufstrebendes Reiseziel weltweit ausgewählt (Foto: Tuxyso / Wikimedia Commons / CC BY-SA 3.0). v

***Die Top 10 der spanischen Strände:***

*1) La Concha Strand, San Sebastián, Guipúzcoa, Baskenland*
*2) Ses Illetes Strand, Formentera, Balearen*
*3) Muro Strand, Mallorca, Balearen*
*4) Las Canteras Strand, Las Palmas de Gran Canaria, Kanarische Inseln*
*5) Las Catedrales Strand, Ribadeo, Lugo, Galicien*
*6) Maspalomas Strand, Gran Canaria, Kanarische Inseln*
*7) Cala Compte, Ibiza Stadt, Ibiza, Balearen*
*8) Bolonia Strand, Tarifa, Cádiz, Andalusien*
*9) Alcudia Strand, Puerto de Alcudia, Mallorca, Balearen*
*10) El Cotillo Lagunen und Strand, La Oliva, Fuerteventura*

PR

# Hoteles Saint Michel
## setzt auf Innovation und Ausbildung

**Hoteles Saint Michel** hat sich in den vergangenen Jahren zum Ziel gesetzt, sein Produkt mit Innovation und Qualität zu erneuern. Bei diesem Einsatz war nicht nur die finanzielle Investition in die Einrichtungen, sondern auch die Investition in die in ihren Hotels tätigen Fachkräfte ausschlaggebend.

Die Hotelkette besitzt 16 sehr unterschiedliche Hotels auf Mallorca, die auf Familien, Pärchen, Sportler und alle diejenigen ausgerichtet sind, die Entspannung und hervorragenden Urlaubsgenuss suchen. Mit diesem Ziel wurde gründlich in die Renovierung der Hotels und Appartements investiert, um anhand dieser Modernisierung der Serviceleistungen noch mehr Komfort und Gemütlichkeit bieten zu können.

Die Strategie des Unternehmens für die Saison 2018 konzentriert sich auf die Umsetzung eines ehrgeizigen Qualitätsprogramms, das in allen Hotels eingeführt wird und den Gästen besten Service und Betreuung bieten soll. Hoteles Saint Michel beabsichtigt damit, ihre Hotels in ein zweites Zuhause für ihre Gäste zu verwandeln. Weiterhin konzentriert sich das Programm auf die ständige Weiterbildung der Mitarbeiter des gesamten Unternehmens, indem Priorität auf die menschlichen Qualitäten als Einsatz auf die Zukunftsstrategie gelegt wird.

Diese Bemühungen um höchste Qualität setzen die im Jahr 2017 ausgeführte Tätigkeit fort, als das in El Arenal gelegene HSM Son Verí Hotel und das HSM Regana Hotel in Cala Ratjada komplett renoviert und beide eine Kategorie höher, d. h. jeweils auf 3 und 4 Sterne, angehoben wurden. Auch das HSM Calas Park Hotel wurde renoviert und hat schon im Jahr 2018 großen Anklang als Familien- und All-inclusive-Hotel gefunden.

Das HSM Linda Playa Hotel verbessert 2018 seine Kategorie auf 3 Sterne Premium. Weiterhin werden dieses Jahr die Renovierungstätigkeiten im HSM Madrigal Hotel und im HSM Club Torreblanca Hotel fortgesetzt. Im HSM Atlantic Park Hotel werden die Zimmer modernisiert, um ihnen mehr Helligkeit und Komfort zu verleihen, damit sie eher einem attraktiven Familienkonzept entsprechen. Insgesamt werden Renovierungen in acht Hotels ausgeführt. Darunter sind die im HSM Golden Playa Hotel hervorzuheben. In diesem Fall erhält das Hotel eine neue Außenfassade. Zu den weiteren Verbesserungen gehören eigene Terrassen mit Liegestühlen für einige Zimmer, ein neuer Fitnessraum und die Erweiterung des Fahrradgaragenbereichs.

Die Hotelkette besitzt zurzeit 16

Hotels, die in vier Marken aufgeteilt sind: Fünf gehören zur Excellence-Marke, weitere fünf zur neuen Breeze-Marke, zwei zur Comfort-Marke und vier werden unter der Family-Marke betrieben.

Die 2017 eingeführte neue Breeze-Marke stellt die wahre Essenz Mallorcas dar. Die Hotels wurden komplett renoviert und mit mediterranem Charakter versehen, bei dem Elemente der Erde wie Seil, Glas, Holz und Sisal mit der Frische der Meeresbrise fusioniert wurden. Erdige Farben und Blautöne spielen dabei eine sehr wichtige Rolle. Farben und Aromatherapie sind in einem Konzept vereint, um Eindrücke der mallorquinischen Küste zu erwecken.

**INFORMATIONEN**

*T. +34 971 274 822*
*F. +34 971 249 607*
*reservas@saintmichel.net*
*www.saintmichel.net*

WE LOVE MALLORCA

16 HOTELS IN MALLORCA

FAMILIES | COUPLES | WELLNESS | SPORT...

HSM saintmichel.net HOTELES SAINT MICHEL Tel : +34 971 274 822

BAL

# Die Balearen stärken die Nachhaltigkeit ihres Tourismusmodells und stellen dafür ihr außergewöhnliches Kulturerbe in den Vordergrund

Große Bauwerke und Elemente des historischen Erbes wie Burgen, Festungsanlagen und archäologische Fundstätten bilden zusammen mit ebenso reizvollen traditionellen Bauten und Bräuchen die Grundlage für die Strategie der Balearen, in 2018 einen verantwortungsvollen Tourismus auf die Inseln zu bringen, der darauf brennt, sich dem authentischen Tourismusangebot anzunähern.

Stadtmauer Ciutadella auf Menorca. Autor: Antonio Garrido.

Mit dem Ziel eines von Jahr zu Jahr nachhaltigeren Tourismusmodells im Auge wollen die Balearen jetzt die Aufmerksamkeit auf ihr Kulturerbe lenken und nutzen dafür die Tatsache, dass 2018 das Jahr das Europäische Jahr des Kulturerbes ist.

So orientiert die Tourismusagentur der Balearen (ATB) ihre auf den deutschen Markt ausgerichteten Aktionen im Rahmen der diesjährigen ITB an diesem Ziel. Die Region entwickelt das ganze Jahr über konkrete Aktionen, um das reiche Kulturerbe der Balearen zurückzugewinnen und zum Dreh- und Angelpunkt des Tourismus zu machen.

Diese Strategie ist Teil des Projektes 'Better in Winter', das bereits erste Früchte trägt. Zu Jahresbeginn kündigte die Regierung der Balearen an, dass die Zahl der Besucher der Inseln im vergangenen November –traditionell der Tiefpunkt des Tourismus auf den Balearen- die Zahl der internationalen Besucher um 16% gesteigert werden konnte. Ein weiterer Beweis dafür, dass man einen hochwertigeren Tourismus auf die Inseln bringe, sei der Anstieg der Einnahmen durch den Tourismus um 24%.

Die Daten bestätigen den Erfolg dieses großen Projektes, das sich auf hochwertige Produkte und die Steigerung der Besucherzahlen im Winter, Frühjahr und Herbst konzentriert, um die Sommersaison zu entlasten. Das bedeutet gleichzeitig neue Impulse für den Umweltschutz, das Wohlbefinden von Gästen und Einheimischen und für die Stabilität des Arbeitsmarktes. Im Schnitt sind die Besucherzahlen in der Mittel- und Nebensaison um 12% gestiegen, ein starker Anreiz, um weiter an dieser Strategie zu arbeiten und alle touristischen Ressourcen und Reize der Inseln bekannt zu machen.

Sowohl die Regierung der Balearen als auch die Inselräte und die Gemeinden der Balearen setzen insbesondere auf das große Potential des Kulturerbes der Inseln als essenzieller Komponente, um weiterhin Qualitätstourismus anzuziehen, der die Destination schätzt und schützt. Dieses Bewusstsein steht in enger Verbindung mit der Sensibilität für den Schutz und die Zurückgewinnung der fragilsten und am meisten beschädigten Elemente des kulturellen und historischen Erbes, damit man sie bekannt machen und sowohl für die Einheimischen als auch für die Besucher zugänglich machen kann. Daher arbeiten die Behörden an zahlreichen Projekten, um diese Elemente wieder aufzubauen oder sie als Tourismusprodukte aufzuwerten.

Puig de sa Morisca auf Mallorca. Foto: Rathaus Calvià.

> *Die Tourismusagentur der Balearen (ATB) wird das ganze Jahr über Aktionen zum Erhalt des Kulturerbes der Baleareninseln durchführen, das zum Kernpunkt des Tourismusangebotes werden soll*

Was allen diesen Projekten gemeinsam ist: die Finanzierung mit Mitteln, die durch die Steuer für Nachhaltigen Tourismus eingenommen wurden. Diese wird auf Übernachtungen von Seiten der Touristen auf den Balearen erhoben. Sie hat sich als sehr wertvolles Instrument erwiesen, um einen Teil der Einnahmen durch den Tourismus wieder zu investieren und die bereits jetzt außergewöhnlichen Reize der Natur und Kultur auf den Inseln zu multiplizieren. Dabei setzt man auf Umweltschutz, die wirtschaftliche Diversifizierung durch Innovation und Forschung, die Verbesserung der Ausbildung und des Arbeitsmarktes –vor allem in der Nebensaison, um stabilere Arbeitsplätze zu schaffen- und die Förderung eines nachhaltigen Tourismus, zu dem die Besucher und alle anderen Akteure der Tourismusbranche beitragen sollen.

Seit der Einführung dieser neuen Steuer im Juli 2016 wurden bereits fast 100 Millionen Euro eingenommen. Davon sollen allein fast 10 Millionen Euro speziell in den Wiederaufbau des Kulturerbes investiert werden, das in diesem Jahr 2018 im Mittelpunkt der Bemühungen steht,

*Die Steuer für Nachhaltigen Tourismus erweist sich als wertvolles Instrument, um einen Teil der Gewinne, die der Tourismus bringt, wieder zu investieren und dadurch die schon jetzt außergewöhnlichen Reize der Natur und Kultur der Inseln zu steigern*

was seinen Erhalt und Aufwertung angeht – ebenso wie der Wunsch, die wunderbaren Ressourcen jeder einzelnen Insel bekannt zu machen.

## Projekte für Wiederaufbau und Aufwertung

Ein großer Anteil der Gelder wird also in die Finanzierung von Projekten fließen, bei denen es um den Wiederaufbau des historischen Erbes und die Aufwertung von kulturellen Elementen geht. Dadurch kann man die reichen Reize der Inseln erhalten und sich weiter dem Ziel nähern, ganzjährig einen hochwertigeren Tourismus auf die Inseln zu holen, insbesondere in der Zwischen- und Nebensaison.

Jede einzelne der Inseln hat im Rahmen dieser Strategie zahlreiche Projekte. Eines der herausragendsten Projekte auf Mallorca ist die Renovierung der 'Torres del Temple' in der Hauptstadt Palma und deren Nutzung als Museum. Es handelt sich dabei um die ehemaligen Festungstore der Stadt, die im 11. Jahrhundert errichtet wurden, also in der Zeit der Mauren. Das Projekt, für das 800.000 Euro investiert werden sollen, sieht unter anderem die Einrichtung eines Besucherzentrums vor. Auch in Alcúdia im Norden der Insel geht es um den Wiederaufbau alter Festungsgemäuer, konkret um die Befestigung eines Teils der Stadtmauer im historischen Kern der Stadt, die zur kunsthistorischen Anlage erklärt worden ist.

Mehr als eine Million Euro wurden in den Kauf der Finca es Verger rund um die Burg von Alaró investiert. Durch die Übernahme dieses Geländes will man ethnologische Elemente sowie

HIPOTELS
Hotels & Resorts

Mallorca · Cádiz · Lanzarote
hipotels.com

Die Erhaltung des Neptungrases, das den Meeresgrund von Formentera bedeckt und als Weltkulturerbe erklärt wurde, wird auch von der Steuer für nachhaltigen Fremdenverkehr gefördert. Foto: ATB.

die historischen und traditionellen Systeme zum Auffang des Wassers, seines Transports und der Wasserversorgung schützen. Gleichzeitig wollen die Behörden die korrekte touristische Nutzung der Finca überwachen, die durch ihre Lage im Herzen des Tramuntana-Gebirges und die Tatsache, Standort einer der wichtigsten mittelalterlichen Burgen Mallorcas zu sein, ein ganz besonderer Ort ist.

Ein weiteres interessantes Projekt auf Mallorca, für das fast 900.000 Euro vorgesehen sind, ist die Schaffung eines Museums im Archäologiepark Puig de sa Morisca in Calviá, einer der wichtigsten touristischen Gemeinden der Insel. Das Museum soll das Angebot des Parkes vervollständigen und diversifizieren. In die gleiche Thematik gehört der Bau des Zentrums zur Erforschung der Archäologischen Erbes neben der Talayot-Siedlung Son Fornés in Montüiri in der Inselmitte. Dabei geht es konkret um den Bau eines Zentrums, in dem das archäologische Erbe erforscht und dokumentiert werden soll und das sich neben einer der größten und am besten erhaltenen Siedlungen aus der Talayot-Zeit befindet, um den Besuch des Archäologischen Museums Son Fornés noch lehrreicher zu gestalten.

## Elemente der traditionellen Kultur

Zum Plan des Wiederaufbaus der traditionellsten und geschichtsträchtigsten Elemente der traditionellen Kultur der Balearen gehört auch das Projekt ‘Werde Pate einer Mühle’, eine Initiative des Inselrates von Mallorca mit dem Ziel, Mittel für die Restaurierung der traditionellen Windmühlen im Pla de Sant Jordi bei Palma zu beschaffen, die zur Förderung von Wasser genutzt wurden und zu charakteristischen Elementen dieser Gegend geworden sind.

In diesem Sinne will man auch das Hydrauliksystem der Finca Galatzó auf Mallorca wieder aufbauen, indem die Kanäle und die Mühlen renoviert werden, die das System der Wasserversorgung dieser öffentlichen Finca im Tramuntana-Gebirge bilden.

Ein weiteres Projekt im Zusammenhang mit der Volkskultur ist der Kauf der Ländereien und des Bauernhauses Sa Senieta auf der Insel Formentera. Dabei geht es um ein traditionelles Vorzeigehaus im Stil der Insel, das gekauft und renoviert werden soll, um später der Öffentlichkeit zugänglich gemacht zu werden, wobei ihr Schutz stets an erster Stelle steht. Eine Million Euro stehen dafür zur Verfügung.

Eines der schönsten Projekte auf Menorca ist der Aktionsplan zum Wiederauf bau und zur Betreibung des ‘Camí de Cavalls’. Ziel ist es, die historische Route wieder einzurichten, die genutzt wurde, um die Küsten Menorcas zu überwachen, seit König Jaume II die Siedler verpflichtet hatte, bewaffnet und beritten zu sein, um die Insel auf diesem Reitweg zu verteidigen. Heute ist die Route ein öffentlicher Weg.

Die Aufwertung des Erbes der Insel Menorca umfasst auch den Wiederaufbau der Stadtmauern von Ciutadella. Man will der Bastion des Gouverneurs und der Königlichen Festung wieder zu ihrem alten Glanz verhelfen und damit das Image dieser menorquinischen Stadt verbessern, die dank ihres reichen historischen Erbes äußerst reizvoll ist.

Auf der gleichen Baleareninsel soll auch die Westmauer der Burg Santa Àgueda in Ferreries verstärkt werden, um einen Teil dieser menorquinischen Festung mittelalterlichen islamischen Ursprungs wieder aufzubauen. Hier wurden die Kapitulationen unterzeichnet, aufgrund derer Menorca in die Herrschaft der Krone von Aragón überging. Auch die Verteidigungstürme Sanitja und la Rambla in Es Mercadal bzw. Mahón werden renoviert, damit diese mittelalterlichen Verteigungsanlagen wieder in voller Pracht erstrahlen.

Eines der wichtigsten Projekte auf Menorca ist die Renovierung des Klosters San Diego, die schon fast abgeschlossen ist. Für mehr als 800.000 Euro wurden die an den Kreuzgang des Klosters, der als ‘Pati de sa Lluna’ bekannt ist, anschließenden Gelände gekauft. Somit kann man das Projekt der Renovierung zu Ende bringen, das in früheren Phasen mit staatlichen Subventionen funktionierte.

Diese Aufwertung der kulturellen Ressourcen ergänzt, wie bereits in früheren Jahren, die großen Bemühungen um den Schutz der natürlichen Ressourcen sowie um die Nachhaltigkeit des Tourismusmodells. Ein Modell, bei dem den Personen besondere Bedeutung zukommt, also den Arbeitern und ihrer Ausbildung. Eines der ehrgeizigsten Projekte in diesem Sinne, das mit Fonds der Steuer für Nachhaltigen Tourismus finanziert wird, ist die neue Hotelleriesschule von Ibiza, in die eine Million Euro investiert wird. Sie stellt einen wichtigen Schritt für die Wettbewerbsfähigkeit der Facharbeiter von Ibiza und der Balearen allgemein dar. ■

> *“ Die unterschiedlichen Behörden setzen sich für zahlreiche Projekte ein, deren Ziel der Wiederaufbau oder die Erhaltung verschiedener Elemente des Kulturerbes bzw. deren Aufwertung und Nutzung als Tourismusprodukte ist*

PR

# Playa de Palma neu: ein Reiseziel für alle und zu jeder Jahreszeit

Playa de Palma gehört zu den Lieblingsreisezielen deutscher Touristen auf Mallorca. Dank des milden und angenehmen Klimas auf der Insel wird es Playa de Palma gelingen, noch attraktiver und offener zu werden, um das ganze Jahr über Besucher empfangen zu können. 2018 wird die Marke Palma Beach ein Jahr alt. Anhand dieser Initiative soll das Fremdenverkehrsmodell dieses Gebiets schrittweise in ein nachhaltiges Angebot umgewandelt werden, bei dem die Qualität Vorrang hat. Daran sind über 40 Unternehmen wie Hotels, Restaurants, Cafés sowie Freizeitgestaltungs- und Dienstleistungsunternehmen gemeinsam tätig. Im Rahmen dieses Qualitätsziels ist Playa de Palma auch an einem gemeinsamen Ziel mit dem Rathaus der Hauptstadt beteiligt, um die Zugänglichkeit zu verbessern. Diese Bemühungen haben schon ihre Früchte gezeigt: 2017 war Palma die spanische Stadt mit den meisten zugänglichen Stränden. Damit positioniert sich die Stadt als inklusives Reiseziel, das anhand zugänglicher Fremdenverkehrsrouten, verschiedener Aktivitäten für Personen mit eingeschränkter Mobilität und sensorischer Behinderung, Beratung für Hotels und Schulungen für Mitarbeiter aus der Branche für alle Besuchergruppen zugänglich ist.

Alle diese Bemühungen dienen zur Unterstützung von Palma Beach bei ihrem langfristigen Ziel, mit den weltweit bedeutendsten „Urban Beach“ Reisezielen wie Miami Beach, Venice Beach, Tel Aviv und Beach, Barcelona Beach wetteifern zu können. Unter dieser Voraussetzung und neben der Qualitätskontrolle der touristischen Einrichtungen und Serviceleistungen in dieser Gegend, wie auch der Werbung für das breite Angebot an Kultur, Freizeitgestaltung, Gastronomie, Sport und Natur, bemüht sich die Marke darum, Playa de Palma mit Sport- und Freizeitaktivitäten zu dynamisieren, die das ganze Jahr über Besucher anlocken sollen. Dabei handelt es sich u. a. um Running Course, ein 10 km langer Volkslauf, der im Oktober sehr erfolgreich veranstaltet wurde. Weitere Events sind Strandvolleyballturniere und Surfveranstaltungen im Rahmen der Mallorca Surf Action. Auf einer professionelleren Ebene finden Workshops statt und es wird an Messen der Tourismusbranche teilgenommen, um diese Gegend als touristischen Bezugspunkt Mallorcas bekannt zu machen und zu dynamisieren.

© Almudena Martínez.

© Tomeu Romualdo.

Anhand dieser Vielfalt attraktiver Anregungen kann die Hauptstadt der Balearen über die Fundación Turismo Palma 365 – Stiftung auf ihrem Weg zur Saisonunabhängigkeit des gesamten Reiseziels durch Anregung der Besuche in der Mittel- und Tiefsaison fortschreiten. Zu diesem Zweck richtet Palma die Aufmerksamkeit auf ein interessantes touristisches Angebot, das von Kulturgut und Gastronomie bis zu einmaligen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, Sportaktivitäten und interessanten Shoppingtagen umfasst. Diese Werte machen die Stadt zusammen mit dem Anziehungspunkt Playa de Palma zu einem erstrangigen städtischen Urlaubsziel, an dem man in jeder Jahreszeit ausgezeichnet vom Alltag abschalten kann.

**FUNDACIÓ TURISME PALMA 365**
*C/Socors, 22 a*
*Tel:+34 971225986*
*www.palma.cat*

**Mallorca**
ALUASOUL ALCUDIA BAY
ALUASOUL MALLORCA RESORT
ALUASOUL PALMA
ALUASUN TORRENOVA
ALUA CALVIA DREAMS
ALUA HAWAII MALLORCA & SUITES
ALUA PALMANOVA BAY
HOTEL BARRACUDA

**Ibiza**
ALUASOUL IBIZA
ALUA HAWAII IBIZA
ALUA MIAMI IBIZA
ALUASUN MIAMI IBIZA APARTAMENTOS

**Tenerife**
HOTEL PARQUE SAN ANTONIO

**Fuerteventura**
HOTEL AMBAR BEACH

Meeting **Happiness**
**aluahotels.com**
ALUA
HOTELS & RESORTS

PR

# **Prinsotel:** Qualität, Komfort, Design und Service

5 exklusive Hotelkomplexe mit selektiver Gastronomie, Sportaktivitäten und Animation.

## Prinsotel La Dorada (**** S)

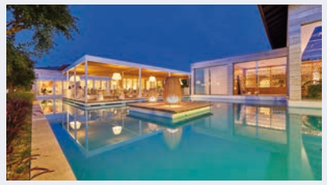
Playa de Muro. Verschiedene Apartmenttypen: Standard, Select, Deluxe (Privatsphäre) und Royal Terrace (Exklusivität), die beiden letzteren mit privater Terrasse, Mini Pool, Sonnenliegen, Balibeds, Sofas, Veranda und einem schönen Ausblick.
Restaurants: Algar (Buffet), S'Albufera (Grill) und Picco (Sushi & Cocktails, Pizza & Pasta).
**Neuheiten 2018**: exklusiver CLUB und Fahrradgarage – und Werkstatt.

## Prinsotel La Pineda (****)

Cala Ratjada. Standard Zimmer und Standard Apartments, Select – und Deluxe Zimmer (mit privater Terrasse, Mini Pool, Sonnenliegen, Balibeds und Sofas), Junior Suiten und einen „Only Adults" – Bereich.
Restaurants: Algar (Buffet), El Patio und DeTapas.
**Neuheiten 2018**: Renovierung der Doppelzimmer.

## Prinsotel Mal Pas (****)

Mal Pas. Komfort und Ruhe werden hier garantiert, sowohl in den Standard Doppelzimmern und Select Zimmern, als auch in den Juniorsuiten (große Privatterrasse, großartiger Meerblick, Balibed, Sonnenliegen und Sofa).
**Neuheiten 2018**: besonders ausgestatteter Bereich für Radfahrer. Grundrenovierung des Speisesaals.



## Prinsotel Alba (****)

Cala D'Or. Gemütliche und komfortable Apartments, modern eingerichtete Suiten die zum Entspannen einladen und Deluxe Apartments (private Terrasse, Mini Pool, Sonnenliegen, Balibed und Sofas). Relaxbereich und SPA.
Restaurants: Algar (Buffet), Picco (Sushi & Cocktails, Pizza & Pasta)
**Neuheiten 2018**: besonders ausgestatteter Bereich für Radfahrer.

## Prinsotel La Caleta (****)

Ciutadella – Menorca. Hotel – und Apartmentanlage mit gemütlichen Zimmern und Standard -, Select- und Deluxe Apartments (mit Privatgarten, Mini Pool, Balibed, Sonnenliegen, Sofas).
Restaurants: Algar (Buffet) und DeTapas, Grill und Picco. Exklusiver CLUB.
**Neuheiten 2018**: Renovierung der Badezimmer und der Rezeption. Restaurant Picco (Sushi & Cocktails, Pizza & Pasta).

Prinsotel …
**Du wählst, du geniesst!**

### INFORMATIONEN

*www.prinsotel.es*
*comercial@prinsotel.es*
*Tel. 971.706076 – Fax. 971.472438*
*Central:*
*C/del Ter, 27, bajos. Pol. Son Fuster*
*07009 Palma*

Mallorca Ibiza
Menorca Formentera
Illes Balears

IMMER OFFEN

Ein großzügiges Land, eine jahrhundertealte Tradition in der Küche und ein Lebensstil, der jeden Moment genießt und den wir mit Ihnen teilen möchten. Kommen Sie, der Tisch ist gedeckt

BAL

Mallorca, Menorca, Ibiza und Formentera

# So vieles zu entdecken, so viele Veranstaltungen zu besuchen – der Urlaub auf diesen reizvollen Inseln wird zu einem unvergesslichen Erlebnis

Ángeles Vargas
*@angelesvargaspe*
*angeles.vargas@hosteltur.com*

Literarische Routen, Konzerte, Kulturerbe, Volksfeste und eine gepflegte Natur. Das sind nur einige der Attraktionen von Mallorca, Menorca, Ibiza und Formentera, den wunderbarsten Inseln des Mittelmeers, die das ganze Jahr über die Besucher mit ihrer Gastfreundschaft und ihrem angenehmen Klima überzeugen.

Deutschland ist der wichtigste Quellenmarkt für den internationalen Tourismus auf den Balearen – im Jahr 2017 kamen fast 30% der gesamten Besucher und 35% des internationalen Tourismus aus Deutschland. Im letzten Jahr besuchten 4,8 Millionen deutsche Touristen die Balearen, das waren 5% mehr als im Vorjahr. Dies zeigt, dass die Inseln bei den Deutschen immer noch ein außergewöhnlich beliebtes Reiseziel sind.

Die Behörden arbeiten bereits seit einigen Jahren intensiv an Produkten, die es ermöglichen, diesen Besucherstrom so gut wie möglich auf alle vier Jahreszeiten zu verteilen. Im Zentrum dieser Bemühungen steht die **Regierung der Balearen**, aber auch die Inselräte und die lokalen Behörden sind aktiv daran beteiligt.

> *Auf der ITB wurde vor genau einem Jahr offiziell die Marke Palma Beach präsentiert, die darauf ausgerichtet ist, die Qualität an der Playa de Palma zu fördern und voranzutreiben*

In diesem Sinne bringt der **Inselrat von Mallorca** wieder vor allem die kulturellen Produkte auf die ITB mit, darunter einige, an denen man schon seit Jahren arbeitet, zum Beispiel die Kulturrouten **WoW Mallorca** (Walking on Words), eine Anzahl literarischer Routen, die verschiedene Punkte der Inseln berühren und es den Besuchern ermöglichen, die Inseln durch ihre Schriftsteller und deren Werke kennen zu lernen. Auch die **Ramon Llull-Route** präsentiert der Inselrat auf der Messe in Berlin, wie schon im letzten Jahr. Sie ist nach einem der internationalsten Mallorquiner benannt und verläuft unter anderem über das Kloster **Santuario de Cura** auf dem Puig de Randa (Algaida), wo der Eremit lebte; durch Palma, wo er geboren

wurde und wo seine letzten Überreste in der **Kirche Sant Francesc** ruhen; und durch das Kloster **Monasterio de la Real**, wo er einige seiner Werke verfasste. Der Inselrat wird aber auch für die mallorquinische Gastronomie werben, ebenso wie für das Gebirge **Serra de Tramuntana**, das zum Weltmenschheitserbe ernannt wurde und das den Touristen, die das wahre Mallorca suchen, unzählige Möglichkeiten bietet.

Das besondere Klima der Balearen macht es möglich, selbst die einfachsten Dinge wie einen Spaziergang zu jeder Jahreszeit zu genießen. Foto: Palma 365/Esther Aragón Álvarez.

Im Bereich Kultur wurde vor kurzem **Spiritual Mallorca** ins Leben gerufen, ein Netz für Kulturerbe und Freizeitgestaltung, das aus dem Wunsch heraus entstand, „das andere Gesicht Mallorcas bekannter zu machen, die kulturellen Seiten der Insel, das historische Erbe, die einzigarten Orte, die historischen Persönlichkeiten“, erklärt der Gründer der Initiative, Pere Muñoz. Zu den Aspekten, die dieses Netzwerk einzigartig machen, gehört die SM Card, mit der man Zutritt zu mehr als zehn einzigartigen Orten hat, von der Kathedrale von Palma bis zum Kartäuserkloster von Valledemossa, vom Kloster Lluc bis zum Kloster San Francisco und vielen anderen. Neu in diesem Jahr gibt es täglich die Palma City Tour sowie tägliche Konzerte, was etwas ganz neues ist und vor allem von den deutschen Touristen sehr geschätzt wird, die sich für die Kultur und die Geschichte interessieren. Dabei handelt es sich um ein Angebot für die ganze Familie, alle Inhalte sind in deutscher Sprache erhältlich.

Einer der größten Reize für den deutschen Tourismus ist zu jeder Jahreszeit die **Playa de Palma**. Auf der letztjährigen ITB wurde offiziell die Marke **Palma Beach** vorgestellt, ein Projekt, das sich auf die allmähliche Umwandlung dieser beliebten Gegend konzentriert. Ziel ist ein nachhaltigeres Modell, dessen wichtigstes Merkmal die Qualität ist. 40 Unternehmen und die **Stadtverwaltung von Palma** arbeiten Hand in Hand an dieser Initiative, darunter Hotels, Restaurants, Cafés und Unternehmen der Unterhaltungsbranche etc. Sie wollen den Besuchern das große Angebot näher bringen und organisieren darüber hinaus ganzjährig Aktionen wie Running- oder Surf-Events und Beachvolley-Turniere.

Der **Inselrat von Ibiza** weist ganz besonders auf den Veranstaltungskalender hin, einer der größten Reize in diesem Jahr 2018 mit zahlreichen Sportevents, wie die Ibiza Mountain Bike BTT oder die Regatta Ruta de la Sal; traditionellen Messen in Verbindung mit lokalen Produkten und Kunsthandwerk; oder Theater- und Musikveranstaltungen aller Stilrichtungen; nicht zu vergessen der beliebte Ibiza Gay Pride, ein Event, bei dem man gleichzeitig feiert und seine Forderungen zum Ausdruck bringt.

> *Ibiza weist ganz besonders auf ihren Veranstaltungskalender hin, einer der größten Reize in diesem Jahr 2018, und lädt die Besucher ein, sich aktiv an sportlichen oder musikalischen Veranstaltungen oder den traditionellen Messen zu beteiligen*

Der **Inselrat von Menorca** seinerseits konzentriert sich in diesem Jahr auf das 25jährige Jubiläum der Erklärung der Insel zum Biosphärenreservat. Er stärkt damit seine Verpflichtung gegenüber der Natur und dem nachhaltigen Tourismus und wirbt bei Besuchern und Einheimischen für die 100%ige Nutzung von Elektrofahrzeugen, um das Ziel zu erreichen, die Schadstoffausstöße im Straßenverkehr auf Null zu bringen. ■

PR

25 Jahre als Biosphärenreservat im Jahr 2018

# Menorca sucht nach Mobilität mit NULL EMISSIONEN

enorca ist ihren Verpflichtungen treu geblieben, die die Insel mit ihrer Erklärung zum Biosphärenreservat 1993 auf sich nahm.

Menorca ist zwar eine kleine, nur knapp 700 Quadratkilometer große Insel mit 200 km Küste, aber sie besitzt ein großes kulturelles, historisches und Naturreichtum. Als die Insel im Jahr 1993 von der **UNESCO zum Biosphärenreservat** erklärt wurde, wurde damit nicht nur das Bestehen einer großen Vielfalt an Ökosystemen und zahlreichen endemischen Arten, sondern auch die Tatsache anerkannt, dass dieses Naturreichtum mit der menschlichen Tätigkeit in der Landwirtschaft, Industrie und dem Fremdenverkehr – der drei noch heute bestehenden Säulen der Inselwirtschaft – zusammenlebt.

2018 wird das 25. Jubiläum dieser Erklärung gefeiert. Dabei handelt es sich um ein ganz besonderes Jubiläum, da es sich im Laufe der Zeit herausgestellt hat, dass das Erreichen eines Gleichgewichts und eines nachhaltigen Zusammenlebens zwischen Tourismus und natürlichem Ökosystem nicht nur machbar sondern auch unabdinglich war.

## Emissionsfreie Mobilität für Einwohner und Touristen

Im Sinne dieser Verpflichtung gegenüber dem Reservat und seiner Philosophie hat die **Inselregierung** Menorcas vor Kurzem eine Absichtserklärung (mit der englischen Abkürzung MoU) mit **Nissan**, dem führenden Unternehmen für Technologie und 100 % elektrische Autos, unterzeichnet. Das Ziel dieser Erklärung ist die emissionsfreie Mobilität für Einwohner und Touristen. Die Erklärung verpflichtet beide Parteien dazu, eng in der Entwicklung von Aktivitäten und Programmen zur Umweltschulung und elektrischen Mobilität zusammenzuarbeiten, um die Sensibilisierung und das Umweltschutzbewusstsein der Menorquiner und Besucher der Insel zu stärken.

Die Absichtserklärung sieht neue finanzielle Anreize vor, um die Einführung elektrischer Fahrzeuge unter allen Kollektiven zu fördern. Dazu gehören auch Aktionen wie die Unterstützung bei der Entwicklung technischer Projekte zur Aufnahme weiterer erneuerbarer Energiequellen für den Stromverbrauch auf Menorca.

Die Entwicklung der Infrastruktur zum Laden der E-Fahrzeuge ist ein weiteres wichtiges vorgesehenes Thema. Nissan und die Inselregierung haben sich außerdem zu einer gemeinsamen Unterstützung bei der Entwicklung einer Formel für emissionsfreie Mobilität in Form von Carsharing verpflichtet. Deren Nutzung soll bei den Einwohnern, Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung auf der Insel gefördert werden.

Die Vizepräsidentin der Inselregierung, **Maite Salord**, hat die Bedeutung der Erklärung mit Nissan als „einen Schritt zum Übergang im Energiemodell Menorcas im Rahmen der großen Bemühungen der Insel hinsichtlich Nachhaltigkeit wie auch aller Initiativen zur Verbesserung der Beziehung zwischen der sozioökonomischen Aktivität und der Erhaltung der grundlegenden Ökosysteme" hervorgehoben.

## Wenn Natur und Mensch zusammenarbeiten

Ein Biosphärenreservat ist kein unberührter Bereich ohne menschliche Aktivität, sondern genau das Gegenteil: Es ist ein Ort, an dem die Rolle des Menschen bei der weisen und nachhaltigen Verwaltung und Umwandlung der Landschaft grundlegend war und bleiben muss. Menorca ist ein eindeutiges Beispiel dafür.

Die traditionelle Nutzung der natürlichen Ressourcen der Insel seitens der Menorquiner und die Umwandlung der

> *Die Inselregierung Menorcas und Nissan haben eine Absichtserklärung für den Fortschritt in Richtung emissionsfreie Mobilität für Einwohner und Touristen auf der Insel unterzeichnet*

Landschaft in ein Mosaik aus Wäldern und Weiden inmitten eines unglaublichen Netzwerks aus Trockensteinmauern hat die Erhaltung der hohen Biodiversität der Insel ermöglicht. **Albufera des Grau** war die erste Gegend auf der Insel, in der die Werte des Reservats umgesetzt wurden: Erhaltung + touristische Besichtigung mit Nachhaltigkeit als Ergebnis. Die Verwaltung der Ländereien – von denen viele unberührt sind und sich an streng geschützten Orten befinden–, die Verwaltung der Wälder und der ländlichen Gegend – in Händen der Landwirte – musste basierend auf gemeinsamen Zielen in Einklang gebracht werden. Das Gleiche gilt auch für die Fremdenverkehrsverwaltung.

Der Erfolg des **Camí de Cavalls**, ein ehemaliger Weg, der die Küste entlang um die Insel führt und wieder für seine Nutzung zu Fuß, mit dem Fahrrad oder zu Pferd hergerichtet und gekennzeichnet wurde, hat den Genuss versteckter und unberührter Landschaften möglich gemacht.

Wassersportaktivitäten, Wanderungen, „Birdwatching", Kajakfahrten und ein breites Freizeitangebot sowie Erlebnisse in Verbindung mit der Landschaft und dem historischen und kunstgeschichtlichen Kulturgut im „slow" Rhythmus – der dieser Region eigen ist –, ergänzen nach und nach das touristische Angebot, das den Werten des Biosphärenreservats und der Eigenart Menorcas als authentische und einzigartige Region gegenüber verpflichtet ist.

PR

# Ibiza lädt 2018 zu einem Programm voller bodenständiger und innovativer Events ein

Ibiza hat attraktive Events für das ganze Jahr eingeplant, an denen Einwohner und Besucher gemeinsam und aktiv teilnehmen können. Einige Anregungen reichen von traditionellen Feiern wie den Festen anlässlich des Schutzpatrons der einzelnen Dörfer bis zu höchst innovativen Veranstaltungen. Die Letztgenannten umfassen musikalische Projekte – sehr unterschiedlicher Stilrichtungen wie klassische, elektronische oder Jazzmusik –, Filmveranstaltungen oder in Verbindung mit anderen Bühnenkünsten sowie gastronomische Veranstaltungen. Dazu gehört natürlich auch ein reichhaltiges Sportprogramm für alle Bevölkerungsgruppen.

Die Märkte anlässlich der Treffen von Kunsthandwerkern und Berufen mit tausendjähriger Tradition sind z. B. besonders interessant. Das ist bei Puig de Missa in Santa Eulària der Fall: Bei diesem Markt treffen sich Kunsthandwerker der Insel mit Fachleuten aus anderen Regionen an einem Ort, der für sein Kunstgut und seine Landschaft berühmt ist. Dabei zeigen und verkaufen sie Kunsthandwerksartikel, Fair-Trade-Waren und lokale Erzeugnisse. Der Fira des Gerret Markt wird von der Fischerzunft Ibizas veranstaltet. Bei diesem Anlass kann man köstliche Rezepte mit Caramel, einer traditionellen Fischart der Insel (Schnauzenbrasse), kennenlernen und probieren.

Wenn wir schon gerade beim Thema der Sinne sind, sollten sich die Besucher Treffen wie die gastronomischen Tagungen #IbizaSabor18 vormerken, die im Frühling und im Herbst mit der Teilnahme von über 40 Restaurants stattfinden. Dabei werden traditionelle und innovative Gerichte vorgestellt, die mit lokalen Produkten zubereitet sind. Die Besucher haben hier auch die Möglichkeit, Kellereien, Ölmühlen und Biobauernhöfe zu besichtigen.

Die 47. Ausgabe der Adlib Modeschau mit beeindruckenden Vorführungen weißer und natürlicher Stoffe gehört zu den weiteren Möglichkeiten, das bodenständige Ibiza zu erkunden. Die Feier anlässlich der Erklärung von Dalt Vila und der Puig des Molins Totenstätte zum Weltkulturerbe bietet die Möglichkeit, ein paar Tage lang das mittelalterliche Ibiza kennenzulernen.

Das „Sueños de Libertad“ Festival mit neuem Image und akustischen Konzerten sowie Auftritten spanischer und internationaler Bands sorgt für Genuss mit allen Sinnen. Ein weiterer Anlass ist das Ibiza Jazz Festival, während das Ibiza Light Festival die Marina und den Hafen Ibizas mit Beleuchtung und Bühnenkunst verwandelt. Ibiza Gay Pride konsolidiert sich als festliches Event mit Forderungen der LGBT-Gemeinschaft.

Im sportlichen Bereich bereitet sich die Insel auf wichtige Turniere wie die „Ruta de la Sal“ Regatta, Ibiza Media Marathon, die europäische Triathlonmeisterschaft, das Ibiza Radrennen oder auf Ibiza Mountain Bike BTT vor. Dabei kann man sich auf ausgezeichnete Art in Form halten oder auf höchstem Niveau wetteifern, während man gleichzeitig die herrlichen Landschaften und das ausgezeichnete Klima der Insel genießt.

**INFORMATIONEN**

*www.ibiza.travel*
*Twitter: Ibiza_Travel*
*Facebbok: facebook.com/ibztravel*
*Instagram: @ibizatravel*

PR

# Tradition à la Carte

Die Gastronomie verrät von einem Reiseziel so viel wie seine Architektur, seine Landschaft und seine Bräuche. Anhand der Kochbücher entdecken Sie die Geschichte und Kultur der Region, und sogar, was es dort im Überfluss gab oder aber Mangelware war, ob diese Gegend großflächig oder eher klein war, oder im Meer gelegen wie Ibiza. Unsere Insel mundet nach Mittelmeer und nach den Rezepten, die uns von Phöniziern, Römern, Arabern und Katalanen aus den verschiedenen Gegenden des Mittelmeers überliefert wurden. Sie schmeckt nach Produkten der Felder und der Früchte des Meeres, denn beide sind reichlich vorhanden. Vor allem in unserer Gemeinde, auf deren fruchtbaren, eisenreichen Feldern rund 80 Prozent der landwirtschaftlichen Produktion der Insel wachsen. *Sofrit pagès, arròs de matances* und *frita de porc* sind einige der traditionellen ländlichen Gerichte der ibizenkischen Küche, die mit lokalen Produkten von hoher Qualität wie Lamm, Schwein, der würzigen Wurst sobrassada, roten Kartoffeln oder Mandeln hergestellt werden und alle mit einem eigenen Qualitätszeichen zertifiziert sind.

## Vom Meer direkt auf die Platte

Die Küste von Ibiza besticht durch wunderschöne Buchten mit sauberem und transparentem Wasser, aber auch durch den Geschmack und die Qualität der Fische und Meeresfrüchte, die im Meer rund um die Insel zuhause sind. Diese Fülle an Meerestieren ist nicht zufällig, sondern nur dank der wertvollen und wichtigen Posidonia (Seegraswiesen) möglich, die den Meeresboden bedeckt und zahlreichen Arten Schutz bietet. Außerdem produziert sie enorm viel Sauerstoff und reinigt so das Wasser. Rochen, Languste, Petersfisch, roter Drachenkopf, Tintenfisch, *gerret* (Spicara smaris), Zackenbarsch, Seeteufel, *raor* (Xyrichtys novacula), *círvia* (Bernstein-Stachelmakrele) *espardenyes* (Seegurken) und Garnelen gelangen vom Meer direkt auf die Platte in schmackhaften Spezialitäten wie dem *bullit de peix, guisat de peix, frita de polp, calamar a la bruta*, marinierter Fisch, oder auch *borrida de ratjada* (gekochter Rochen).

## Die süßte Tradition

Viele Restaurants in unserer Gemeinde haben auf ihren Speisekarten diese Spezialitäten mit traditionellen Rezepten, sowie inseltypische Süßspeisen, wie *flaó* und *greixonera*. Es gibt auch zahlreiche saisonbedingte Gerichte, die nur dann und wann serviert werden. Dazu gehören auf jeden Fall die *bullit d'ossos, salsa de Nadal* (Weihnachten), *arròs amb gerret i pinya de col* (Reis mit Spicara smaris und Blumenkohl), *cuinat* (Ostern), *panellets* (Allerheiligen). Der beste Abschluss für eine kulinarische Reise durch unsere Vergangenheit und Gegenwart, auf der der Reisende die Gastronomie von Ibiza entdeckt, die zu den größten Reizen unserer Insel zählt.

Die Gemeinde Santa Eulària des Riu hat vor kurzem eine Broschüre über traditionelle Gastronomie vorgestellt. In dieser findet man eine Auflistung von Restaurants, in denen man traditionelle Gerichte verkosten kann.

AJUNTAMENT DE SANTA EULÀRIA DES RIU
visitsantaeulalia.com

**INFORMATIONEN**

*www.visitsantaeulalia.com*


Tauche ein
in Luxus einer neuen Welt nur für Erwachsene.

Mit einem eleganten Sprung von der Suite in den Pool. Erst genießt du einen Drink mit deinem Partner oder Freunden – inspiriert vom Ausblick im Beach Club mit Ibiza-Flair – dann die Aromen aus aller Welt, die dich in unseren À-la-carte-Restaurants und Bars erwarten. In **Punta Cana** können sich deine Kunden auf fantastische Aktivitäten und bereichernde Erlebnisse in einer ruhigen und entspannten Atmosphäre nur für Erwachsene freuen. Das einzige Kind, das du hier hörst, ist dein inneres Kind.

**Buche jetzt und profitiere von unseren Einführungsangeboten, indem du dein bevorzugtes Reisebüro kontaktierst oder die Website PALLADIUMHOTELGROUP.COM besuchst.**

PALLADIUM HOTEL GROUP

• RIVIERA MAYA • PUNTA CANA • COSTA MUJERES, CANCÚN (ERÖFFNUNG IM NOVEMBER 2018)

TRS TURQUESA HOTEL

KAN

Nutzung der Vielseitigkeit der Inseln und ihrer Ressourcen

# Die Kanaren möchten ihren Besuchern ein globales Erlebnis bieten

Zur Bindung der schon kommenden Touristen und um neue Touristen anzulocken, setzen die Kanaren neben der ständigen Verbesserung ihres beliebten Produkts aus Sonne und Strand auf andere Ressourcen bei der Werbung für ihre Region wie Gastronomie, Natur und Astrotourismus.  Vor Kurzem hat die Starlight Stiftung neue Orte auf der Inselgruppe als geeignete Plätze für die Sternbeobachtung anerkannt.

2017 war mit über 16 Millionen Besuchern das beste Jahr in der Geschichte des Tourismus auf den Kanaren. Über 14,2 Millionen waren Ausländer und 3,1 Millionen davon kamen aus Deutschland, einem der Hauptsendermärkte der Inseln. Diese Ergebnisse stellen für die Kanaren eine doppelte Herausforderung dar – einerseits, die Treue ihrer Besucher zu erhalten und andererseits ihre Anziehungskraft zu verbessern, um neue Reisende anzulocken. Das soll aber im Rahmen eines innovativen und nachhaltigen Tourismus erfolgen, dessen Antrieb andere wirtschaftliche Branchen der Region fördern soll.

## Ein Reiseziel mit Sternen

Die Kanarischen Inseln kennzeichnen sich u. a. dadurch, den weltweit klarsten Sternenhimmel zu besitzen. La Palma und Teneriffa sind schon seit längerer Zeit als „Touristische Starlight-Reiseziele“ ausgezeichnet. Diese Auszeichnung wurde jetzt auch Gran Canaria verliehen, indem die Insel als eines der „Fenster“ der Welt für hochwertige und klare Betrachtung der Sterne anerkannt wird. Die Starlight Stiftung verlieh der Insel im Januar die Auszeichnung, mit der sie als Reiseziel anerkannt wird, das den Nachthimmel schützt. Damit ist ihre Eignung für die Sternbeobachtung unter optimalen Bedingungen nachgewiesen.

La Palma war 2012 der weltweit erste Ort, der zum Starlight-Reservat erklärt wurde. Damit konnte sich die Insel sehr gut im Astrotourismus positionieren. 2017 war schließlich das Jahr der endgültigen Konsolidierung dieses Produkts als differenzierender Wert der Insel, da sie von der Welttourismusorganisation (UNWTO) als weltweites Beispiel für die Entwicklung und Konsolidierung dieses touristischen Produkts ausgewählt wurde. Auf der Insel gibt es schon über 60 Unternehmen, die Dienstleistungen und Aktivitäten in Verbindung mit der Astronomie anbieten. Ihr Modell der Zusammenarbeit zwischen Privatsektor und öffentlichen Einrichtungen beim Astrotourismus wurde beim Wettbewerb für das „Beste Produkt für aktiven Tourismus“, der seit 23 Jahren von der Internationalen Tourismusmesse (Fitur) in Madrid und der AireLibre Zeitschrift veranstaltet wird, als eines der Siegermodelle anerkannt.

## Neue Anziehungspunkte

Das im Dezember eingeweihte „Poema del Mar“ Aquarium in Las Palmas de Gran Canaria ist eine der Hauptneuheiten, die deutsche Besucher auf den Kanaren erleben können. In seiner Bemühung um Umweltschutz und nachhaltigen Tourismus führt das Aquarium die Besucher in die Biodiversität der Arten und die Vielseitigkeit der Meereshabitate ein. Diese zur Loro Parque Gruppe gehörende Einrichtung erwartet rund eine halbe Million Besucher, die jedes Jahr die in ihren Becken nachgebildeten 35 Meeres- und Flussökosysteme aus aller Welt bewundern können.

Auch La Palma arbeitet an der Diversifizierung ihres Angebots. Im April ist die Einweihung des Besucherzentrums der Caños de Fuego – Cueva de Las Palomas Vulkanhöhlen geplant. Dort kann man die Besonderheiten eines Vulkankanals in einem basaltischen Lavastrom, der während des letzten historischen Ausbruchs auf der Insel im Jahr 1949 entstand, erfahren.

Im Mai wird der El Tendal Archäologiepark in San Andrés y Sauces eröffnet. Diese Einrichtung informiert über die Urbevölkerung der Insel in der Umgebung ihrer herausragenden Fundstätten.

## Einzigartige Gastronomie

Ihre Eigenschaft als Inseln, die Orografie und das subtropische Klima der Inselgruppe führen zu einer großen Anzahl an Kontrasten und vielfältigen Geschmäckern in der kanarischen Gastronomie. Das kulinarische Angebot und der Wein gelten als zwei wesentliche Bestandteile der touristischen Werbung für die Inseln. Auf Teneriffa gibt es sogar Weine, die in Unterwasserkellern ausgebaut werden, wie auch Weinberge auf mittleren und hohen Lagen, „die uns mit dem Teide, dem wichtigsten touristischen Bezugspunkt der Insel, verbinden“, teilt der Präsident der Inselregierung, Carlos Alonso, mit. Diese Weine sind das Erzeugnis aus vulkanischen Böden, auf denen eine große Vielfalt bodenständiger und in vielen Fällen sogar hundertjähriger Reben angebaut wird. Auf der Insel gibt es außerdem sechs Michelinsterne, die die hohe Qualität ihrer Küche bestätigen.

Es kann auch hervorgehoben werden, dass es auf Lanzarote eine eigene Rebsorte, „Malvasía volcánica“ gibt, die von der OIV – International Organisation of Vine and Wine – anerkannt ist.

Das kulinarische Angebot auf Gran Canaria wird immer beliebter. Laut Angaben der Inselregierung hob eine neuere

Die ganzjährigen warmen Temperaturen auf den Kanaren machen den Genuss der Strände in jeder Saison möglich.

*“ La Gomera hat ein touristisches Vogelbeobachtungsprogramm für Touristen mit Interesse an der Vogelbeobachtung erstellt*

*Der Orientierungslauf gehört zu den neuesten Sportarten innerhalb der Strategie der Fremdenverkehrsförderung auf den Kanaren*

Untersuchung die Gastronomie der Insel als eine der meistgeschätzten Reklamen hervor. Im Durchschnitt wurden acht von zehn Punkten bei Bewertungen wie Preis, Ambiente, Qualität des Essens und Personal überschritten.
Mit dem Einsatz auf gastronomischen Tourismus will die kanarische Regierung nicht nur das Angebot diversifizieren, sondern auch die wirtschaftliche Entwicklung der Region fördern, indem andere Aktivitäten wie der Erzeuger und Gastwirte miteinbezogen werden.

## Anspruchsvollste Gourmets

Im Rahmen der Strategie zur Segmentierung der Kunden anhand spezifischer Online-Kommunikationsplattformen für jedes Produkt hat die Behörde zur Tourismusförderung „Promotur Turismo de Canarias“ mit „The other map“ eine Webseite für Feinschmeckertouristen geschaffen. „Sie stellt eine andere Karte der Inseln für ein spezifisches Segment der Reisenden dar, die sich nicht als Touristen im traditionellen Sinne fühlen möchten und keine herkömmlichen Erlebnisse für ihren Urlaub suchen,” gibt der Landrat für Tourismus, Kultur und Sport, Isaac Castellano, an.
Dazu gehört eine Webseite auf Spanisch, Englisch und Deutsch mit audiovisueller und schriftlicher Auskunft über mehr als 140 Erlebnisse, die von bekannten Blog-

Liebhaber der Outdoorsportarten erwarten auf der Inselgruppe zahlreiche Möglichkeiten auf dem Meer wie auch im Inland.

Orografie und Vulkanerde verleihen der kanarischen Gastronomie besondere Eigenschaften und einzigartige Geschmäcker.

gern aus Spanien, Großbritannien und Deutschland erzählt werden.
Gastronomie, Kultur, Kreativität, Architektur, Einkäufe, einzigartige Hotels und Landschaft sind die Hauptthemen der vorgeschlagenen Erlebnisse. Sie enthalten von einer Besichtigung eines landwirtschaftlichen Betriebs, einer Modedesignwerkstatt bis hin zu zahlreichen ausgefallenen Orten, die Touristen normalerweise nicht aufsuchen.
Diese Initiative hat laut Castellano zum Zweck, die zahlreichen und attraktiven Möglichkeiten bekannt zu machen, die die Inseln „neben den bekanntesten und üblichen touristischen Orten und Aktivitäten bieten. Damit sollen Besucher mit einem hohen Zukunftspotenzial und großem Interesse für die Kanaren „- die modernen Feinschmecker -“, die bei einer qualitativen Untersuchung der Segmentierung der Sonnen- und Strandtouristen festgestellt wurden, angelockt werden.

## Aktiver Tourismus

Der aktive Tourismus ist mit einer nahezu endlosen Liste an Optionen in den vergangenen Jahren zu einem der großen

LUXUS LUXURY

GF HOTELES | VICTORIA ★★★★★ GL

Wir können nachempfinden, wie sehr Sie den Moment herbeisehnen, an dem es Ihnen vergönnt ist, endlich eine wohlverdiente authentische Entspannung zu genießen. Sich mit Ihrer Familie in ausgeglichener Umgebung zu entspannen, ist ein Erlebnis,das Sie zu schätzen wissen.
Im neuen **Hotel GF Victoria** ***** **GL** kennen wir die Vorlieben,die Sie im Familienkreis miteinander teilen.
Ein ausgedehntes Programm an sportlichen Aktivitäten steht ebenso zur Verfügung wie Wellness und andere Angebote, die der Entspannung dienen und jedem Alter angemessen sind.
Wir laden Sie ein, Körper und Seele in Einklang zu bringen, um so gemeinsam mit Ihren geliebten Menschen die perfekte Harmonie zu erreichen.

We know that you count the moments until you can enjoy some well-deserved rest. You value the experience of relaxing with your family in a balanced environment.

In our new **hotel GF Victoria** ***** **GL**, we know the importance of sharing things as a family. We have designed a catalogue of sporting activities, Wellness and relaxation proposals tailored for all ages. We invite you to synchronize your body and mind to achieve perfect harmony together with your loved ones.

MIT DIR, FÜR DICH

WITH YOU, FOR YOU

www.gfvictoria.com

Clasificación Energética Certificada

Costa Adeje Tenerife

Pacto Mundial Red Española

Die Kanaren bieten Liebhabern der Sternbeobachtung den weltweit klarsten Sternenhimmel.

> *Seit Dezember besitzt Las Palmas de Gran Canaria mit „Poema del Mar" eines der beeindruckendsten Aquarien Europas*

Angebote der Kanaren geworden. Es gibt Angebote für Wanderfreunde, Radfahrer, Golfspieler wie auch für Wind- und Wellensportfreunde und Abenteuersportliebhaber.

Der Orientierungslauf ist eine der neuesten Sportarten, die die Kanaren in ihre Strategie der Fremdenverkehrsförderung mit aufgenommen haben. Die Inseln bieten das ganze Jahr über ausgezeichnete Bedingungen wie auch die notwendige Infrastruktur und die erforderlichen Serviceleistungen für diese Sportart.

Auf La Gomera wird für die nächsten Monate ein neues Angebot im Rahmen des Tourismus zur Vogelbeobachtung eingeführt. Das Gebiet gehört zum Red Natura 2000 Netzwerk und besitzt fünf besondere Vogelschutzgebiete. Mit diesen Grundbedingungen hat die Insel ein Programm für Touristen mit Interesse an der Vogelbeobachtung zusammengestellt. Ihre bevorzugte Naturlandschaft und die Besonderheit der Wildvögel, die auf der Insel beobachtet werden können, wie auch ihr außerordentliches Biosphärenreservat und die Naturschutzgebiete der Insel machen sie zu einem interessanten Ort für die Vogelbeobachtung. Auf der Inselgruppe gibt es sechs exklusive einheimische Arten, von denen man vier auf La Gomera gut beobachten kann: Bolles Lorbeertaube und Lorbeertaube, Kanaren-Zilpzalp und Kanarenmeise.

## Geotourismus

Die Inselregierung Fuerteventuras wird 15.000 Euro für die Schaffung eines Geoparks (die Bezeichnung für Bereiche mit geologischer und ethnografischer Bedeutung) bestimmen, um das touristische Angebot zu diversifizieren und zur nachhaltigen Entwicklung des Gebiets beizutragen. Laut Angaben des Landrats der Inselregierung, Alejandro Jorge, ist der Geopark Fuerteventura ein „weiteres Zeichen der Möglichkeiten, welche die Insel als touristisches Reiseziel aus der Perspektive der nachhaltigen Entwicklung über Sonne und Strand hinaus anbieten kann."

Damit schließt sich Fuerteventura El Hierro, Lanzarote und der Chinijo Inselgruppe an, die diese Gestalt zum Schutz, zur Verbreitung und zur Förderung des Geotourismus auch besitzen.

## Verbindung als wesentlicher Faktor

Die Flugverbindungen stellen auch einen wichtigen Teil der Bemühungen der Fremdenverkehrsbehörden der Insel dar und können beachtliche Ergebnisse verzeichnen. In den letzten vier Jahren sind die Linienflüge um 20,5 % gestiegen und von 696 Routen im Jahr 2014 auf 876 im Jahr 2017 gewachsen, wie aus den Angaben des Landrats für Tourismus, Kultur und Sport hervorgeht. Zwischen 2016 und 2017 „wurden elf Routen geschaffen, womit die Präsenz der Kanaren auf den wichtigsten Aussendermärkten für den Tourismus erhöht und auch die Verbindung mit anderen Reisezielen anhand der Diversifizierung der Märkte verbessert wurde," fügt er hinzu. ■


# GranCanaria

## Strahlen der Unendlichkeit
## Starlight-Destination

Gran Canaria hat die Prüfung über die beeindruckendsten Nachthimmel mit Bravour bestanden! Die renommierte und von der UNESCO anerkannte Stiftung Fundación Starlight deklarierte die Insel als „Touristische Starlight-Destination", eine Auszeichnung für privilegierte Orte zur Sternbeobachtung und wo viele dieser Himmelskörper zudem zum Greifen nahe erscheinen. Gran Canaria wird damit in einen exklusiven Club aufgenommen, dem bereits Chile, Neuseeland und Hawaii angehören.

Für die Fundación Starlight stellt der Nachthimmel ein universelles Erbe von großem wissenschaftlichen Wert dar, eine Einschätzung, die sie mit den Ureinwohnern unserer Insel teilen, für die die Nutzung von astronomischen Markierungen zum Alltag gehörte. Beweise dafür fand man in den archäologischen Fundstätten von Risco Caído und weiteren Kultstätten der Bergregionen Gran Canarias, deren Aufnahme in die Liste der Welterbestätten kurz bevorstehen könnte.

Die zweite Phase des Starlight-Projekts sieht die Schaffung eines besonderen Aussichtspunktenetzes zur Sternbeobachtung auf Gran Canaria vor. Es ist geplant, die Aussichtspunkte mit Teleskopen und Sternkarten auszustatten, damit die zahlreichen Astronomiefreunde, die die Insel jedes Jahr besuchen, die Beobachtung des Firmaments voll genießen können. Gleichzeitig kommt es zu einer Zusammenarbeit öffentlicher Einrichtungen Gran Canarias auf unterschiedlichen Ebenen, um eine diesbezügliche Sensibilisierung der Bevölkerung zu erreichen und darauf aufmerksam zu machen, dass der freie Blick auf die Himmelskörper die Unterstützung aller erfordert. Es sollen astrotouristische Produkte und Astronomie-Routen ausgearbeitet werden und außerdem von Seiten der Unterkunftsanbieter von Ferienhäusern, Landhäusern und Höhlenwohnungen dieses Thema besonders angesprochen werden. Ein weiteres Anliegen ist die Förderung von Besuchen der bedeutendsten archäologischen Fundstätten der Insel.

Willkommen auf Gran Canaria, einem Fenster zum Himmel, das dazu einlädt, das unendliche Strahlen des Universums zu entdecken!

GranCanaria

mygrancanaria
gctourism
visitgrancanaria

www.grancanaria.com | www.bloggrancanaria.com

PR

# Einzigartigkeit erleben im Hotel Jardín Tropical

Auf Teneriffa sorgt die Kette **My Way Hotels & Resorts** dieses Jahr für frischen Wind in der Hotellerie. Denn das zugehörige 4-Sterne-Hotel Jardín Tropical ruft bei seinen Gästen zurzeit einen besonders großen Wow-Effekt hervor: Nach einer Rundum-Renovierung begeistert es durch ein einzigartiges Ambiente und einen modernen, relaxten Lifestyle.

Bereits seit dem Jahr 1987 genießen viele Urlauber ihre Auszeit auf Teneriffa im renommierten Hotel Jardín Tropical in Costa Adeje. Im sonnenverwöhnten Süden der Insel gelegen bietet das Hotel neben einer traumhaften Architektur und einem ausgezeichneten Service einen atemberaubenden Ausblick über den Atlantik bis zur Nachbarinsel La Gomera. Im Zuge der Rundumrenovierung wurden alle 419 Zimmer – vom Doppelzimmer bis zur Präsidentensuite – sowie die öffentlichen Bereiche aufwendig umgestaltet. Hell, naturverbunden und stilvoll sind nun die vorherrschenden Attribute. Unzählige Ecken laden dazu ein, sich zurückzulehnen, tief einzuatmen und abzuschalten. Die angenehme Meeresbrise strömt den tropischen Duft des charmant angelegten 12.000 qm großen Gartens über die gesamte Hotelanlage und bis in jedes einzelne Zimmer. Die neugestaltete Innenarchitektur, das Mobiliar und die Dekorationen grenzen sich durch den balinesisch-afrikanischen Stil vom gängigen Bild auf Teneriffa ab. Bewährtes wurde natürlich erhalten, so zum Beispiel der Pool, der in eine Klippe eingebaut und mit Meereswasser befüllt ist. Hier befindet sich auch die Beach Club Bar, in der Urlauber ihre Cocktails in einem der neuen balinesischen Betten genießen können. Zwei weitere Bars laden zu entspannten Abenden ein: bei Live-Musik auf der Chillout-Terrasse der Lava Bar oder in der Sunset Bar, deren Name hält, was er verspricht.

Zudem überrascht das Hotel mit einem neuen Food-Konzept: Fünf Restaurants – vom innovativen Food Market Buffet über den Italiener UGO & Vandino bis zum argentinischen Grill-Restaurant El Churrasco – halten mit einer breiten Auswahl exquisiter Speisen mit Fokus auf lokalen Zutaten Genuss für jeden anspruchsvollen Gaumen bereit.

Ein weitere spannende Besonderheit ist „El Club“: Für dieses Premium-Angebot wurden 90 Zimmer mit einer besonderen Ausstattung versehen, wie Smart TV‘s und High Speed Internet. Die „El Club“-Gäste können sich außerdem über ihnen vorbehaltene Außenbereiche und weitere Services, wie frische Blumen, die tägliche Zeitung, eine personalisierte Minibar und die bevorzugte Buchung aller Hoteldienstleistungen, freuen.

Auch für Golfer bietet das Hotel einen speziellen Service mit einem eigenen Bereich sowie einem Team zur individuellen Betreuung. Jedes Jahr wird ein eigenes Turnier organisiert, welches zu den beliebtesten der Insel zählt. Nach der sportlichen Betätigung können Körper und Seele mit dem exklusiven Spa- und Wellnessangebot verwöhnt werden. Durch die dafür vorgesehenen Bereiche in der Nähe des Pools lassen sich die Behandlungen nicht nur im Wellnesscenter, sondern auch an der frischen Luft genießen. Mit Anwendungen wie einer Massage mit Bambusrohren, einem Algenbad oder einer hochwertigen bioökologischen Kosmetikbehandlung, bereitet das Hotel Jardín Tropical seinen Gästen einzigartige Erlebnisse für Körper und Geist.

My Way Hotels & Resorts bietet mit dem 4-Sterne-Hotel Jardín Tropical und dem neuen 5-Sterne-Domizil Las Terrazas de Abama paradiesische Unterkünfte auf Teneriffa, die kaum einen Wunsch offen lassen. Überzeugen Sie sich selbst!

**INFORMATIONEN**

*www.myway-hotels.com*
*www.jardin-tropical.com*

JARDIN TROPICAL
COSTA ADEJE

Einzig artig

Das Hotel Jardin Tropical wurde neu erfunden, um **einzigartig** zu sein.

**Erneuert.** Außen und innen. Alle Einrichtungen, die Servicekultur, die Gästebetreuung und die Philosophie.

**Exklusiv.** In **Der Club** haben Sie Zugang zu den exklusivsten Services.

Lassen Sie sich fallen. **Es ist der richtige Moment. Und der richtige Ort.** Das ist Teneriffa, Spanien.

**Ein neuer Style. Ihr Lifestyle.**

My way
Unique Hotel & Resort Experiences

www.jardin-tropical.com

PR

# Loro Parque, ein Maßstab für Nachhaltigkeit und Naturschutz

*Mit dem Kauf Ihrer Eintrittskarte unterstützen Sie die Stiftung "Loro Parque Fundación"*

Das Unternehmen Loro Parque engagiert sich eindeutig mit dem nachhaltigen Tourismus, was mit verschiedenen Auszeichnungen und Preisen anerkannt wird. Anderseits unterstützen wir mit der Loro Parque Fundación (LPF) zahlreiche Projekte zur Erhaltung von Ökosystemen und Lebensräumen vom Aussterben bedrohter Spezies. Mit Ihrem Ticket helfen Sie der Loro Parque Fundación.

Loro Parque- Puerto de la Cruz Tenerife.

Die Loro Parque Fundación (LPF) ist eine gemeinnützige Nicht-Regierungsorganisation (NGO). Gegründet im Jahr 1994, deren Aufgabe darin besteht, die Wildarten und deren Lebensräume durch Erziehungsprogramme, Forschung und verantwortliche Zuchtprogramme, zu erhalten, sowie verschiedene Aktivitäten in Zusammenarbeit mit den lokalen Gemeinden weiterzuentwickeln. Das Ziel der Sensibilisierung und des Artenschutzes wird durch didaktische und Forschungsprojekten erreicht. Die Stiftung (LPF) wird vollständig vom Loro Parque finanziert und stellt somit 100% ihres Budgets für die Schaffung von Tierschutzprojekten bereit. Die LPF wurde mit Preisen wie der *World Travel Leaders Award 2015*, ausgezeichnet, womit die kontinuierlichen Bemühungen der LPF in den Bereichen der Erhaltung der Artenvielfalt und Schutz der natürlichen Lebensräume, anerkannt werden.

LoroParque, laut TripAdvisor weltweit als bester Zoo anerkannt, bietet den Besuchern ein einzigartiges Erlebnis, bei dem Vergnügen und Sensibilisierung Hand in Hand in eine echte Botschaft der Wildtiere zusammenkommen. Für das Wohlergehen und Haltung der Tiere erhielt Loro Parque das Zertifikat "American Certified" als Anerkennung seitens der renommierten Organisation American Humane (EEUU). Ein deutliches Beispiel ist, die neue Parkergänzung, das Lion's Kingdom, das Zuhause von drei spektakulären, vom Aussterben bedrohte afrikanische Löwen der Unterart Angola. Sowie die hundertprozentige Erfüllung der grundlegenden Anforderungen, der Global Welfare Standards der Association of British Travel Agents (ABTA), zu der die führenden Reiseveranstalter der Welt gehören, und die von der unabhängigen Auditfirma Global Spirit bestätgit wurde. Die Umwelterziehung spielt eine besondere Rolle in Animal Embassy, deswegen wurde von der Loro Parque Fundación ein spezieller Bildungsbereich, mit dem festen Kompromiss für den Naturschutz und die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus, entwickelt. Über 48 Millionen Menschen haben dieses Tierschutzgebiet in der Stadt Puerto de la Cruz auf der Insel Teneriffa besucht.

Der **Siam Park** ist als Freizeitpark eine weltweite Referenz für andere Unterhaltungsparks. Infolge der unermüdlichen Arbeit für die touristische Exzellenz, die Sorge um das kleinste Detail seiner Einrichtungen und der technologischen Innovation. Seit 2014 trägt der Siam Park, die durch das Institut für verantwortungsvollen Tourismus verliehene wichtige Auszeichnung, die Anerkennung als Biosphärenpark und das Zertifikat (ISA 14001) für den grossen Respekt für die Umwelt

Poema del Mar – Las Palmas de Gran Canaria.

seit 2013, sowie die europäische Zertifikation für Umweltmanagement (EMAS). Siam Park bietet nicht nur für alle "Adrenalin Junkies" die Tower of Power, eine 28 Meter hohe Rutsche, sondern auch die Ruhe des paradiesischem Siam Beach mit seinem weißen Sand. Die Besucher können gleichzeitig das wunderbare Klima im Süden der Insel Teneriffa und dem Spaß genießen. Seine Schönheit liegt in der exotischen Dekoration des asiatischen Kontinents und seinen spektakulären Attraktionen.

Siam Park – Adeje, Tenerife.

**Poema del Mar**, öffnete im Dezember 2017 seine Türen in Las Palmas de Gran Canaria. Eine moderne Anlage, die sich dem Blauen Planeten und der Biodiversität des Meeres widmet, Poema del Mar ist ein innovatives und ehrgeiziges Projekt, mit festem Engagement für Erhaltung der Artenvielfalt und der Exzellenz des nachhaltigen Tourismus.

Es verfügt über ein modernes Filtersystem, Recycling- und Entsalzungsanlage sowie eine Fotovoltaikanlage auf dem Dach, die die Verwendung der erneuerbaren Energien optimiert. Poema del Mar dient als grundlegendes Instrument für den Schutz der Meeresfauna der Kanarischen Inseln und Makaronesien, insbesondere der Spezies, die vom Aussterben bedroht sind, wie Haie, Rochen und Schildkröten. Poema del Mar ist in drei grosse Bereiche aufgeteilt, wobei die Tour im Dschungel anfängt, am Strand weitergeht, um dann die „Tiefsee" zu erreichen. Während des Rundgangs kann eine Vielfalt von Süss- und Salzwasserspezies beobachtet werden.

**INFORMATIONEN**

*loroparque-fundacion.org*
*loroparque.com*
*siampark.net*
*poema-del-mar.com*

PR

Happy Streets bringt Kunst und Konzerte an sinnbildliche Küstenorte

# Costa Adeje – Natur und Komfort

*Ein komplettes Freizeit- und Naturangebot zum Interagieren*

Natur und Hotelqualität sind die Hauptgründe der deutschen Touristen bei ihrer Entscheidung für Costa Adeje. Die direkte Teilnahme des Akteurs an einer Vielzahl an Aktivitäten und optimalen Erlebnissen hat ein gesundes und abwechslungsreiches Reiseziel mit viel Natur geschaffen, das für die Qualität von Costa Adeje steht.

In einem Brief vom Abend des 23. Juni 1799 gestand Alexander von Humboldt, der Vorläufer des modernen Umweltschutzes, auf der Korvette Pizarro seinem Bruder Wilhelm, dass er die Insel Teneriffa mit Tränen in den Augen verließ. Auf seiner Reise durch Amerika beschrieb er nicht nur das Veilchen des Teide Bergs und erweiterte den Vulkanismus sowie die Geografie der damaligen Zeit um die Pflanzenwelt, sondern hatte auch Zeit, seine Gefühle zum Ausdruck zu bringen.

Auch heute, d. h. Jahrhunderte danach, sind unsere Gefühle sehr präsent, wenn wir reisen. Costa Adeje gelingt es schon seit fünf Jahrzehnten, Gefühle der Begeisterung unter den Besuchern zu erwecken. Costa Adeje besitzt die modernsten und innovativsten Hotelanlagen Spaniens. Die beiden jüngsten Hotelprojekte, die in Costa Adeje eingeweiht wurden, vereinen Luxus und Effizienz. Wir sprechen hier vom GF Victoria Suites FEDOLA Hotel, das mit seinem innovativen Einsatz für Energieeffizienz und Nachhaltigkeit 90 % seines Energieverbrauchs anhand erneuerbarer Energiequellen erzeugen kann, wie auch vom Royal Hideaway Coral Suites in La Caleta, das vor Kurzem von der renommierten britischen Zeitschrift Hotel Management International als das "*beste Hotel weltweit, das 2018 eröffnet wird*" anerkannt wurde und einen seiner geschätzten European Hospitality Awards Preise erhielt.

Betrachtet man das aktuelle Freizeitangebot, kann man feststellen, dass sich Unternehmer und Gemeinde gemeinsam darum bemühen, ihre Räumlichkeiten für neue Möglichkeiten zu öffnen, damit Reisende mit der Kultur in Kontakt kommen.

Für die Gemeinderätin für Fremdenverkehrspolitik, Ermitas Moreira, stellt Happy Streets „diese Summe an Eindrücken dar, die wir unseren Besuchern und Bürgern neben dem Hotelangebot als Serviceleistungen anbieten können." Es geht z. B. um Aktivitäten zur Entdeckung der geschützten Naturgebiete in Adeje mit den Besonderheiten der Natur sowie ihrer Fauna und Flora anhand eines Netzwerks aus Wanderpfaden, die an den Küsten entlang wie auch über mehr als 2.000 hohe Gipfel führen. Eine weitere Möglichkeit ist die Kombination einer Vielzahl an Sportmöglichkeiten im Freien, auf dem Meer oder in hochmodernen Einrichtungen dieser Art.

Im Laufe des ganzen Jahres schafft sich Costa Adeje einen besonderen Ruf mit Konzerten der unterschiedlichsten Richtungen. *SunblasFest* gehört schon zu den Pflichtterminen für Liebhaber elektronischer Musik. Weitere Möglichkeiten sind Folkorefestivals und die

Barockkonzerte im San Francisco Kloster (aus dem 18. Jahrhundert, Stätte von kulturellem Interesse). Es gab sicherlich auch viele Gründe wie die Musik und ihre Möglichkeiten dafür, dass sich eine Marke wie Hard Rock Hotels für diesen Ort entschied.

Der Tourismus hat auch schon seit langer Zeit die Auswirkungen der Social Media verzeichnet, sodass heutzutage die Reiseziele mit anderen Personen geteilt werden und die Transparenz in den Geschäften dieser Branche immer sichtbarer wird. Hotels, Restaurants, Naturschutzgebiete, Vergnügungsanlagen, Geschäfte usw. unterliegen dem, was über sie geschrieben wird und ob sie gut oder schlecht bewertet werden.

Vor ein paar Tagen, bei dem Lauf gegen den Krebs mit fünftausend Läufern an unserer Küste entlang identifizierten sich Einwohner und Besucher alle mit der gleichen Farbe.

Das Happy Street Programm verbindet Aktivitäten, die von der öffentlichen Verwaltung wie auch von der Privatinitiative gestaltet und angeboten werden. Der Gemeinderat für Fremdenverkehr wird eine Gesprächsrunde einberufen, um die Herausforderungen der Freizeitgestaltung in unserer Gemeinde anzugehen.



# Dreihundertsechzig Grad Freizeit – wo immer man hinblickt!

Der neue Freizeitführer von Costa Adeje und die Gastronomie sind auf ITB 2018 präsent. Alle Freizeitangebote für Touristen auf einer Plattform zum Gestalten, Wachsen und Interagieren.

Schließen Sie die Augen und stellen Sie sich vor, auf der Höhe eines Falken zu fliegen. Sollten Sie Angst verspüren, können Sie diesen Flug mit einem Hubschrauber machen, um die herrliche Landschaft eines der weltweit bekanntesten Vulkane, des Teide, von oben bestaunen zu können. Sie haben aber auch die Möglichkeit, als Gleitschirmflieger von den umliegenden Gipfeln des Ortes aus zu starten. Der Himmel in Adeje ist von morgens bis abends voller bunter Gleitschirme, die sich von den Strömungen treiben lassen.

Wenn Sie die Natur lieben, haben Sie die Möglichkeit, auf den zahlreichen Kilometern der Wanderwege Land und Leute von Adeje wie auch das halbe Dutzend Naturschutzgebiete zu erkunden. Der Kessel eines ehemaligen Vulkans hat sich hier in ein smaragdgrünes Meer aus Bananenstauden verwandelt und eine Schlucht, die den Namen „Infierno" (Hölle) trägt, erweckt ganz besonderes Interesse – aber nur wenige haben aufgrund der Witterung und der begrenzten Besucherzahl die Möglichkeit, sie zu erleben. Die Steilküsten wurden als Stätten von naturwissenschaftlichem Interesse erklärt. Früher waren ihre Buchten reine Fischerbuchten, aber heute findet man dort nette Restaurants, in denen Kartoffeln und Fisch serviert werden.

Auch das Thema der Vergnügungs- und Themenparks ist an diesem Ort gut gelöst, insbesondere, wenn es um den Siam Park geht. Dieser möglicherweise weltweit beste Wasserpark kann ein ausschlaggebender Grund bei der Entscheidung für Costa Adeje sein.

Der Gemeinderat für Fremdenverkehrspolitik ist ständig mit der Idee beschäftigt, dass die Zusammenarbeit beim Freizeitangebot ausschlaggebend ist, da das Freizeitangebot heute der Hauptgrund für alle Reisen ist. Es könnte ja sein, dass gerade jemand in seinem Handy nach dieser Besonderheit oder nach einer seiner Vorlieben sucht. Diese könnten zum Beispiel die Teilnahme an einer einwöchigen internationalen Schulung im Juli über Kino an der Universität in La Laguna sein.

Oder ein Wettbewerb, bei dem sowohl Briten wie auch Deutsche an einer Route teilnehmen, die sie durch Restaurants führt und bei der sie entscheiden müssen, welche Tapa eine Auszeichnung verdient hat. Oder wenn es um Geschichte geht – dass man z. B. in den Straßen eines Orts, in dem das Wasser eine gute Ausrede ist, gewisse Hintergründe über Land und Leute erfahren kann.

Das alles gehört zur neuen Gestaltung des Freizeitführers von Costa Adeje, der unter dem Namen „Happy Street" ein reichhaltiges und vielseitiges Aktivitätenprogramm aufnimmt, um zwischen Bereichen und Akteuren zu interagieren. Sprachen, Aufgliederung nach Segmenten und Serviceleistungen, Teilnahmemöglichkeiten und Interaktion mit den Anwendern sollen für bessere Kommunikation sorgen. Oder anders ausgedrückt: besseres Zuhören für bessere Angebote.

COSTA ADEJE
TENERIFE SUR

**Text: Mariano Vidal**

Spanien besitzt fast vierhundert Golfplätze, von denen einige zu den weltweit besten und mit den meisten Auszeichnungen gehören

# Der von den Golftouristen bevorzugte Platz

Die spanischen Golfplätze gehören weltweit zu den Plätzen mit den meisten Auszeichnungen und machen Spanien zum zweitwichtigsten Reiseziel für den Golftourismus. Die Vielfalt und die Qualität ihrer Einrichtungen wie auch das Klima tragen dazu bei, dass Spanien für Golfurlaube bevorzugt wird.

Die Kanarischen Inseln bieten das ganze Jahr über unübertreffliche Bedingungen für das Golfspiel.
Foto Promotur Turismo de Canarias.



Dank seiner ca. 360 Golfplätze mit mindestens 9 Löchern, der 21 rustikalen Plätze und der 95 Pitch&Putt-Anlagen und Golfschulen wie auch seines bevorzugten Klimas und der bedeutenden Erfahrung und Professionalität als touristisches Reiseziel gehört Spanien zu den von den Golfliebhabern bevorzugten Urlaubszielen. Zu diesen vierhundert Plätzen gehören zahlreiche, die von den weltweit berühmtesten Golfspielern und Designern gestaltet wurden. Es gibt einen 60-Loch-Golfplatz in Andalusien, einen 54-Loch-Golfplatz in Murcia und 18 Anlagen mit 36 Löchern in verschiedenen Regionen Spaniens wie z. B. in Andalusien, Katalonien, Madrid, auf den Balearen oder in der Region Valencia.
Laut einer Untersuchung der Golf Business Partners steht Spanien mit 1.069.200 Golftouristen im Jahr direkt hinter den USA an zweiter Stelle der Länder, die die meisten Besucher zum Golfen empfangen. Die spanischen Golfplätze übertreffen 9,3 Millionen Platznutzungen und diese Aktivität bringt rund 400 Millionen Euro Einnahmen jährlich. Der durchschnittliche Aufenthalt je Besucher liegt bei einer Woche in 4- und 5-Sterne-Hotels. Unter den Golfspielern gibt es aber auch viele Touristen, die sich für Wohngebiete entscheiden.

## Für jeden Geschmack

Die Golfplätze liegen über die gesamte spanische Geografie verstreut, d. h. an Küsten, in den Bergen und auf den Inseln, sodass man eine große Auswahl unter unterschiedlichen Landschaften, Schwierigkeitsgraden und Klimagebieten hat.
Andalusien führt mit 102 Golfplätzen, d. h. 20,2 % aller Plätze, das spanische Angebot für den Golftourismus an. Die Zahlen sind ein gutes Beispiel für diese führende Stellung: 2016 empfing die Region über 530.000 Golftouristen, d. h. 10,4 % mehr als Vorjahr. Dazu kommt, dass sich ihr Angebot ständig erneuert. Das Apartamentos Manilva Sun Hotel im gleichnamigen Ort in der Region Malaga hat den ersten überdachten Golfsimulator Spaniens, Trackman e4, eingeweiht. Mit ihm kann man auf allen amerikanischen, europäischen oder asiatischen Plätzen anhand virtueller Realität spielen.

Laut Top 100 Golf Courses gehören die drei Golfplätze des La Manga Club in Murcia zu den besten Golfplätzen von ganz Spanien.

In Katalonien gibt es insgesamt 82 Golfplätze. Davon sind 36 18-Loch-Plätze und die restlichen sind Pitch&Putt-Anlagen, rustikale Plätze und Par-3-Plätze, als Zeichen einer langen Golftradition dieser Region, die ihren ersten Golfplatz im Jahr 1914 einweihte.
Die meisten Anlagen haben Abkommen mit Hotels und Reiseagenturen geschlossen, sodass sie mehr Komfort und bessere Preise bieten können.

## 365 Tage Golf

Die Kanarischen Inseln sind ein hervorragendes Reiseziel für das Golfspiel. Dank ihres guten Wetters und Temperaturen zwischen 19 und 25 Grad bieten sie unübertreffliche Bedingungen, um 12 Monate lang im Jahr inmitten vulkanischer Natur und herrlicher Landschaften im Kontrast zum Meer die Golfschläger schwingen zu können. Sie besitzen 25 Golfplätze, von denen einige Löcher bis 110 Meter besitzen. Sie sind für alle Handicaps geeignet und u. a. von Severiano Ballesteros, José María Olazábal, Juan Cartineu, Blake Stirling und Marco Mar-

tín gestaltet sowie ausgezeichnet in die Landschaft integriert. Auf Teneriffa gibt es neun, auf Gran Canaria acht, auf Fuerteventura fünf, auf Lanzarote drei Golfplätze und auf Gomera einen Golfplatz.
An der spanischen Ostküste steht die Region Valencia mit über 30 Golfplätzen, die über Valencia, Alicante und Castellón verteilt liegen, an fünfter Stelle des spanischen Golfangebots. 17 liegen an der Costa Blanca und mehrere gehören zu naheliegenden Wohnsiedlungen. Im Mai fand in Alicante das IAGTO Costa Blanca Golf Trophy - Valencia Region Turnier stand, das zu den wichtigsten Werbeveranstaltungen für den Golftourismus gehört. Laut einer Untersuchung der Handelskammer in Alicante liegt die jährliche finanzielle Auswirkung des Golftourismus bei 440 Millionen Euro und schafft 7.500 Arbeitsplätze in der Region.
In der Region wurden mehrere der 21 Golfplätze von berühmten Golfspielern wie Jack Nicklaus, Dave Thomas und Severiano Ballesteros gestaltet.
Auf den Balearen gibt es 25 Golfplätze, von den 24 auf Mallorca liegen. Sie bieten sehr abwechslungsreiche Spielmöglichkeiten, sodass behauptet werden kann, dass ein Spieler eine lange Zeit damit verbringen kann, jeden Tag auf einem anderen Platz zu spielen, ohne dabei Entfernungen über 20 Minuten zurücklegen zu müssen.
Es gibt einzigartige Angebote wie die 8. Golf- und Weinliga mit 12 Turnieren, die bis zum 17. November auf dem Golfplatz von Logroño im Grajera Park in La Rioja ausgetragen wird. Dieser Platz besitzt 18 Löcher auf einem 83 Hektar großen Gelände. ■

## *Golfplätze mit Auszeichnung*

*Die spanischen Golfplätze gehören weltweit zu denen mit den meisten Auszeichnungen. Die Costa Blanca mit ihren 17 Golfplätzen wurde bei den IAGTO 2018 Preisen, die von 680 Reiseveranstaltern aus 65 Ländern des Internationalen Verbands für Golftourismusbetreiber verliehen werden, zum Golfreiseziel des Jahres ernannt. Zu ihren Vorteilen gehören - neben den von Ballesteros, Nicklaus und Olazábal gestalteten Anlagen - ihr Klima, die ausgezeichneten Flugverbindungen und das ergänzende Angebot, das mit Kultur und lokaler Gastronomie am Mittelmeer lockt.*
*Weiterhin wurde das Finca Cortesin Hotel, Golf & Spa dieses Jahr wegen seiner Effizienz bei der Ressourcennutzung und seiner Verpflichtung zur Wassereinsparung von IAGTO mit dem Preis der Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Die Anerkennung wurde aufgrund ihrer Bemühungen um den Umweltschutz und die effiziente Wassernutzung verliehen, die mit Exzellenz bei den Serviceleistungen vereinbar sind und von den Gästen positiv aufgenommen werden. Das Finca Cortesin Hotel ist ISO 14001 zertifiziert und verwendet 100 % wiederaufbereitetes Wasser, dessen Verbrauch um 40 % reduziert wurde. Das Anpflanzen von Rasenarten, die mit dem Klima der Region kompatibel sind sowie die Bewässerungskontrolle und der reduzierte Pestizideinsatz wurden auch von IAGTO berücksichtigt.*
*Dazu kommt, dass der von Neil Coles und Angel Gallardo gestaltete Stadium Course Golfplatz des PGA Catalunya Resort Hotels im Top 100 Golf Courses zum besten Golfplatz Spaniens ernannt wurde. Wieder einmal haben sich seine 300 Hektar makelloses Grün behauptet.*
*Die drei 18-Loch-Golfplätze des La Manga Club am Calblanque Naturschutzgebiet und am Mittelmeer in Murcia befinden sich laut Top 100 Golf Courses auch unter den vierzig besten Golfplätzen Spaniens. Der Real La Manga Club Oeste Golfplatz steht auf Platz 18 und auf Platz 95 des europäischen Kontinents. Der Real La Manga Club Sur Golfplatz, auf dem die spanische Open fünf Mal ausgetragen wurde, steht auf Platz 25, während der Nordplatz auf Platz 34 steht.*
*Der 566 Hektar große und im Jahr 1972 gegründete Klub erhielt diese Auszeichnung, nachdem La Manga Club bei den World Golf Awards 2017 zum besten Golfplatz und das 5-Sterne-Hotel Príncipe Felipe von den britischen Lesern der „Today's golfer" Zeitschrift zum besten Golfhotel Spaniens ernannt wurde.*

Hier gehst du nicht einfach an den Strand oder
in Museen und du genießt auch nicht die Natur.
Hier lachst du nicht und du träumst nicht.
Du entspannst nicht und schaltest nicht ab.
Du machst das alles, **intensiv.**

**ITB BERLIN** 7. -11. MÄRZ 2018 HALLE 2.1 / STAND 201

Andalucía
LIEBT SIE

Fang an, intensiv zu leben. Auf andalucia.org

JUNTA DE ANDALUCIA
European Union
European Regional Development Fund
Andalusia moving forward with Europe

AND

Die Region setzt zur Saisonverlängerung auf das kosmopolitische Segment

# Andalusien stellt den deutschen Touristen ihr Bestes an Kultur, Sport und Gastronomie mit einem überraschenden Programm vor

Ángeles Vargas
*@angelesvargaspe*
*angeles.vargas@hosteltur.com*

Die Vielfalt und Komplementarität im touristischen Angebot der acht andalusischen Provinzen werden immer beliebter. Sie stützen sich auf erstklassige Hotelinfrastrukturen, ständige Verbesserung der Flugverbindungen und den unwiderstehlichen Charme ihrer Menschen, Kultur und Traditionen. Für 2018 plant die Region, ihre Geheimnisse den deutschen Fachleuten in der Branche wie auch den Endverbrauchern bekannt zu machen.

Laut Angaben des Landesministeriums für Tourismus und Sport der andalusischen Regierung ist Deutschland ohne Zweifel eines der wichtigsten Herkunftsländer und ein für Andalusien strategischer Markt. 2017 übernachteten 925.312 Gäste aus Deutschland, d. h. 7,8 % mehr als im Vorjahr, in andalusischen Hotels. Die Übernachtungen stiegen bei einem durchschnittlichen Aufenthalt von 4,88 Tagen auf 4.516.194 (+9,3 %).

Der deutsche Markt steht mit 15,4 % Anteil an internationalen Übernachtungen an zweiter Stelle der Herkunftsmärkte. Andalusien steht außerdem mit 8,3 % der Aufenthalte deutscher Touristen an dritter Stelle der spanischen Reiseziele.

> *Die Region wird unter dem Namen 'Andalucía Intensiv' eine besondere Aktion für Endverbraucher in den wichtigsten deutschen Städten wie auch in Resteuropa starten*

Das Ministerium arbeitet mit segmentiertem Marketing für unterschiedliches Zielpublikum und konkrete Verbraucher an diesem Markt, wobei dem Tourismus für Sonne und Strand wie auch dem Kultur-, Familien- und Naturtourismus besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird. Im Kampf gegen die Saisonabhängigkeit setzt die Region weiterhin auf das Golfsegment und auf MICE als bedeutenden Einnahmequellen in der Mittel- und Tiefsaison.

→

Das Andalucía Bike Race Rennen wurde in der Kalifenstadt Medina Azahara zur Unterstützung ihrer Erklärung als Weltkulturerbe der UNESCO vorgestellt.

Innerhalb der einzelnen Segmente untersucht die Region detailliert die Nachfrage dieses Herkunftsmarktes, um so präzise wie möglich beantworten und sogar den Wünschen der einzelnen Gäste vorgreifen zu können. Dazu gehören insbesondere kosmopolitische Reisende, für die Andalusien zusammen mit deutschen Reiseveranstaltern und Großhändlern ein Marketingprogramm erarbeitet. Damit soll dieses Publikum mit höherer Kaufkraft und Ausgabekapazität, das auch aufgrund seiner Neigung, nicht nur in der Sommersaison zu verreisen, sehr interessant ist, gewonnen werden.

Um die im Marketingprogramm 2017-2020 festgelegten Leitlinien zu erfüllen und alle Segmente mit der stärksten Nachfrage auf diesem Markt aufnehmen zu können, wird eine Reihe an Werbeaktionen in den wichtigsten Regionen ganz Deutschlands gestartet. Dabei sollen bestehende Flugverbindungen mit Direktflügen wie auch demografische Aspekte der einzelnen Orte berücksichtigt werden.

Die Region wird unter dem Namen '**Andalucía Intensiv – circuito europeo**' eine besondere Aktion mit Präsentationen des Reiselands für Endverbraucher in den wichtigsten deutschen Städten wie auch in Resteuropa starten. In diesem Rahmen werden gastronomische Degustationen, kulturelle Ausstellungen wie auch andere unterhaltende und bildende Aktivitäten mit dem Hauptziel ausgeführt, die Nachfrage zu erwecken und eine höhere Anzahl an Endkunden für die Region zu gewinnen.

Generell sind alle im andalusischen Tourismusprogramm enthaltenen Aktionen für die Umsatzförderung unter den deutschen Reiseagenturen anhand eigener Aktionen oder über Abkommen mit deutschen Großhändlern ausgerichtet. Damit sollen das Produkt Andalusien vertrieben, die Internationalisierung der KMU unterstützt und neue Zielgruppen der Endverbraucher überzeugt werden.

Zu diesem Zweck wird Andalusien auf den wichtigsten Messen der Branche auf dem deutschen Markt – insbesondere auf der ITB in Berlin – anwesend sein. Dort wird dieses Reiseland sein gesamtes Angebot zusammen mit den acht provinziellen Tourismusvertretungen vorstellen. Zusätzlich sollen Zusammenarbeiten mit Unternehmen aus der Branche, Betreibern und Fluggesellschaften abgeschlossen und verschiedene Präsentationen für das Gesamtpublikum ausgeführt werden.

Die Region bereitet sich außerdem mit einer frenetischen Agenda an Events und unwiderstehlichen Aktivitäten – u. a. sportliche, kulturelle, gastronomische und musikalische Veranstaltungen – auf die Ankunft der Besucher vor. Darunter sind die europäische Badmintonmeisterschaft in Huelva, Andalucía Bike Race in Córdoba und Jaén wie auch die Erstellung einer neuen Tourismusroute mit der Bezeichnung Granada Ciudad del Rock GRX-R&R hervorzuheben, auf der man die besondere Beziehung dieser Stadt zur Rockmusik entdecken und Livekonzerte besuchen kann. In Sevilla finden dieses Jahr drei große internationale Veranstaltungen statt: das Murillo-Jahr, die Flamenco-Bienale und die Preisverleihung der Europäischen Filmakademie, EFA. In der Provinz Cádiz findet in diesem Jahr wieder das älteste Pferderennen Spaniens, das1845 zum ersten Mal ausgeführt wurde, in Sanlúcar de Barrameda statt. Málaga wird mit dem international berühmten Wanderweg "Caminito del Rey" erneut auf der Agenda aller Touristen auf der Suche nach Erlebnissen stehen, und Almería bereitet schon ihre Kandidatur als spanische Hauptstadt der Gastronomie für 2019 vor. ■



PR

# Das Licht ist eines der Merkmale der Provinz, das Touristen in Umfragen am meisten hervorheben

Die positiven Effekte dieser immateriellen natürlichen Ressource passen zum neuen Lebensstil des Reisenden, und die Emotionen, die dabei geweckt werden, sind die beste Besuchskarten der Destination. Vom ersten Tageslicht in Doñana bis zu den letzten Sonnenstrahlen Andalusiens in Ayamonte. Es ist das Huelva der Emotionen.

## Huelva - Licht

Huelva ist die europäische Küstenprovinz mit der höchsten Anzahl an Sonnenstunden pro Monat. Die Sonne scheint hier fünf Mal so lange wie im Norden Europas. Mit einer Durchschnittstemperatur von 18,6ºC, ist sie während des ganzen Jahres ein ideales Reiseziel.

Huelva ist eine ruhige Provinz mit einer Bevölkerungsdichte von 40 Einwohnern pro Quadratkilometer und eine der wenigen Fremdenverkehrsregionen, in der es noch zahlreiche Gegenden mit minimaler menschlicher Präsenz gibt. Und es ist eine sichere Region, die deshalb besonders für Familienurlaube sehr geeignet ist.

## Huelva-Nähe

In weniger als einer Stunde Entfernung liegen zwei internationale Flughäfen, Faro und Sevilla. Die verschiedenen Ferienorte sind so von jeder europäischen Hauptstadt aus mit dem Flugzeug in maximal 3 Stunden zu erreichen.

## Huelva – Küste

Mit mehr als 122 Küstenkilometern, von denen 80 nicht bebaut sind, bietet sich Huelva als ein ideales Reiseziel an. Huelva gehört zu den spanischen Regionen mit dem geringsten Bebauungsgrad auf dem direkt ans Meer angrenzenden ein Kilometer breiten Küstenstreifen. 25 feine, weiße Sandstrände erstrecken sich zwischen den Flussmündungen des Guadalquivir und des Guadiana. Weitläufig, lang gezogen und ruhig. Die meisten davon inmitten von Naturlandschaften.

## Huelva – Natur

Charakteristisches Merkmal der Provinz Huelva sind ihre weitläufigen Naturlandschaften. Natur in unberührtem Zustand ist einer ihrer wichtigsten Schätze, weshalb auch ein Drittel der gesamten Fläche verschiedenen Schutzkategorien unterliegt. Doñana und die Sierra sind die wichtigsten Landschaftsgebiete.

## Huelva – Kultur

Huelva ist ein Schmelztiegel der Kulturen. Die Schätze dieser Region zogen im Laufe der Geschichte eine Vielzahl von Zivilisationen an, die unzählige Überreste hinterlassen haben. Die Spuren der Tartesser, Phönizier, Römer, Westgoten, Muslime und Christen sind in den Stadtmauern von Niebla, der Moschee von Almonaster und den jahrtausendealten Bergwerken von Riotinto zu finden.

In der Nähe der Provinzhauptstadt liegt die Ortschaft La Rábida, wo Kolumbus seine erste Reise in die Neue Welt plante. In dem Ort treffen verschiedene Sehenswürdigkeiten zusammen, zu denen das Kloster selbst, die Landungsbrücke Muelle de las Carabelas mit Nachbildungen der drei Schiffe, die zum ersten Mal den Atlantik überquerten.

## Huelva – Aktivitäten

Die Provinz hat ein interessantes Angebot an Freiluftaktivitäten zu bieten, angefangen mit der Küste mit ihren insgesamt zehn Sporthäfen und Wassersportvereinen.Derzeit verfügt die Provinz über neun Golfplätze. Im Naturpark Sierra de Aracena y Picos de Aroche existiert darüber hinaus ein 600 Kilometer großes Netz an Wanderwegen, 96 Kilometer so genannter Vías Verdes und große Begeisterung für den Reitsport. Huelva ist der beste Ort für Vogelbeobachtung in ganz Europa. Die weitläufigen Marismas von Doñana sind Winterquartier für zahlreiche Arten von Wasservögeln, von denen sich hier jedes Jahr rund 200 000 Exemplare versammeln.

## *Warum Huelva?*

- *Aufgrund des angenehmen Klimas ist die Provinz Huelva ganzjährig als Reiseziel geeignet*
- *Kaum bebaute, feinsandige Strände*
- *Vielfältige Landschaften und Naturschutzgebiete von großem ökologischem Wert*
- *Exzellente Gastronomie (Schinken, Garnelen, Erdbeeren, Weine ...)*
- *Eine neue, im Wachstum begriffene Hotelinfrastruktur*
- *Ausgezeichnetes Preis-Leistungsverhältnis*
- *Ein sicheres und ruhiges Reiseziel, ideal für Familienurlaub*
- *Gastfreundliche Menschen, die jeden Besucher herzlich aufnehmen*

HUELVA LA LUZ

**INFORMATIONEN**

*www.turismohuelva.org*

Von den Vereinten Nationen und der Welttourismusorganisation - UNWTO ernannt

# Der spanische Tourismus angesichts der Ziele nachhaltiger Entwicklung

Vivi Hinojosa
*vivi.hinojosa@hosteltur.com*
*@ Vivi_hinojosa*

Vor mehr als einem Jahr haben die **Welttourismusorganisation** (**UNWTO** und das **weltweite Abkommen der Vereinten Nationen** die Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Agenda 2030 für die Herausforderungen festgelegt, die die Umwandlung des globalen Fremdenverkehrsmodells und den Beginn des Jahres 2017 als **Internationales Jahr für nachhaltigen Tourismus für die Entwicklung** kennzeichnen sollen. Der **Hotelverband Barcelona** und das Consultingunternehmen **Segundo Mundo RSCC** haben geprüft, an welcher Stelle sich die Branche bei der Erfüllung dieser Ziele befindet. Die Schlussfolgerungen sind eindeutig: Man hat Fortschritte gemacht, aber es ist noch zu tun. Sie haben die Lage der Branche angesichts dieser vier konkreten SDGs untersucht und ihre Verbesserungsvorschläge lauten jeweils wie folgt:

## 1. Geschlechtergleichstellung

Frauen stellen laut der **Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)** 55,5 % der weltweiten Beschäftigung im Fremdenverkehr dar, aber ihr Status ist niedriger. Sie sind schlechter bezahlt und führen prekäre Tätigkeiten aus. Dazu kommen Risiken wie Externalisierungen, Teilzeitverträge und Befristungen.

Angesichts dieser Lage wird dazu angeraten, Geschlechterunterscheidungen im Hotel zu identifizieren, diese Themen in Bildungsprogramme mit aufzunehmen, sich Sensibilisierungskampagnen anzuschließen, Gleichstellungsprogramme zu erarbeiten, aktive Politiken und Strategien zur Nichtdiskriminierung festzulegen sowie Auswertungsmechanismen zu erkunden und zu schaffen.

## 2. Menschenwürdige Arbeit und wirtschaftliches Wachstum

**Menschenwürdige Arbeit** hat die ILO mit vier Säulen definiert: Schaffung, soziale Sicherheit, Arbeitsrechte und sozialer Dialog sowie ein würdiger Lohn. Es gibt eine direkte Beziehung zwischen menschenwürdiger Arbeit und wirtschaftlichem Wachstum, aber oftmals nehmen die Arbeitsplätze niedrige Profile auf der Arbeitsskala ein.

Unter den Vorschlägen zur Optimierung sind die Verbesserung der Arbeitsbedingungen (würdiger Lohn, Stabilität, angemessene Arbeitsbelastung, zeitliche Planung, Vereinbarkeit und Zahlung der Überstunden), besondere Berücksichtigung schwächerer Gruppen und Garantie würdiger Arbeitsbedingungen bei Externalisierungen hervorzuheben.

## 3. Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster

In diesem Bereich gibt es Gründe für den Optimismus, da die Anzahl bewusster Kunden, die wissen möchten, ob sich das gewählte Hotel um die Gesellschaft und die Umwelt kümmert, um 10 % gestiegen ist. 52 % der Reisenden möchten ein Reiseziel auswählen können, das auf seine Umweltauswirkung Rücksicht nimmt und zur Entwicklung der lokalen Gemeinschaft beiträgt. Aus diesem Grund wird neben anderen Initiativen vorgeschlagen, eine Einkaufspolitik zu gestalten und

Die Anzahl der umweltschutzbewussten Gäste steigt um 10 % und 52 % aller Gäste würden ein Reiseziel wählen, das auf die Umwelt Rücksicht nimmt und zur Entwicklung der lokalen Gemeinschaft beiträgt.

eine Analyse der Wertschöpfungskette unter einem ethischen Kriterium und körperschaftlicher sozialer Verantwortung durchzuführen, inklusive Geschäfte zu schaffen, die NGOs mit in die Lieferkette aufzunehmen, eine verantwortungsbewusste Konsumpolitik gegen die Lebensmittelverschwendung zugunsten von Fair Trade wie auch eine Umweltpolitik anzuwenden, bei der der ökologische Fußabdruck, Wasserverbrauch, Energieeffizienz und Abfallverwaltung gemessen wird.

## 4. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Für die Mitgründerin und Direktorin der Consultingfirma **Pili Malagarriga** „erfordert die Konfrontation mit den aktuellen Herausforderungen das gemeinsame Handeln, die Suche nach Konsens, die Zusammenarbeit in Projekten und die Schaffung größerer Synergien und geteilter Erlebnisse.“ ■



Der 2011 gegründete Verband hat dieses Jahr 68 Mitglieder

# „Spaniens schönste Dörfer“ oder wie vereinte Kraft zum Fremdenverkehr beiträgt

Guadalupe, ein Ort in der spanischen Provinz Cáceres, wurde dieses Jahr in den Verband „Spaniens schönster Dörfer“ aufgenommen.

Vivi Hinojosa
*vivi.hinojosa@hosteltur.com*
*@ Vivi_hinojosa*

Spanien besitzt viele Dörfer mit Kulturgut oder Naturreichtum, die ihre Wirtschaft mit dem Fremdenverkehr beleben und die Abwanderung aufhalten möchten. Einige darunter haben ihre Kräfte vereint, um besser werben und eine größere Anzahl potenzieller Besucher erreichen zu können. Das ist bei „Spaniens schönste Dörfer“, einem Verband der Fall, der 2011 mit 14 Dörfern gegründet wurde und 2017 mit 57 Dörfern abschloss. Ab diesem Jahr gehören 11 weitere dazu, sodass es insgesamt 68 Dörfer sind.

Der Zweck dabei ist die Werbung für kleine Dörfer, die hauptsächlich auf dem Land liegen. Hier sind sie unter der gleichen Qualitätsmarke mit Werbeaktionen und kulturellen Veranstaltungen vereint, die der Verband in Spanien wie auch im Ausland anbietet. Dazu gehört auch die Erhaltung des Kulturguts und der Natur in unterbevölkerten Gebieten mit geringer Industrialisierung, wie auch die Förderung der Saisonunabhängigkeit. Alle Mitglieder haben weniger als 15.000 Einwohner. Bei Orten mit über 5.000 Einwohnern sieht der Verband nur perfekt erhaltene historische Ortskerne vor. Die Dörfer besitzen zertifizierte architektonische oder Naturreichtümer und müssen 40 Mindestkriterien hinsichtlich Qualität erfüllen. Dazu gehören Sauberkeit, Erhaltung der Fassaden, Regelung des Fahrzeugverkehrs, Vorhandensein eines Parkplatzes, Pflege der Grünflächen oder auch der Umgang mit Werbeplakaten. Die Aufnahme in diesen Verband hat für die meisten seiner Orte – insbesondere der weniger touristischen Orte - 20 bis 30 % mehr oder sogar das Doppelte an Besuchern bedeutet. Dieser größere Besucherzustrom hat in einigen dieser Orte zur Eröffnung von Hotels, Ferienhäusern auf dem Land und Fremdenverkehrsbüros mit der entsprechenden Schaffung von Arbeitsplätzen und zu Reichtum für die Region geführt. Die Initiative basiert auf dem Modell der Les Plus Beaux Villages in Frankreich, dem weltweit ersten Netzwerk, das 1982 gegründet wurde.

## Burgen und Schlösser

Das Staatssekretariat für Fremdenverkehr und der Verband touristischer Burgen und Schlösser Spaniens haben den **Klub des touristischen Produkts Burgen und Schlösser** gegründet. Damit sollen diese in der spanischen Geschichte bedeutenden Gebäude, die hohem kulturellem Wert besitzen, touristisch gesamtheitlich genutzt werden. In Spanien gibt es über 10.200 Burgen, von denen nur eine geringe Anzahl besichtigt werden kann. Mit einigen wenigen Ausnahmen hatte man bisher kein touristisches Produkt geschaffen, das diese Gebäude als Hauptelement enthält. Die neue Initiative bietet die Möglichkeit, die Eigentümer der Burgen wie auch lokale Einrichtungen, die sie verwalten und kulturelle touristische Dienstleistungen (Führungen, Ausstellung, mittelalterliche Märkte usw.) anbieten, mit Unternehmen in Verbindung zu bringen, die ergänzende Dienstleistungen anbieten.

Auf diese Art soll der kulturelle Tourismus gefördert, die Schaffung neuer Produkte als Antwort auf die Nachfrage angeregt und zur wirtschaftlichen Entwicklung, Arbeitsplatzschaffung und Belebung der Reiseziele beigetragen werden. Der Verband beziffert das Potenzial dieses Produktes mit 143 Burgen und Schlössern von touristischem Interesse, die im Jahr 5,62 Millionen Besucher empfangen. ■

COM

Hinter großen Projekten steht die Zusammenarbeit zwischen Behörden und Unternehmen

# Die Region Valencia konsolidiert mit Sport, Gastronomie und lokalem Produkt ihre Attraktivität für den deutschen Markt

Ángeles Vargas
*@angelesvargaspe*
*angeles.vargas@hosteltur.com*

Die ständige Verbesserung der Verbindungen, die immer aktivere Präsenz auf internationalen Veranstaltungen, um die Region Valencia bekannt zu machen, wie auch die Zusammenarbeit auf öffentlicher und privater Ebene in der autonomischen Region und Provinz stellen die Grundlagen der Tätigkeit in der Region für 2018 für den deutschen Markt dar.

Die Region Valencia schloss 2017 mit 8,9 Millionen ausländischen Besuchern, d. h. 15,4 % mehr als im Vorjahr, und somit mit einer neuen historischen Rekordzahl ab. Der deutsche Markt steht an vierter Stelle und gehört mit 511.541 Touristen und 1,3 % Anstieg im vergangenen Jahr zu den attraktivsten Sendermärkten. Die **Agencia Valenciana de Turismo** arbeitet intensiv an Aktionen, um die Region als erstrangiges Reiseziel in Deutschland zu konsolidieren.
Konkret hat die Agentur für 2018 zwanzig Werbeaktionen auf dem deutschen Markt geplant. Sie gehören angesichts des hohen Potenzials dieses Sendermarktes zur Strategie der Region, da die Wachstumsmöglichkeiten durch verbesserte Flugverbindungen mit erhöhten Frequenzen schon bestehender Routen wie München oder Frankfurt, oder der Eröffnung neuer Verbindungen im vergangenen Jahr mit Städten wie Hamburg, gestiegen sind.

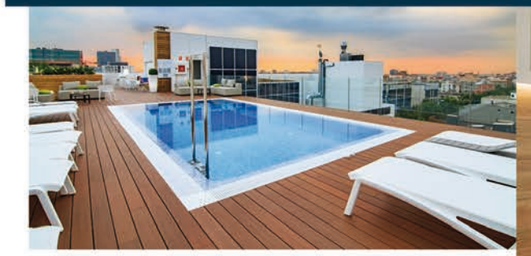
> *Gastronomischer Tourismus, Kultur und Outdoor-Sport sind die Grundlagen der Werbeaktionen der Agencia Valenciana de Turismo*

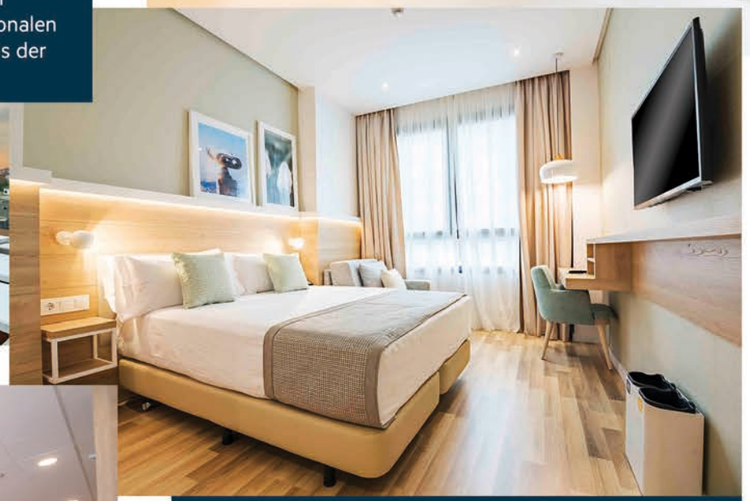
Die Länder Nordrhein-Westfalen, Bayern und Berlin senden die meisten Touristen in die Region Valencia, aber das Ziel lautet, die Zahl der Herkunftsländer zu vergrößern. In diesem Sinne soll die Präsenz auf Messen erhöht und es sollen mehr Reisen der Presse und der Reiseveranstalter wie auch Präsentationen und Workshops stattfinden, indem die Strategie zusammen mit dem Privatsektor konsolidiert wird. Das ist „für die wirtschaftliche und touristische Aktivität grundlegend", gab der Sekretär der autonomischen Region der Agencia Valenciana de Turismo, Francesc Colomer, an.
So ist z. B. die Teilnahme an Veranstaltungen wie an der Reisen Messe in Hamburg, F.re.e. in München, IMEX und ITB

GOLDEN TULIP
BARCELONA

Building Sustainability

Das neue Hotel Golden Tulip Barcelona liegt strategisch günstig im 22. Distrikt in der Nähe der Diagonal, Plaça de Glories und dem Forum. Dieses neue 4-Sterne-Hotel bietet insgesamt 158 komfortable Zimmer, die auf sechs Stockwerke verteilt sind, vier Veranstaltungsräume für berufliche und soziale Zwecke, eine Bar-Cafeteria und eine Dachterrasse mit Pool und einem atemberaubenden Ausblick auf die Stadt Barcelona.
Das Hotel stellt die Weichen um zukünftig ein Vorreiter der spanischen Hotelgewerbe für nachhaltige Städtereisen zu werden, sowohl in der Bauweise, in der Konstruktion der Anlagen und Ausstattung, als auch in der Berücksichtigung der Kriterien der Energieeffizienz, wobei es in dem Bereich den höchsten Standards der internationalen Prüfstellen gerecht wurde und den Energieausweis der Klasse „A" erhalten hat.





Des Weiteren und hinsichtlich der angebotenen Dienstleistungspalette werden nicht nur umweltschonende Produkte in allen internen Produktionsvorgängen (Abfallmanagement, Reinigungsmittel, Klimatisierung,...) verwendet, Parkplätze mit Ladestationen für Elektrofahrzeuge, ein Guide zu den nachhaltigen externen Diensten angeboten, sondern auch die Küche ist in erster Linie auf den Gebrauch von regionalen und biologischen Produkten aus fairem Handel spezialisiert.
Wegen all diesen Punkten ist das Hotel Golden Tulip Barcelona besonders für Menschen und Unternehmen gedacht, die einen rücksichtsvollen und nachhaltigen Umgang mit der Umwelt bevorzugen und eine globale Entwicklung Richtung Nachhaltigkeit in Produkten und Dienstleistungen unterstützen möchten.
Dieses neue Hotel der ZT-Gruppe wird unter dem Namen Golden Tulip vom Louvre Hotel Group geführt und zählt deshalb zu dem ersten Hotel der Gruppe in Spanien.

**Golden Tulip Barcelona**
Carrer Avila, 135
info@goldentulipbarcelona.com
Tel. +34 934 83 38 76
www.goldentulipbarcelona.com

in Berlin mit eigenem Stand und einem Display zusammen mit Benidorm innerhalb des ITB Pink Corner, der für das LGBTI-Angebot bestimmt ist, geplant. Der Stand wird sich mit einzigartiger Gestaltung und 100 m2 Größe innerhalb des Bereichs von Turespaña befinden. Dort sind die verschiedenen Marken der Region zusammen mit Unternehmen, Gemeinden und Einrichtungen der Branche vertreten. Während der Messe finden Treffen mit Reiseveranstaltern und Fluglinien wie auch mit Betreibern statt, die u. a. auf aktiven, kulturellen, städtischen oder Sporttourismus spezialisiert sind. Dabei wird gastronomischer Tourismus wie auch Strand-, Inland- und Naturtourismus vertreten sein. Weiterhin wird für das kulturelle Angebot und zwar insbesondere für die Seidenroute, die Route der letzten Katharer und die des Heiligen Grals geworben. Im Laufe des Jahres sind auch Tauch- und Gastronomiepräsentationen sowie Aktionen für das Endpublikum in verschiedenen Städten vorgesehen.

## Castellón lädt zur Vorstellung des lokalen Angebots ein

Eines der Hauptziele ist die Saisonunabhängigkeit auf regionaler Ebene, was auch konkret für des "**Club de Producto Turístico de Castellón**" gilt. Diese Initiative entstand innerhalb der Hotelbranche der Region und ihre Mitglieder stellen 80 % des Angebots dar. Zudem soll den Aussendermärkten und den internationalen Reiseagenten die Besonderheit des lokalen Produkts näher gebracht werden. 2018 wird endgültig eine Plattform für den Vertrieb exklusiver Pauschalpakete für **B2B** eingeführt, auf die nur spanische und internationale Reiseagenten Zugriff haben werden.

Der Klub hat bisher koordinierte Handelsmissionen ausgeführt, an denen die **Agencia Valenciana de Turismo**, **Turespaña** über die entsprechende **OET**, der **Flughafen von Castellón** als strategische Infrastruktur für das Projekt, ein Vertreter des **Club del Producto** und die als Empfänger handelnde Agentur, **Viajes Globus**, teilgenommen haben. Bisher wurden Aktionen auf mehreren europäischen Märkten inkl. Deutschland, und zwar speziell in München, Bayern, gestartet.

Die Region Castellón möchte ihr lokales Angebot über den „Club del Producto" aufwerten. Auf dem Foto: Peñíscola .

> *Der „Club de Producto Turístico de Castellón" vertritt 80 % der Hotelbetten der Provinz zusammen mit lokalen Anbietern zur Schaffung einzigartiger Produkte*

Die im Gebiet ansässigen Hotelunternehmer, d. h. rund 30 Hotels mit ca. 25.000 Betten, leiten den Klub und vereinen ihre Kräfte mit mehreren Stadtverwaltungen der Provinz, die kleine lokale Unternehmen dazu anregen, ein touristisch einmaliges und sehr spezialisiertes Produkt bekannt zu machen.

## Valencia setzt auf Gastronomie

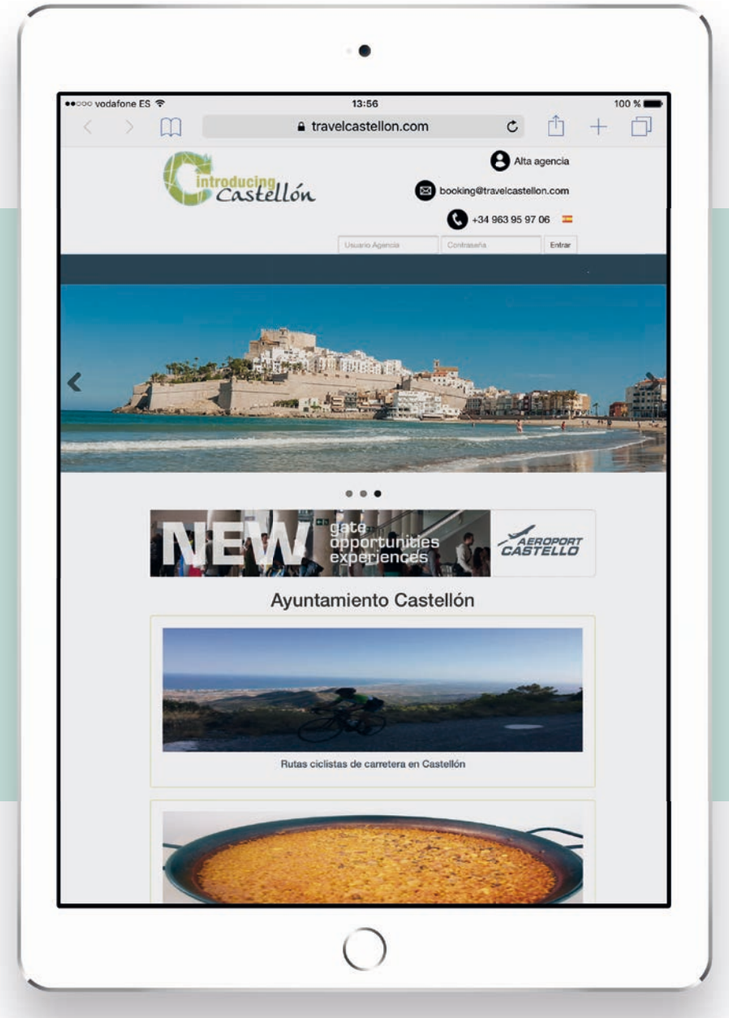
Die Stadt Valencia möchte 2018 insbesondere ihr gastronomisches Angebot bekannt machen und bereitet mit ihren besten Küchenchefs Präsentationen auf verschiedenen Sendermärkten, inkl. Deutschland, vor. Die **Fundación Turismo València** möchte die Stadt als eines der wichtigsten Städtereiseziele Europas positionieren, indem ihr Kulturgut und ihre Authentizität betont werden. Beim kulinarischen Angebot wird neben der Professionalität und Innovation der Fachkräfte die Qualität der lokalen Erzeugnisse hervorgehoben.■

introducing Castellón

Exklusiv für Reiseagenturen

Beantragen Sie Ihr Login unter:
booking@travelcastellon.com

+ Hotelbuchung, Transfer und Aktivitäten mit nur zwei Klick
+ XML Verbindung mit den wichtigsten Hotels in der Provinz Castellón
+ Sichere Zahlung mit Kreditkarte
+ Sofortige Bestätigung




COMUNITAT VALENCIANA

ENTDECKEN SIE UNSERE NEUE HOMEPAGE FÜR ONLINEBUCHUNGEN

www.travelcastellon.com

Spanien erneuert ständig das Angebot und trägt jährlich über 25.000 Veranstaltungen aus

# Unter den weltweit besten Reisezielen für Kongresse und Versammlungen

Spanien steht mit Professionalität, Exzellenz und Innovationskapazität als konsolidiertes Reiseziel für Kongresstourismus an erster Stelle. Das Land bietet außerdem einen weiteren Vorteil unter den konsolidierten Markttrends wie „Bleisure“, d. h. die Vereinbarkeit von Arbeit (business) und Freizeit (leisure).

Wettbewerbsvorteile wie Infrastrukturen, gute Verkehrsverbindungen, Sicherheit, Innovation und Nachhaltigkeit siedeln Spanien unter den weltweit wichtigsten Reisezielen für MICE, d. h. Tagungen (Meeting), Begleitprogramme (Incentive), Kongresse (Congress) und Veranstaltungen (Event) an. Die Infrastrukturen der Kongresse werden ständig erneuert, sodass das Angebot an einzigartigen Stätten in Spanien vielseitig und gut ausgestattet ist. Dazu kommt, dass das Land über herausragende und auf den MICE-Bereich spezialisierte Hotels verfügt.

Zusätzlich zu diesen guten Infrastrukturen gibt es ein breites Unterhaltungs- und Kulturangebot, ausgezeichnete Gastronomie und Einrichtungen für Kongresse verschiedenster Arten. Dazu kommt, dass sich Spanien im körperschaftlichen Tourismus durch sein bedeutendes Angebot für „Bleisure“, d. h. der Vereinbarkeit von Arbeit (business) und Freizeit (leisure), hervorhebt.

> *Auf der internationalen ICCA Liste steht Spanien unter den Ländern mit den meisten Teilnehmern an Versammlungen an fünfter Stelle und Barcelona unter den Städten an dritter Stelle*

Innerhalb der großen Veranstaltungen steht Spanien weltweit an fünfter Stelle. Laut der letzten Jahresstatistik der ICCA (International Congress and Convention Association) fanden 2016 533 Versammlungen mit über 217.700 Teilnehmern in Spanien statt. Das Land übertraf zwar mit der Anzahl an Veranstaltungen Italien an vierter Stelle, aber bei der Teilnehmerzahl stand es mit 2.000 Teilnehmern zurück. Die Angaben des auf diese Branche spezialisierten Verbands, des Spain Convention Bureau (SCB), bestätigen, dass dieser touristische Zweig im Aufschwung ist, da in den 55 verbundenen Städten im Jahr 2016 25.112 Versammlungen mit 3.856.630 Teilnehmern stattfanden, was 16 % über den Vorjahreszahlen liegt.

Die Kongresshalle am Mittelmeer in Palma ist komplett in Betrieb.

## Führende Reiseziele

Die Zahlen deuten auf zwei große Pole als Anziehungspunkte hin. Aber auch mittelgroße Städte verzeichnen ein Wachstum bei der MICE-Aktivität, während kleinere Städte eine eigene Rolle in dieser Branche spielen.

Barcelona hat sich laut ICCA mit 181 großen Events im Jahr 2016 als weltweit drittes Reiseziel konsolidiert, während Madrid mit 144 Events an siebter Stelle steht.

Barcelona steht mit über 99.000 Teilnehmern auch in der Teilnehmerzahl weltweit an dritter Stelle.

Barcelona wurde 2017 bei den World Travel Awards als bestes Reiseziel für Versammlungen und Konferenzen angesehen. Die Stadt bietet Infrastrukturen, Unternehmen und erfahrene Fachkräfte, um alle Arten an Veranstaltungen erfolgreich ausführen zu können. Dazu gehört auch ein Freizeitangebot, das sich allen Geschäftsaktivitäten sehr gut anpasst. Der Mobile World Congress vom vergangenen März brach mit 108.000 Teilnehmern aus 208 Ländern alle Rekorde und die IBTM World Messe im November versammelte 15.000 Fachleute aus 150 Ländern.

Madrid ist mit dem IFEMA Messegelände sowie weiteren Kongresshallen und einem großen, exzellenten Hotelangebot, der andere große Anziehungspunkt.

> *Spanien hebt sich bei Kongressen durch Professionalität, Qualität, Sicherheit und Innovation hervor*

Auch Mallorca, eines der Hauptreiseziele im Mittelmeer, gehört zu den herausragenden Orten für den MICE-Tourismus. Die von Meliá geleitete Kongresshalle in Palma ist schon komplett in Betrieb. Diese brandneue Einrichtung hat 2017 mit 175 Kongressen und rund 35.000 Teilnehmern abgeschlossen. Für dieses Jahr sind schon über 30.000 Teilnehmer eingeplant.

In Andalusien gehört der Kongresstourismus zu den Bereichen, die in den vergangenen Jahren das größte Wachstum verzeichnet haben. Er stützt sich auf ein großes Netz aus Ausstellungs- und Kongresshallen unterschiedlicher Größen mit über 53.000 Plätzen. Auch hier sind die besonderen Stätten mit über 600 Einrichtungen und Einrichtungen für Versammlungen und Kongresse hervorzuheben. Sie bieten fast 350.000 Plätze, von denen sich 54 % in Hotels befinden. Unter den Hauptvorteilen stehen neben den Infrastrukturen zweifellos das Angebot an Freizeitgestaltung und Kultur, wie auch Gastronomie, Sport und Natur.

## Anpassung an Änderungen

Die Fachleute der Kongressbranche in Spanien passen sich an die Änderungen der Trends an und sind darum bemüht, den guten Ruf des Landes als Reiseziel innerhalb dieser Branche wie auch die Sicherheit und Stabilität als differenzierende Eigenschaften beizubehalten.

Das gilt auch für technologische Aspekte. Die Technologie reicht von Applikationen, die für jede Veranstaltung maßgeschneidert gestaltet werden, bis zu virtueller Realität, um die Veranstaltungsstätten vorher besichtigen zu können. Damit sind individuelle Gestaltungen möglich, die den Veranstaltern wie auch den Teilnehmern an den Versammlungen alles einfacher machen. Zu den verfügbaren Serviceleistungen gehören u. a. der Einsatz der Gesichtserkennung als Sicherheitssystem für den Zugang, Simultanverdolmetschung, Zimmerauswahl im Hotel wie auch Sitzplatzbuchung im Flugzeug. ■

MAD

Deutschland ist der fünftstärkste Markt für Madrid

# Madrid präsentiert in Berlin seine besten kulturellen und gastronomischen Angebote

Vivi Hinojosa
*vivi.hinojosa@hosteltur.com*
*@vivi_hinojosa*

Madrid hat in den beiden Reiseführern "Arte en Madrid" und "Comer en Madrid" die Highlights seines Kulturerbes und seiner exquisiten Küche aufgeführt. Sie sind beim deutschen Kunden sehr beliebt. Die Reiseführer informieren über jede Art von Veranstaltungen übers Jahr für jeden Geschmack.
Madrid ist eine Stadt voller Leben und Trubel. Jahr für Jahr werden auf den Straßen von Madrid Programme von hohem künstlerischem und intellektuellem Freizeitwert (Museen, Theater etc.) geboten.
Viele Veranstaltungen motivieren zu einer Reise nach Madrid. Oft entsteht dabei der Wunsch in die Hauptstadt auszuwandern.
Neben dem gastronomischen Angebot finden auch große Sportveranstaltungen, wie der EDP Rock'n Roll Madrid Marathon , der Halbmarathon am 22. April, oder das Tennistuner „ Mutua Madrid Open de Tenis, vom 4. bis 13. Mai in der Caja Mágica in Madrid statt.
Aber die beliebtesten Veranstaltungen im touristischen Angebot Madrids sind zweifellos kultureller Art. Nur drei Beispiele: die „PhotoEspaña" vom 6. Juni bis 26. August, die Veranos de la Villa - das Internationale Festival für Fotografie und Bildende Kunst, bei dem zahlreiche Künstler die 21 Stadtteile der Stadt in ein große Festmeile verwandeln; und das internationale Festival „JazzMadrid18" im November, das die besten Künstler des Jazz aus aller Welt vereint.
Über diese künstlerischen und visuellen Angebote freuen sich jedes Jahr Besucher und Bürger der Stadt Madrid.

## 21 Stadtteile

Die letzte touristische Marketing-Kampagne des Stadtrates stellt die 21 Stadtteile in den Vordergrund. Mit Denkmälern, Parks, anderen Attraktionen und einigen noch unerkannten Sehenswürdigkeiten ist es laut seinen Förderern, "eine neue Art", diese Stadt zu erleben,.
Um diese Attraktionen zu bewerben, werden digitale Hilfsmittel wie Madrid Pro oder Explora Madrid eingesetzt, die im offiziellen Tourismusportal der Hauptstadt, esMADRID.com, oder der App „ Paseo del Arte" zu finden sind.

Der Capricho Park, einzig im romantischen Stil. Der Park befindet sich im Stadtteil Barajas und ist selbst vielen Einheimischen unbekannt.

## Der deutsche Markt

Deutschland ist international weiterhin der fünftstärkste Markt für Madrid. Im letzten Jahr sank die Zahl in den Hotels zwar um 3,9 % bei 243.565 Besuchern: bei längeren Aufenthalten aber nur 0,7% weniger als im Jahr 2016 bei 584.018 Übernachtungen.
Allerdings stiegen die Besucherzahlen aus dem deutschen Markt laut Frontur-Statistiken um 16,5%, da sie bevorzugt in Ferienwohnungen für Ihren Aufenthalt mieten, die laut dem INE (Nationales Institut für Statistik) um 42% angestiegen sind.
Die Egatur-Umfrage (INE) zeigt, dass die Ausgaben des deutschen Touristen in 2017 in Madrid 307 Millionen Euro erreicht haben, mit einer durchschnittlichen täglichen Ausgabe von 152 Euro, während pro Person 778 Euro pro Aufenthalt im Durchschnitt ausgegeben wurden.
Die gute Flugverbindungen von Deutschland nach Madrid begünstigen den Besucherstrom. Madrid hat derzeit 18 Verbindungen zu acht deutschen Städten (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München, Köln, Stuttgart und Nürnberg), und im Juni kommt eine weitere Strecke nach Düsseldorf von Air Europa hinzu. ■

EIN SPAZIERGANG DURCH DIE KUNSTGESCHICHTE

**Museo Nacional Thyssen-Bornemisza**
Picasso, Van Gogh, Kandinsky, Monet, Rubens, Hopper...
Sparte der Tourismusfachleute
15 %-iger Nachlass für F.I.T.
20 %-iger Nachlass für Gruppen

25 JAHRE MUSEO NACIONAL THYSSEN-BORNEMISZA

Paseo del Prado, 8. Madrid
(+34) 91 791 13 70
**www.museothyssen.org**

*Buchen Sie Ihren Besuch unter promocion@museothyssen.org Für Touristengruppen

Oben: **Franz Marc** *Der Traum*, 1912. Unten: **Vincent van Gogh** *Blick auf das Dorf "Les Vessenots" bei Auvers*, 1890. © Museo Thyssen-Bornemisza

KAT

Deutschland hält sich als Aussendermarkt der Touristen an dritter Stelle

# Die Region Katalonien setzt mit ihrem wertvollen Kulturgut auf kulturelle Erlebnisse

Diana Ramón Vilarasau
*@dianaramonv*
*diana.ramon@hosteltur.com*

2018 wurde zum europäischen Jahr des Kulturerbes erklärt und Katalonien hat beschlossen, sich dieser Initiative mit der Positionierung der Kultur und des wertvollen materiellen wie auch immateriellen Kulturguts der Region – das zum Großteil von der UNESCO anerkannt ist –, anzuschließen. Es soll als Schlüsselfaktor bei der Differenzierung und Hervorhebung dieses Reiseziels, das in Spanien an erster Stelle steht, dienen

Angesichts der neuen touristischen Rekordzahlen des Landes im Jahr 2017 ist Katalonien mit 19 Millionen ausländischen Besuchern, d. h. über 23 % der Gesamtzahl, immer noch das erste Reiseziel ausländischer Touristen – obwohl in den letzten Monaten des Jahres aufgrund des politischen Konflikts ein bedeutender Verlust an Reisenden verzeichnet wurde.

Die katalanischen Fremdenverkehrsbehörden geben zu, dass im letzten Quartal 2017 tatsächlich eine Verlangsamung der touristischen Aktivität aufgrund der verschiedenen Ereignisse, die Katalonien im vergangenen Jahr mit Attentaten und insbesondere der politischen Situation erlebt hatte, beobachtet wurde. Sie präzisieren jedoch, dass der Verlust hauptsächlich in der Stadt Barcelona spürbar war.

## Strategischer Markt

Deutschland ist einer der wichtigsten Märkte für Katalonien und somit für die Agencia Catalana de Turismo (ACT) ein strategischer Markt. Diese Behörde hebt hervor, dass es sich um einen stabilen Markt handelt, der jedes Jahr wächst und dass sich Deutschland an dritter Stelle der Aussendermärkte in die Region – hinter Frankreich und Großbritannien – hält.

Laut Angaben der ACT verzeichnete Katalonien in den ersten Monaten des Jahres einen bedeutenden Anstieg der aus Deutschland kommenden Touristen, sodass 2017 der Wachstumstrend gegenüber 2016 vorherrschte. Am Ende verblieb dieser Anstieg mit 1,6 Millionen Besuchern aus Deutschland jedoch nur bei 1 % im Vergleich zum Vorjahr, was durch die sinkende Nachfrage in den letzten Monaten bedingt war. Die Ausgaben der deutschen Touristen stiegen aber mit 130,90 Euro pro Person und Tag in einem höheren Verhältnis an und liegen über den durchschnittlichen täglichen Ausgaben von 126,00 Euro.

## Neue Anregungen

Katalonien ist ein mediterranes Reiseziel mit tausendjähriger Geschichte, reichhaltiger Kultur und einem bedeutenden kulturellen wie auch landschaftlichen Vermögen, das dieses Jahr zu den Hauptanregungen für deutsche Touristen dienen soll. Die katalanische Hauptstadt Barcelona wie auch die drei Hauptstädte der katalanischen Provinzen Girona, Tarragona und Lleida, bieten zahlreiche Sehenswürdigkeiten und Möglichkeiten für Aktivitäten. Im Rest der Region gibt es viele Orte mit einem beachtlichen Kulturgut, das aus renovierten Altstädten, Gebäuden von der Romanik bis zum Jugendstil und einer großen Vielzahl an Museen besteht.

Die Region Katalonien setzt auf ihr wertvolles und reichhaltiges Kulturgut (Foto: Agencia Catalana de Turismo).

In diesem Jahr hat die Agencia Catalana de Turismo (ACT) die Initiative des europäischen Jahres des Kulturerbes aufgegriffen und beabsichtigt, ihr touristisches Angebot mit der Hauptrolle dieses reichhaltigen Kulturguts der Region zu gestalten. „Wir möchten dieses Jahr nutzen, um das gesamte – bekannte oder komplett unbekannte – Kulturgut aufzuwerten und die wirtschaftliche Strömung in den einzelnen Gebieten Kataloniens ausgleichen und verbessern zu können."

Das Qualitätsangebot für das MICE-Segment wird als weiteres Schlüsselprodukt gefördert. „Barcelona ist eines der Hauptreiseziele, wenn es um Kongresse und Veranstaltungen geht. Unser Ziel lautet, dass andere katalanische Orte mit gleichwertigen Infrastrukturen und Eigenschaften auch zu erstrangigen Zielen für Incentivereisen werden."

Die katalanische Hauptstadt hält ihre ausgezeichnete Stellung auf den weltweiten Ranglisten dieser Branche: Laut 2018 Global Meetings & Events Forecast von American Express Meetings & Events steht sie als beliebtestes europäisches Reiseziel für dieses Jahr an zweiter Stelle. In den letzten vier Jahren wurde sie bei den World Travel Awards – den wichtigsten Auszeichnungen innerhalb der Tourismusbranche – zum dritten Mal als bestes Reiseziel 2017 für Versammlungen und Konferenzen anerkannt. Auf der von International Congress and Convention Association (ICCA) erstellten Liste steht sie im zweiten Jahr in Folge an dritter Stelle der Städte mit der höchsten Anzahl an internationalen Kongressen.

## Campingreiseziel

Camping ist ein weiteres herausragendes Produkt für 2018. In dieser Variante ist Katalonien „mit einem ausgezeichneten Angebot an Bungalows der Premium-Klasse und Infrastrukturen für die immer zahlreicheren Touristen mit Wohnmobilen eines der für die Besucher am besten ausgestatteten Reiseziele. In diesem Zusammenhang kann angeführt werden, dass die katalanischen Campingplätze jährlich als die weltweit besten ausgezeichnet und anerkannt werden."

Die Region bietet außerdem „eine ideale Entfernung", damit die Familien mit dem Auto und die Best Ager im Wohnmobil kommen. Dieses Jahr wurden z. B. in Deutschland 63.000 neue Fahrzeuge für Wohnwagen, 40.500 Wohnmobile und 22.500 Wohnwagen angemeldet.

Seit Januar zeigt sich die digitale Plattform Kataloniens für den deutschen Markt, katalonien-tourismus, mit einem neuen Layout, was „für alleinreisende Touristen wie auch für Agenten, die ihrer Beratung einen Mehrwert verleihen möchten, unabdinglich ist." ■

MUR

Kultur, aktiver Tourismus, Golf und Wassersport führen das touristische Angebot an

# Costa Cálida in der Region Murcia: abwechslungsreiches Angebot und Charme auf Schritt und Tritt

Diana Ramón Vilarasau
*@dianaramonv*

Die Region Murcia bietet zahlreiche Möglichkeiten für deutsche Touristen: 170 Kilometer Costa Cálida, ein angenehmes Klima mit 300 Sonnentagen im Jahr, nahezu tropische Hitze im Sommer und milde Temperaturen im Winter sowie zwei Meere für Wassersportaktivitäten ergänzen ein vielseitiges touristisches Angebot für Erlebnisse in dieser Region.

Radsport im Espuña Hochland in der Region Murcia (Foto: Adrián Madrid).

*Fast 95 % der Touristen aus Deutschland besuchen die Region Murcia auf Vergnügungs- und Urlaubsreisen*

Die Region Murcia stellt dieses Jahr ein breites und abwechslungsreiches touristisches Angebot vor, das auf vier Trümpfe setzt: kultureller Tourismus mit dem ehrgeizigen „Legado Vivo“ Projekt, aktiver Tourismus, Golf und Wassersporttourismus im Mar Menor.

## Lebendes Vermächtnis in Murcia

Laut Angaben des Fremdenverkehrsamtes der Region Murcia wird das kulturelle Projekt „Legado Vivo“ 2018 über 500 Ressourcen der Region vorstellen, indem die regionale sakrale Kunst neben Anregungen für charmante Orte, Gastronomie, Feste und Festivals mit dem Kulturgut der großen Städte verbunden wird.

Das Projekt ist in fünf große Blöcke untergliedert: Der erste Block ist die sakrale Region Murcia, mit der die 2017 mit dem Jubiläumsjahr Caravaca de la Cruz begonnene strategische Ausrichtung fortgesetzt und dem Besucher die Möglichkeit gegeben wird, die Region über ihr sakrales Kulturgut entdecken und kennenzulernen.

Der zweite Block erfolgt unter dem Dach der kulturellen Großstädte. Hier heben sich Murcia, Lorca und Cartagena als bedeutende Ikonen der regionalen Kultur und Kunst hervor. „Im nächsten Jahr werden sie dank der bevorstehenden Inbetriebnahme des internationalen Flughafens der Region Murcia und des Hochgeschwindigkeitszugs für die Touristen noch besser erreichbar sein.“

Der dritte Block bezieht sich auf „Reiseziele mit kultureller Geschichte“, in dem Gemeinden und Bereiche mit Charme, in denen die Geschichte ihre Spuren hinterlassen hat, zusammengefasst sind. „Bei diesen Routen werden Straßen, Plätze, Museen und einzigartige Gebäude hervorgehoben“. Es werden Investitionen geleistet, um das Kulturgut wieder herzurichten.

Die Gastronomie und die Kampagne „Region der 1.001 Geschmäcker“ bilden den vierten Block dieses Projekts. Mit diesem strategischen Programm soll der gastronomische Reichtum als Anziehungspunkt und Kennzeichen des Reiseziels gefördert werden, indem die Traditionen erfolgreich auf die neue Küche Murcias, die vorrangig mediterran, gesund und exquisit ist, übertragen werden.

Das Angebot an Festen und Festivals in der Region bildet den fünften und letzten Block der Inhalte des „Legado Vivo“, der für die Kenntnis der Geschichte der Region und ihren Charakter unabdinglich ist.

## Natur und Sport

Die Verschiedenheit und Vielseitigkeit der Region Murcia findet sich auch im Reichtum ihrer Naturgebiete und dem großen Angebot an Aktivitäten in der Natur wieder. Aus diesem Grund sind aktiver Tourismus und Natur – in Bezug auf Sporttourismus wie Golf, Fußball, Tauchsport und Wassersport am Mar Menor – ein bedeutender Bestandteil des touristischen Angebots der Region.

Unter den Sportarten werden die Wassersportaktivitäten am Mar Menor und der Unterwassertourismus besonders gefördert, um die Belegung an der Costa Cálida in der Mittel- und Tiefsaison anzuregen. Hierbei wird für die Region als ideales ganzjähriges europäisches Reiseziel für Wassersportarten und insbesondere für den Tauchsport geworben. Das Ziel dabei sind die Internationalisierung und die Saisonunabhängigkeit der touristischen Aktivitäten.

Der Golfsport spielt eine weitere Hauptrolle. In der Region Murcia stehen in einem Aktionsradius von 35 Kilometern 22 erstklassige Golfplätze mit 348 Löchern aller Schwierigkeitsgrade zur Verfügung. Hier können Profis und Amateure ihren

> *Das kulturelle Projekt „Legado vivo (lebendiges Vermächtnis)“ stellt 2018 über 500 Ressourcen der Region vor. Es verbindet regionale sakrale Kunst sowie Gastronomie und Feste mit dem Kulturgut der großen Städte*

Lieblingssport an 300 Sonnentagen im Jahr bei 19 ºC Durchschnitttemperatur treiben.

Die meisten Golfplätze liegen in der Nähe der Küste, was sie noch attraktiver macht, da man in wenigen Minuten die herrlichen Strände erreichen kann. Die Golfplätze sind außerdem Teil von Wohnsiedlungen mit der notwendigen Infrastruktur wie Restaurants, Geschäften, Unterhaltungslokalen, Fitnesssälen, Tennis- und Paddeltennisplätzen sowie einem großen Netzwerk an Appartements, Bungalows und Wellnesshotels, die alle Bedürfnisse der Unterbringung abdecken.

## Vierter Markt

Die Region Murcia empfing 2017 insgesamt 57.389 Touristen aus Deutschland, womit 5,8 % Anteil am Markt der gesamten ausländischen Touristen erreicht wurden. Damit nimmt Deutschland hinter Großbritannien (42,1 %), Frankreich (15,4 %) und den nordischen Ländern (10 %) den vierten Platz unter den Herkunftsländern der Touristen ein.

Die Gesamtausgaben der deutschen Touristen bei ihren Reisen in die Region Murcia betrugen im Jahr 2017 56,5 Millionen Euro und stellen 5,6 % der Gesamtausgaben der ausländischen Touristen dar. Die durchschnittlichen Ausgaben eines jeden deutschen Touristen liegen bei 1.000 Euros und entsprechen dem Durchschnitt der ausländischen Touristen in der Region. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Tagen betrugen 90 Euro und damit 15 % mehr als 2016.

Unterwasseraktivitäten wie Schnorcheln an der Costa Cálida – ein weiteres Highlight im Angebot der Region Murcia (Foto: Adrián Madrid).

Die Anzahl deutscher Gäste in Hotels der Region lag 2017 bei 16.083 Reisenden. Das bedeutet 13,6 % Anstieg im Vergleich zu 2016 und 5,8 % der gesamten ausländischen Gäste in Hotels der Region. Die Übernachtungen stiegen auf 50.165 und verzeichneten 19,5 % Wachstum. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer deutscher Touristen in Hotels der Region betrug 3,1 Tage.

Von den 16.083 Gästen im Jahr 2017 in Hotels der Region übernachteten 32,7 % in Costa Cálida, 54,9 % in den Städten (hauptsächlich in Murcia, Cartagena und Lorca) und 12,4 % im Inland der Region.

Auf der anderen Seite sind die Campingplätze bei ausländischen Touristen und insbesondere bei Reisenden aus Deutschland sehr beliebt. Sie stellen den Hauptherkunftsmarkt dieser Touristenklasse dar. Die Region Murcia steht mit den Übernachtungen deutscher Touristen auf Campingplätzen, die über 9 % der spanischen Gesamtzahl ausmachen, an der vierten Stelle der spanischen Regionen.

## Perspektiven für 2018

Das Strategieprogramm für Tourismus der Region Murcia 2015-2019 sieht in den Zielen für 2018 10 % Anstieg des ausländischen Tourismus bei der Anzahl an Touristen und 13 % bei den Einnahmen vor.

Die Fremdenverkehrsbehörte hebt als Wettbewerbsvorteile zum Anlocken deutscher Touristen sehr wettbewerbsfähige Preise, hohe Diversität in einem geografisch kleinen Gebiet, kein Massentourismus im Inland wie auch die Tatsache hervor, dass es ein „unterschiedliches Reiseziel in Spanien“ ist, das in Deutschland nicht so bekannt ist. Dieser Punkt stellt einen Vorteil auf diesem Markt dar. ■



KLM

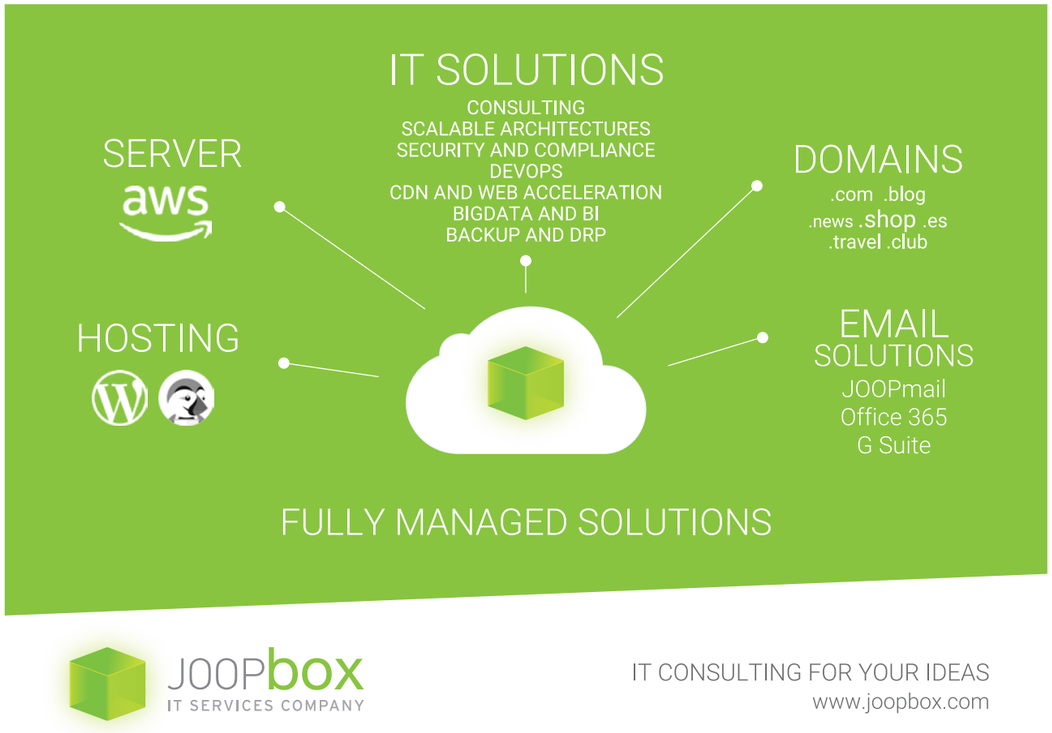
Die Wiege des Don Quijote zeigt ihre weiteren Sehenswürdigkeiten

# Castilla La Mancha zeigt mit Stolz ihre Natur und ihr Kulturgut

Charo Hierro
*@charohie*

Castilla La Mancha ist nicht nur die Wiege des Don Quijote, sie besitzt auch zahlreiche weitere Anziehungspunkte wie Natur und Kulturgüter, mit denen das Reiseziel dieses Jahr auf dem deutschen Markt werben wird. Laut Angaben von Ana Isabel Fernández, der Generaldirektorin für Fremdenverkehr, Handel und Kunsthandwerk der Landesregierung von Castilla-La Mancha, „möchten wir für das werben, was in Castilla-La Mancha überrascht – wie unsere Nationalparks, die Naturschutzgebiete, das Angebot an Aktivitäten in Verbindung mit der Natur, die abstrakte Kunst –, d. h. grundsätzlich für alles das, was nicht zu den typischen touristischen Sehenswürdigkeiten der autonomen Gemeinschaft gehört.“ So gehört z. B. der Serranía de Cuenca Astronomiepark, der von der Starlight Stiftung als einer der Himmel mit der niedrigsten Lichtverschmutzung zur Sternbeobachtung zertifiziert wurde, zu den Anregungen. An diesem Projekt sind neunzehn Orte beteiligt. Ein weiterer Anziehungspunkt der Region sind ihre beiden von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärten Städte Toledo und Cuenca, oder auch die Burgenrouten mit herausragenden Bauwerken in Sigüenza, Belmonte, Sacro Convento wie auch die Calatrava La Nueva Burg oder die Burg im Ort Chinchilla de Montearagón. Neben Natur und Kulturgut wird die Regierung der autonomen Gemeinschaft auch die vielseitige Gastronomie als Anreiz für den deutschen Markt hervorheben. ■

Die spanische Region Castilla La Mancha konzentriert einen Teil ihres Angebots auf ihre Nationalparks und Naturschutzgebiete.



EXT

Extremadura konzentriert sich im Tourismus auf : Natur, Kultur und Gastronomie

# Extremadura wird in Deutschland als ein Zielgebiet zum Entspannen beworben – Slow Tourismus

Charo Hierro
*@charohie*

Extremadura wird auf der ITB als ein Ziel vorgestellt, die die Umwelt respektiert, sowie das historische Erbe und die lokale Kultur.

Extremadura gilt als eines der letzten Naturparadiese im Süden Europas, es bietet ein reiches historisches Erbe und eine Küche mit hochwertigen Produkten beeinflusst durch die verschiedenen Kulturen, die die Region in den Jahren bewohnt haben.

Die Landschaft besteht aus Tälern, Bergen, Ebenen und Weiden und mediterranerem Wald .Forstwirtschaft, Landwirtschaft und Viehzucht werden seit Jahrhundert in harmonischen, respektvollem Umgang mit der Umwelt betrieben.

Von Norden nach Süden bietet die Region mehr als fünfzig Naturschutzgebiete , vor allem die Nationalparks Monfragüe, der Geopark Villuercas- Ibores Jara und der Naturpark , der internationale Tajo sind ideal zum Wandern und Mountainbiken, zur Vogelbeobachtung und zum Betrachten der Sterne an einem der klarsten Himmel Südeuropas.

Extremadura zeichnet sich auch durch sein historisches und kulturelles Erbe aus. Prähistorische Stätte, römische Städte und Infrastrukturen, arabische Festungen, jüdische Viertel und Synagogen, Kirchen, Kathedralen und Klöster, Schlösser, Paläste und Herrenhäuser erstrecken sich über das ganze Gebiet. Die mittelalterliche Gruppe von Cáceres, der römische archäologische Komplex von Mérida und das Kloster von Guadalupe verdienen besondere Erwähnung, Stätten, die von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt wurden, sowie Städte mit schönen historischen Zentren wie Plasencia, Trujillo, Zafra und Jerez de los Caballeros.

## Viert stärkster Markt

Laut INE-Daten blieben 2016 knapp über 20 000 Deutsche in touristischen Einrichtungen in der Region ( Daten beim abgeschlossenem Jahr 2016), womit Deutschland nach Portugal, Frankreich und dem Vereinigten Königreich das viertwichtigste Land für Extremadura ist. 8% der ausländischen Touristen in der Gemeinde kommen aus Deutschland.

Um diese Position zu stärken, stärkt Extremadura drei Hauptachsen im Tourismus: Natur, Kultur und Gastronomie. In diesem Sinne werden Initiativen wie das Starlight-Tourismuszertifikat vorgestellt, das im vergangenen Jahr an das Biosphärenreservat Monfragüe erteilt wurde und das die ausgezeichneten Bedingungen des Nachthimmels bestätigt; die neuen Wander- und Radwege, unter denen der Greenway der alten Mine La Jayona (Badajoz) besonders hervorzuheben ist; oder das Europäische Jahr des Kulturerbes

Extremadura bietet auch eine neue spirituelle Route an, eine Route die über den religiösen Tourismus hinausgeht und von den historischen Pilgerrouten in Extremadura (Camino de Santiago-Vía de la Plata und Caminos de Guadalupe) bis zu den prähistorischen, tartessischen und keltischen Stätten, zum Vermächtnis der alten Militärorden oder den Festen, die von touristischem Interesse sind, führt

Ausserdem wird die Käse-Route von der Region vorgestellt, die Ende 2017 mit 45 Unternehmen aus der Gemeinde ins Leben gerufen wurde. ■



GAL

Vorstellung neuer Produkte zur Angebotsstreuung und Aufteilung der Besucherströme

# Galicien konzentriert ihren touristischen Einsatz für dieses Jahr auf Kulturgut und Natur

Naturressourcen und Landschaften sind beim touristischen Angebot Galiciens besonders beliebt.

Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Saisonunabhängigkeit sind die Leitlinien, die für Galiciens neue touristische Angebote für 2018 bestimmt wurden. Das Reiseziel Galicien, das jedes Jahr mehr Besucher empfängt, bietet seine Landschaften wie auch seine Natur- und Kulturressourcen, Gastronomie und den Jakobsweg als Hauptattraktionen an. 2017 kamen zum ersten Mal über fünf Millionen Besucher und Deutschland stand als ausländischer Aussendermarkt an zweiter Stelle.

Galicien erweitert sein Fremdenverkehrsangebot mit neuen Produkten und Erlebnissen. Damit wird eine bessere Streuung der Besucherströme wie auch eine höhere Verteilung der Gewinne dieser Branche im gesamten Gebiet angestrebt. Alle diese Angebote werden auf der ITB mit der Präsenz des Tourismus-Cluster Galiciens als Vertretung der Branche vorgestellt. Laut Angaben des galicischen Fremdenverkehrsamtes stellte Deutschland 2017 10 % der internationalen touristischen Nachfrage dar.

Auf der Messe wird die Region ihre über 1.600 Küstenkilometer, 16 Rias, den Nationalpark der atlantischen Inseln, die sechs Naturschutzgebiete und die Biosphärenreservate wie auch ihre 700 Stätten von kulturellem Interesse sowie die als Weltkulturerbe erklärten Stätten vorstellen. Zu den Letztgenannten gehört z. B. der Jakobsweg, der beim deutschen Publikum besonders beliebt ist. Deutschland stand im vergangenen Jahr an zweiter Stelle der ausländische Pilger. Im Jahr 2018 kommt 25. Jahrestag seit der Erklärung des Französischen Wegs zum Weltkulturerbe dazu.

## Von der Küste ins Inland

Das touristische Angebot der vier Provinzen wird anhand von 10 Produkten auf der ITB präsent sein: Darunter sind die Initiativen des Meerestourismus oder auch die Kamelienroute hervorzuheben, die durch 12 Landsitze und Gärten mit dieser herrlichen Blume führt und für den deutschen Markt besonders interessant ist.

Unter den neuen Anregungen stellt Galicien „Szenarien am Steuer“ vor. Diese führen anhand von 25 Routen und 50 Aussichtsplätzen durch die schönsten Landschaften des Inlands und der Küste. Die „Galicia Surfing“ Marke umfasst 100 Strände, die zum Surfen geeignet sind und Reiseangebote für bis zu 15 Tagen enthält.

Beim „Club del Agua“ fährt man von Leuchtturm zu Leuchtturm der Küste entlang und kann mit Fachleuten des Meeres sprechen, oder man kann den Miño Fluss von Hotel (Parador) zu Hotel abfahren, nach Santiago de Compostela als Mannschaftsmitglied oder Passagier eines Segelboots pilgern oder sich in einem Kurort entspannen.

Weiterhin wurden 20 Erlebnisse in den sechs Naturschutzgebieten gestaltet, die u. a. Routen mit Vogelkunde, Fotografieren, Wandern, Radfahren, Reiten oder Höhlenbesichtigungen umfassen.

Auch die „Minikreuzfahrten durch die Rias“, die von Juni bis November durchgeführt werden, wie auch die touristischen Zugfahrten auf originelle Routen, bei denen man die Weinberge, Landgüter, Städte und die wichtigsten Thermalbäder und gastronomischen Reiseziele entdecken kann, gehören dazu. ■

NOR

# Die ‘Magnete’ des spanischen Nordens: über Gastronomie und Wein zu Pilgerungen

Charo Hierro
*@charohie*

Spaniens Norden, zu dem Aragonien und La Rioja gehören, lockt deutsche Touristen - als Liebhaber der Natur, des ländlichen Tourismus, der Kultur und der lokalen Gastronomie – mit seinem ganzen Reiz an.

Der Pilgertourismus gehört zu den Anziehungspunkten der Regionen wie Navarra oder La Rioja (Foto von Eduardo Buxens, das vom Tourismusarchiv ‘Reyno de Navarra’ überlassen wurde).

Der Jakobsweg gehört zu den Hauptanziehungspunkten der Regionen wie Navarra, Kantabrien oder La Rioja. In diesem letzten Fall stellt er zusammen mit Weintourismus und Gastronomie, Sport-, Kultur- und Kongresstourismus eine der fünf Säulen des Teilkonzepts für touristische Exzellenz dar. Das Landesministerium für Innovation, Industrie, Tourismus und Handel der Regierung von Kantabrien wirbt auch für andere Pilgerwege wie für den Lebaniego Pilgerweg. Damit soll die `Cantabria Infinita` Marke auf dem deutschen Markt - der hinter dem französischen und britischen Markt an dritter Stelle steht – konsolidiert und unter der Reklame eines touristischen Angebots in Verbindung mit Natur, Kultur und Gastronomie eine höhere Anzahl an Touristen anlocken. Deutsche Besucher geben im Durchschnitt 169 Euro am Tag aus, was über den Ausgaben anderer Reisenden aus Europa liegt.

## Slowdriving-Routen

In der Region Aragonien, in der eine direkte Flugverbindung mit München eingeweiht wird, wird ab Mitte des Jahres ein neues Produkt angeboten: `Slowdriving-Routen`, die auf Nebenstraßen verlaufen und durch unterschiedliche Landschaften, Kulturgüter und charmante Dörfer führen. BTT-Routen, Wanderungen, Radtourismus, Vogelkunde und Angeltourismus sind weitere Anziehungspunkte, mit denen die Region Aragonien ihren vierten Markt für ausländische Besucher verführen und die 60.666 deutschen Besucher (+18,1%) vom vergangenen Jahr übertreffen möchte.

Für Asturien ist der deutsche Markt mit 22,56 % Anteil der zweitwichtigste ausländische Markt. 2016 besuchten 43.000 deutsche Touristen die Region, 12,6 % mehr als im Vorjahr. Die Übernachtungen betrugen 84.993 und verzeichneten den gleichen positiven Verlauf wie die Anzahl der Reisenden.

Die Gastronomie ist eine der Stärken der Region Navarra, die ihre guten Zutaten wie Spargel, `Piquillo`-Paprika usw. bei der Zubereitung der Gerichte sowie ihre Herkunftsbezeichnungen der Weine hervorhebt, die die Touristen in Restaurants und `Pintxos`-Bars (Bars mit Häppchen) probieren können. Diese Region rühmt sich auch ihrer gut geschützten Natur, mit der die ländlichen Gemeinden harmonisch zusammenleben. Zu ihrem Angebot gehören auch Feste und Traditionen wie das San Fermín Fest, bei dem Besucher und Einheimische in Kontakt kommen.

Auch das Baskenland zieht Besucher aus Deutschland, seinem dritten Markt für ausländische Besucher, an. Im vergangenen Jahr empfing die Region 106.643 Touristen, die ihre Gastronomie und Weine genossen, Stadttourismus und Touring machten und natürlich die lokale Kultur kennenlernten. ■



Verschiedene Initiativen zur Belebung des Angebots

# Spanien steigt in der Rangliste der Reiseziele für Shoppingtourismus

Das Produkt aus Sonne und Strand wie auch das Kulturgut locken jedes Jahr mehrere Millionen Touristen nach Spanien, während sich das Land außerdem in ein wichtiges Reiseziel für Shoppingreisende verwandelt. Bedeutende internationale Marken stehen neben lokalen Produkten und Designs und bilden eine reichhaltige und abwechslungsreiche Einkaufslandschaft, mit der sich Spanien innerhalb des globalen Angebots differenziert.

Laut Angaben der Welttourismusorganisation (UNWTO) ist der Shoppingtourismus für Millionen Reisende eines der wichtigsten Motive bei ihrer Auswahl des Urlaubsziels. Für viele Reisende ist es ihr Hauptgrund, während es für andere eine Option unter vielen für ihren Urlaub ist. Im Allgemeinen ist das Shoppen jedoch sehr eng mit dem Reisen verbunden. Um sich auch in diesem Segment positionieren zu können, hat Spanien in den vergangenen Jahren große Anstrengungen unternommen.

Turespaña, die für die Förderung des Fremdenverkehrs zuständige Behörde, setzte ein Programm zur Förderung dieser Aktivität in Gang. Jetzt konzentriert sie ihre Strategie auf den sogenannten kosmopolitischen Reisenden, d. h. Reisende mit hoher Kaufkraft, die u. a. an Einkäufen Interesse haben. Auch der Privatsektor hat diesbezüglich die Initiative ergriffen. ‘The Shopping & Quality Tourism Institute’ ist eine Einrichtung, die von Unternehmen und Organisationen dieser Branche gebildet wird. Sie hat ein Programm mit dem Horizont 2020 gestaltet, um die Besucherzahl aufgrund dieses Produkts in Spanien zu erhöhen.

Dank einer guten Kombination aus internationalen und spanischen Marken wird das Shoppingangebot immer abwechslungsreicher.

## Infrastrukturen

Das Angebot ist enorm und umfasst von modernsten Einkaufszentren über bescheidene Läden bis zu Luxusgeschäften in den Hauptgeschäftsstraßen der spanischen Großstädte. Dabei darf man die Luxusoutlets wie La Roca Village in Barcelona und Las Rozas Village in Madrid, im Besitz von Value Retail mit ähnlichen Einrichtungen in anderen Ländern, nicht vergessen. Diese Gesellschaft macht das Shoppen zu einem wahren Erlebnis und es gelingt ihr sogar, Shoppen mit Kultur zu verbinden. Sie hat ein Abkommen mit dem Thyssen-Bornemisza Museum in Madrid, das auf dem Sponsoring der „Moderoute“, einer Führung durch die Geschichte des Kleids anhand einer permanenten Ausstellung, basiert.

Madrid und Barcelona sind die Hauptziele. Laut einer Untersuchung von Global Blue, dem internationalen Tax Free Betreiber, konzentrieren zwei ihrer Gebiete, und zwar das Salamanca Stadtviertel in Madrid und Paseo de Gracia in Barcelona, jeweils 42 % der gesamten spanischen Einnahmen aus dem Shoppingtourismus.

Der Einsatz auf diese Aktivität verbreitet sich immer stärker. Valencia hat ein Shoppingprogramm ins Leben gerufen, mit dem das Angebot belebt und attraktivere Anregungen für die Touristen geschaffen werden sollen. Auch San Sebastián hat sich vorgenommen, den lokalen Handel mit der Schaffung eines Modeclusters und der Veröffentlichung eines Führers „Made in San Sebastián“ zu fördern. Darin werden berühmte Designer, Marken und Geschäfte San Sebastiáns vorgestellt. ■

KUB

# Wichtigste Ereignisse während des Jahres 2017

Kuba steht ein weiteres Jahr an der Spitze. Die Insel hat ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber Naturkatastrophen wie dem Orkan Irma bewiesen und auch ohne größere Schäden Kampagnen gegen den Besuch von Ausländern überstanden. Es werden weiter Hotels gebaut und die Insel zeigt sich der Welt gelassen, schön, verführerisch und mit guten neuen Geschäftsmöglichkeiten. Unsere Zeitschrift hat einige der wichtigsten Ereignisse des Jahres 2017 für die Entwicklung des Fremdenverkehrs auf der Insel zusammengefasst.

## Januar

**5. Januar:** Alaska Airlines landet in Havanna. Die regelmäßige Flugverbindung dieser Fluggesellschaft mit dem Flughafen in Havanna ergänzt die Liste der von der Obama-Regierung zugelassenen Luftfahrtunternehmen, die schon in die kubanische Hauptstadt fliegen: American Airlines, Delta Airlines, Frontier Airlines, JetBlue Airways, Southwest Airlines, Spirit Airlines und United Airlines.

**18. Januar:** Iberostar und Kuba schließen sich als Dienstleister für regionalen Tourismus zusammen. Die Aktiengesellschaft Logística Hotelera del Caribe (LHC), ein Gemeinschaftsunternehmen mit dem kubanischen AT Comercial, übernimmt die Leistung allgemeiner Logistikdienstleistungen inkl. Import, Export, Großhandel und Vertrieb von Waren für den Hotelgebrauch und steht für einen globalen Export der Produkte offen.

## Februar

**20. Februar:** Kuba hat im Januar 43.000 US-Amerikaner empfangen. Diese Zahl bedeutet 125 % Anstieg im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Vorjahr, d. h. die Zahl der US-Bürger, die im Januar 2016 nach Kuba reisten, hat sich mehr als verdoppelt.

**28. Februar:** Kuba wird zum größten Luftverkehrsmarkt der Region. Einem Bericht der OAG zufolge stieg die Anzahl der nach Kuba verfügbaren Sitzplätze vom Februar 2016 bis Februar 2017 um 34 %. Schon im Dezember wurde die Dominikanische Republik übertroffen, sodass Kuba zum „Land mit dem größten Markt in der karibischen Region“ und zum achten Land von ganz Lateinamerika wurde.

## März

**4. März:** Innerhalb von 63 Tagen hat Kuba im Jahr 2017 eine Million Touristen empfangen. Nordamerika ist weiterhin die Region, die die meisten Besucher nach Kuba sendet. Ihr folgen die Märkte aus Europa, während Lateinamerika auch einen bedeutenden Anstieg zeigt.

**9. März:** Kuba wählt Russland für die Modernisierung ihres Eisenbahnsystems aus. Die staatliche Eisenbahngesellschaft RZD Internacional de Rusia übernimmt das Projekt, das eine Investition von rund 1 Milliarde Euro bis zum Jahr 2030 vorsieht.

**9. März:** Die neue Boeing 787 Dreamliner von Air Europa landet in Havanna. Hier kamen der kubanischen Hauptstadt in der Region nur Miami, Bogotá, Santo Domingo und Buenos Aires zuvor.

**10. März:** Das erste Kreuzschiff von Norwegian legt in Kuba an. Das Schiff „Marina“ lief in Havanna mit 1.250 Passagieren an Bord ein. Norwegian hat weitere neun Reisen im Laufe des Jahres geplant und will schrittweise zwei weitere Marken der Gesellschaft mit aufnehmen.

**14. März:** Kuba: Modereiseziel für Spanier. Laut Angaben von Liligo, der Suchmaschine der eDreams Odigeo Gruppe, hat das gestiegene Flugangebot die Preise seit 2013 um 8 % gesenkt, sodass Kuba jetzt besser erreichbar ist und zu den Lieblingsreisezielen gehört.

**29. März:** Spanien und Kuba bauen den Punta Colorada Komplex. Kuba hat ein Gemeinschaftsunternehmen mit der spanischen Gruppe La Playa Golf & Resorts S.L. genehmigt, um einen Luxushotelkomplex in Verbindung mit dem Golfsport in Punta Colorada, in der Provinz Pinar del Río, zu bauen. Dieser wird einer der größten seiner Art in Lateinamerika sein.

**31. März:** Royal Caribbean nimmt ihre Tätigkeiten in Kuba auf. Das Kreuzschiff Azamara Quest legt im Hafen von Havanna an. Die Programme der Royal Caribbean nach Kuba umfassen auch das Empress of the Sea Kreuzschiff.

## April

**3. April:** Worldchefs erkennt die Qualität der kubanischen Küche an. Die Organisation stellt in Havanna den Erlass vor, mit dem die kubanische Küche als immaterielles Kulturgut der Welt bestätigt wird.

**25. April:** Kuba führt „Tarea Vida“ ein. Dieses staatliche Programm Kubas für den Kampf gegen den Klimawandel sieht u. a. den Schutz der Strände und anderer natürlicher wie auch vom Menschen geschaffener Bereiche vor.

## Mai

**3. Mai:** Kuba stellt Gibara als Touristenziel vor. Der Präsident von Iberostar, Miguel Fluxá, unterzeichnet am ersten Tag der 37. Internationalen Tourismusmesse FitCuba 2017, die Deutschland und dem Produkt Rundreisen gewidmet ist, ein Abkommen mit der Hotelgruppe Cubanacán, um die Plaza Colón, Ordoño und Arsenita Hotels an diesem neuen Reiseziel zu betreiben.

**15. und 16. Mai:** Die US-amerikanische Hotelbranche setzt auf Kuba. US-amerikanische Hotelunternehmen wie Marriott, Hilton, Hyatt, Choice und Wyndham sind Kosponsoren der jährlichen Versammlung der Lateinamerikanischen Konferenzen über Investition in Hotelgewerbe und Tourismus SAHIC Cuba, die in Havanna mit einer starken Vertretung von Investoren aus aller Welt veranstaltet wird. „Wir haben großes Interesse an Kuba als Reiseziel für unsere Gäste“, sagte der Seniorvizepräsident für Entwicklung von Hyatt, David Tarr, der Presse.

**23. Mai:** Expedia kündigt ihren Einstieg in den kubanischen Markt an. „Das Unternehmen arbeitet intensiv mit den Hotelpartnern in Kuba zusammen, um dieses attraktive Reiseziel voller Kultur unserer globalen Kundschaft anzubieten,“ sagte der Direktor für Marktverwaltung von Expedia für die Karibik, Demetrius Canton.

**30. Mai:** Carnival führt ihre dritte Marke in Kuba ein. Holland America Line ist die dritte Marke von Carnival Corporation, die Reisen nach Kuba anbietet. Die erste Abfahrt in Richtung der kubanischen Häfen ist für den 22. Dezember von Florida ausgehend mit dem Schiff Veendam geplant.

## Juni

**14. Juni:** Kuba gibt 284.565 Reisende aus den USA von Januar bis Mai an. Diese Zahl entspricht der Gesamtzahl von rund 285.000 Inselbesuchern aus diesem Land vom Jahr 2016. Das bedeutet ein Anstieg von 145 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Vorjahr.

**6. Juni:** Erfolgreiches Management der „selbstständigen“ Kubaner bei Airbnb. Ein Bericht über Kuba versichert, dass die Gewinne der Kubaner, die über Airbnb Zimmer vermieten, seit April 2015 insgesamt rund 40 Millionen Dollar betragen. Kuba ist heute mit über 22.000 Angeboten das Land mit dem schnellsten Wachstum an Angeboten.

**8. Juni:** Kuba weiht sein erstes 5-Sterne-Plus-Hotel ein. Das Gran Hotel Manzana Kempinski La Habana ist das erste 5-Sterne-Luxushotel auf der Insel. Es besitzt sechs Etagen und 246 Zimmer, von denen 29 Prozent Suiten und Junior Suiten sind. Es besitzt außerdem sechs Restaurants und Bar, Spa und Wellnesscenter sowie Panoramablick auf die Altstadt, die von der UNESCO zum Weltkulturgut erklärt wurde.

**13. Juni:** Meliá übernimmt die Verwaltung der Hotels in Cienfuegos. Die spanische Gruppe wird ab dem 1. Januar 2018 die gesamte Hotelbranche der in Zentralkuba gelegenen Stadt Cienfuegos verwalten.

**16. Juni:** Trump beginnt mit dem Rückzug bei der Annäherung an Kuba. Donald Trump unterzeichnet in Miami einen neuen Wechsel in der Politik zu Kuba. Dazu gehören die Verschärfung der geschäftlichen und finanziellen Blockade gegen die Insel sowie Einschränkungen für die Reisen der Nordamerikaner in das karibische Land anhand bürokratischer Barrieren und der Abschaffung individueller Bildungslizenzen.

**30. Juni:** Das Carnival Paradise Kreuzschiff legt zum ersten Mal in Havanna an. Hierbei handelt es sich für die Insel um das größte nordamerikanische Kreuzschiff und um das Erste, das Kuba nach der Ankündigung der neuen Politik von Präsident Trump besucht.

## Juli

**25. Juli:** Kuba erreicht 3 Millionen Besucher und aktualisiert ihr Ziel für 2017.

Diese Zahl wurde 75 Tage früher als 2016 erreicht und stellt 24 % Anstieg zum Vorjahr dar. Eine neue Schätzung für 2017 sieht vor, das Jahr mit 4.700.000 Touristen abzuschließen.

**25. Juli:** Reiseagenturen der USA schließen sich gegen die Barrieren für Reisen nach Kuba zusammen. „Wir müssen Informationen teilen und bei Themen, die für uns wichtig sind, vereint sprechen“, sagte Michael Sykes von Cuba Cultural Travel, der eine Handelsgruppe gründete, die damals schon 30 Mitglieder umfasste.

## August

**7. August:** Air China eröffnet ein Handelsbüro in Kuba. Die

neue Niederlassung erleichtert die Reisen zwischen der kubanischen Hauptstadt und Beijing mit dem Direktflug, der seit Ende 2015 betrieben wird.
Der Flug von Air China nach Kuba ist die einzige Direktverbindung zwischen China und der karibischen Region.
**20. August:** Carnival und Royal Caribbean verstärken ihre Tätigkeiten in Kuba. Carnival Corporation erweitert ihre Pläne für das nächste Jahr mit weiteren fünf Fahrten auf dem Carnival Paradise Kreuzschiff nach Kuba. Auch Azamara Cruises, eine Tochtergesellschaft der Royal Caribbean, kündigt die Erweiterung neuer Routen für 2018 und 2019 aufgrund der steigenden Nachfrage nach diesem Reiseziel an.
**20. August:** Der Flugbetrieb in Havanna steigt um 27 %. Der Flughafen in Havanna hat von Januar bis August 2017 über 4 Millionen Passagiere empfangen, was einen Anstieg von 27 % gegenüber dem gleichen Zeitraum von 2016 darstellt.
Während dieses Zeitraums wurden jeden Tag 20.000 Passagiere betreut und rund 156 Flüge – darunter Charterflüge, Linienflüge sowie Ein- und Ausreisen – sowie 50 Fluggesellschaften abgefertigt.

## September

**1. September:** JetBlue eröffnet zwei Büros in Havanna. „Wir nehmen weiterhin Änderungen vor, um die Serviceleistungen für die Kunden zu verbessern und die Geschäfte auf diesem Markt langfristig zu sichern," bestätigte Robín Hayes, CEO der Fluggesellschaft.
**8.–11. September:** Der Orkan Irma verwüstet touristische Regionen Kubas. Irma verursacht zahlreiche Schäden von Osten bis Westen auf Kuba und zehn Personen verlieren ihr Leben. Eine Untersuchung der Reiseziele nach dem Ereignis zeigt Schäden, die wieder repariert werden können, da es mehrheitlich abgehängte Decken, leichte Dächer und Glasschäden waren. Der Fremdenverkehrsminister versichert, dass sogar die kompliziertesten Orte wie der Flughafen in Jardines del Rey vor Beginn der Hochsaison – d. h. Anfang November - komplett wiederhergestellt sein werden.
26. September: Kuba macht Werbung für Naturprodukte auf der Turnat 2017.
Auf dieser Veranstaltung werden neue Routen und ökologische Wanderrouten in der östlichen Region vorgestellt. Es wird eine Handelsbörse aus Produkten, Reisezielen, Programmen und dem System zur Verbindung und Vertriebsverwaltung mit der Beteiligung von Vertretern der Unternehmen und Reiseagenturen des Landes veranstaltet.

## Oktober

**1. Oktober:** Havanna öffnet ihre Strandpromenade (Malecón) nach den Schäden durch Irma. Die berühmte Sehenswürdigkeit der kubanischen Hauptstadt, d. h. die Strandpromenade oder „Malecón", wird nur 20 Tage nach den Schäden durch die riesigen Wellen des Orkans Irma wieder für den Verkehr geöffnet.
**12. Oktober:** Die kubanischen Behörden schätzen, dass die Insel 1.500 Millionen Dollar im Jahr einnehmen könnte, wenn die nordamerikanischen Touristen frei auf Kuba einreisen könnten. Die Anlegegebühren der Jachten aus den USA mit durchschnittlichen Aufenthalten von einer Woche werden auf 15 Millionen Dollar im Jahr geschätzt.

**13. Oktober:** Die Botschaft der Vereinten Nationen in Kuba veröffentlicht eine Warnung, in der das Hotel Capri und das Hotel Nacional aufgrund angeblicher Angriffe auf ihre Diplomaten als gefährliche Orte für ihre Bürger dargestellt werden. Die USA startet eine Skalierung einseitiger diplomatischer Aktionen, die die beginnende Annäherung zwischen beiden Ländern ernsthaft beeinträchtigen. Donald Trump empfiehlt seinen Bürgern, nicht nach Kuba zu reisen.
21. Oktober: Die auf Kuba vertretenen Hotelketten wie Meliá, Iberostar und Blue Diamond sowie mehrere ihrer kubanischen Partner wie Gran Caribe, Cubanacán und Gaviota kündigen an, dass ihre Hotels in Havanna, Varadero, Trinidad, Santiago de Cuba und an anderen Reisezielen schon komplett in Betrieb sind und die üblichen Qualitätsniveaus mit einer positiven und steigenden Belegung bewahren. Sie kündigen die Eröffnung der Hotels in den Cayos im Norden ab dem 1. November an.
**25. Oktober:** Der internationale Flughafen Jardines del Rey in der zentral-nördlichen Region Kubas nimmt seine Tätigkeiten nach den Auswirkungen des Orkans Irma wieder auf. Es werden zwar noch Umbauten an einigen Einrichtungen ausgeführt, aber Cayos de Villa Clara und Ciego de Ávila haben sich von den Zerstörungen durch den Orkan erholt und stehen für den Tourismus bereit.



## November

**2. November:** Kuba nimmt zum ersten Mal 2 Milliarden Dollar ausländische Investitionen in einem Jahr ein. Dieser Betrag ist notwendig, um die wirtschaftlichen Reformen tragen zu können. In der neuen Version des Geschäftsportfolios für ausländisches Kapital sind 156 neue Projekte mit über 3 Milliarden Dollar enthalten. Über 150 Projekte davon sind für den Tourismus.
**6. November:** Kuba hat in diesem Jahr bisher 4 Millionen Touristen empfangen. Diese Zahl wurde 54 Tage früher als 2016 erreicht, als das Land zum ersten Mal in einem Jahr mehr als vier Millionen Besucher empfing.
**8. November:** Neue Einschränkungen der USA, welche die Transaktionen der US-Amerikaner mit 180 kubanischen Einrichtungen verbieten und neue Hindernisse für die Reisen ihrer Bürger auf die Insel einführen, treten in Kraft. Der US-amerikanische Verband der kubanischen Reiseunternehmen (ATOC), der 53 in diesem karibischen Land tätige Gesellschaften vertritt, zeigt sich erleichtert, da die angekündigten Einschränkungen „die Mehrheit der legalen Reiseoptionen, die zurzeit für die US-Amerikaner, die Kuba besichtigen möchten, zur Verfügung stehen, nicht verhindern". Die Einrichtung besteht trotzdem darauf, ihre Ablehnung der Maßnahmen zu verteidigen, und ist der Ansicht, dass der Tourismus für den Fortschritt der bilateralen Beziehungen vorteilhaft ist.

**28. November:** Der Internationale Verband von Kreuzfahrtlinien (Clia) vereint in Havanna die Präsidenten von neun Gesellschaften und Manager der American Cruise Line, Virgin Voyager, Carnival Corporation and Plc, Holland American Line, Carnival Cruise Line, MSC Cruises, Norwegian Cruises Line Holdings, Royal Caribbean Cruises Ltd. und Club Cruises. An der Versammlung nehmen auch Silversea Cruises, Celestyal Cruises und Disney Cruises Line teil, um die neuen Geschäftschancen kennenzulernen und mit ihren Partnern in Kuba zu sprechen.

## Dezember

**1. Dezember:** Royal Caribbean kündigt an, ihre Besuchsmöglichkeiten auf Kuba mit zwei weiteren Schiffen, dem Majesty of the Seas und dem Empress of the Seas zu verdoppeln, wie auch Zwischenaufenthalte in Santiago de Cuba und Cienfuegos hinzuzufügen.

**10. Dezember:** Kuba und Caricom unterzeichnen die Zusammenarbeit für Tourismus mit mehreren Reisezielen. Während des 6. Bilateralen Gipfels von Caricom-Cuba in Antigua und Barbuda unterzeichnen Kuba und die Gemeinschaft der Karibik Abkommen über die Zusammenarbeit und Förderung des Tourismus mit mehreren Reisezielen. Dieser Verständigung hatte Havanna schon mit Jamaica und Trinidad und Tobago vorgegriffen.

**13. Dezember:** American Airlines und Jetblue fordern beim Transportministerium der USA die Zuteilung von Frequenzen nach Kuba an, auf die andere nordamerikanische Fluggesellschaften wie Alaska Airlines, Frontier Airlines und Spirit Airlines verzichtet hatten, während Delta, die auf einige ihrer Frequenzen verzichtet hatte, ihre Flüge zwischen Miami und Havanna jetzt vermehren möchte.

**20. Dezember:** Der kubanische Tourismus meldet gute Ergebnisse im Jahr 2017. Die Ankunft ausländischer Besucher ist bis November um 19,7 % bezüglich des gleichen Zeitraums im Jahr 2016 gestiegen. „Für das nächste Jahr planen wir, 5 Millionen Besucher zu erreichen, sodass das Wachstum rund 6 % betragen muss," kündigt der zuständige Minister an.

**28. Dezember:** Das Kreuzschiff Veendam von Holland America Line legt zum ersten Mal mit 604 Passagieren an Bord in Havanna an. Das Veendam Kreuzschiff hat in der Stadt Cienfuegos einen zweiten Aufenthalt in Kuba geplant.

**31. Dezember:** Kuba hat 4.689.915 internationale Besucher – rund 655.000 Touristen mehr als 2016 – empfangen und erreicht fast ihre Vorschau von 4,7 Millionen, die mehrere Monate vor dem Orkan Irma kalkuliert wurde. ■

roc HOTELS

hotel roc presidente
Havanna · Kuba

hotel roc arenas doradas
Varadero · Kuba

hotel roc barlovento
Varadero · Kuba

hotel roc santa lucía
Camagüey · Kuba

Hauptbüro Spanien
Enric Alzamora 6, 8º
07002 Palma de Mallorca.
Tlf: (+34) 971 213 090
www.roc-hotels.com

Zweigstelle Andalusien
Avda. isabel manoja 9
29620 Torremolinos.
Tlf: (+34) 952 051 308
www.roc-hotels.com

Zweigstelle Kuba
Quinta Avda. #6403 e/ 64-66
Playa, La Habana, Cuba.
Tlf: (+53 7) 2049308
www.roc-hotels.com

cubanacan GRUPO · GRAN CARIBE

cubatur
Agencia de Viajes

Kuba

Ein wahrer Schatz in der Karibik

Die Insel Kuba liegt mitten der Karibik und begeistert ihre Besucher mit Sinnlichkeit und Authentizität. Mit ihren Werten und ihrer Diversität verheißt die Perle der Antillen vom ersten Augenblick an tolle Erinnerungen: Städte mit reichem Kulturgut, abwechslungsreiche Natur, ausgezeichnete Strände und Buchten, herrliche Meeresgründe, Kulturreichtum in vielen Farben sowie gastfreundliche Einwohner.

Cubatur bietet ein großes Ausflugsprogramm, das zu den herrlichen Sehenswürdigkeiten der Insel führt und Ihre Reise in eine Traumreise verwandelt. Diese Angebote sind im ganzen Land in den Fremdenverkehrsbüros erhältlich.

Agencia de Viajes Cubatur
@CubaturCuba
www.cubatur.cu

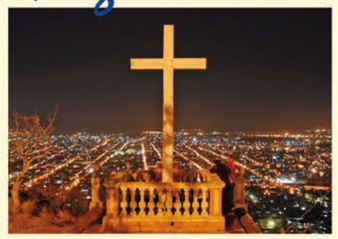
Sie haben die Wahl und cubatur bietet Zufriedenheit!

Havanna

Ausflug nach Viñales und Soroa

Overnight Santa Clara-Trinidad

Holguín


Cuba Life

Combo Tour

Santiago de Cuba

Ausflug nach Gran Piedra

Geschichte, Meer und Religion

E-mail: cubaturleofrece@opcional.cbt.tur.cu
Telf.: +53 7833 3569 (Opcionales Habana)

Cuba

KUB

# Deutschland: Kubas vierter Markt

Für den deutschen Markt wurde das Jahr 2017 mit einer Rekordzahl von 243.408 Besuchern in Kuba mit der vierten Stelle unter den aussendenden Ländern und gleichzeitig 0,43 % Anstieg im Vergleich zum Vorjahr abgeschlossen. 5,1 % der Besucher des karibischen Reiseziels kamen aus Deutschland, womit es die Liste der aussendenden Länder aus dem alten Kontinenten anführt.

Historisch betrachtet war Deutschland einer der Hauptmärkte der Insel und schwankte seit den 90er Jahren zwischen der zweiten und fünften Stelle (mit Ausnahme von zwei Jahren, in denen es an sechster Stelle stand). Betrachtet man die Entwicklung des deutschen Marktes in diesem Jahrhundert, zeigt sich nach einer Rekordzahl mit 203.403 Besuchern im Jahr 2000 eine deutliche Abnahme bis 2011, als der Wendepunkt eintrat.

Laut Vision der Welttourismusorganisation werden die Ankünfte deutscher Besucher auf Kuba für das Jahr 2020 auf rund 323.766 geschätzt.

Dieses europäische Land ist ein erstrangiges Ziel für das Reiseland Kuba, da Deutschland nicht nur eines der Länder mit den höchsten Ausgaben für Reisen ist (laut Angaben der Welttourismusorganisation), sondern auch, weil die Reisenden aus diesem Land seit mehreren Jahren ein wachsendes Interesse an der Größten der Antilleninseln zeigen

Die Deutschen sind ausgezeichnete Konsumenten kultureller, historischer, natürlicher und kunsthistorischer Werte Kubas. Sie suchen nach Bereichen, die mit Kultur und Umwelt verbunden sind. Für Kuba ist es sehr vorteilhaft, zu ihren bevorzugten Reisezielen zu gehören, da Deutschland als eines der reiselustigsten Länder mit Rekordbuchungszahlen gilt.

Deutschland ist einer der Hauptvertriebspartner der Insel und bietet eine Luftplattform, die den Zustrom von mehreren Tausend Passagieren, u. a. auch aus anderen europäischen Ländern, fördert.

Kuba hofft, 2018 zum ersten Mal fünf Millionen ausländische Besucher zu empfangen, was über 6 % Anstieg zu 2017 darstellt.

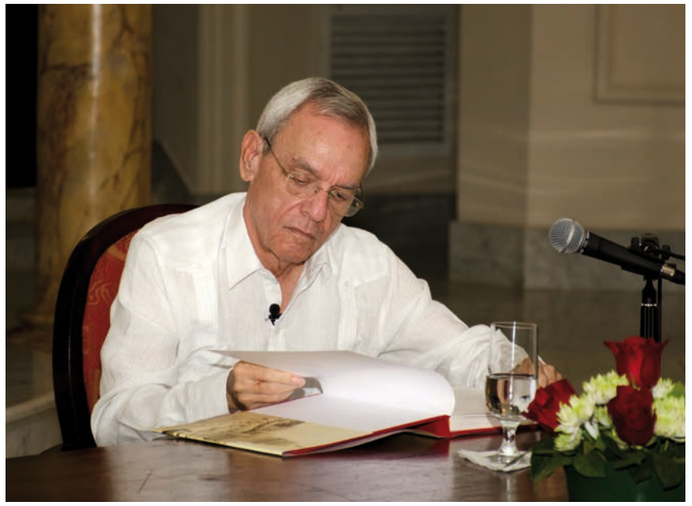
Als Jahresabschluss des vergangenen Jahres meldete die Insel 4.689.894 Anreisen, d. h. 16,2 % Anstieg zu 2016, wie inoffizielle Quellen enthüllten.

Kanada blieb an führender Stelle der aussendenden Länder, gefolgt von den USA, den im Ausland lebenden Kubanern, Deutschland, Italien, Frankreich, Vereinigtem Königreich, Spanien, Mexiko, Russland und Argentinien. Mit Ausnahme von Kanada, das mit einem leichten Abstieg das Jahr abschloss, schlossen die restlichen Länder mit deutlichen Anstiegen im Vergleich zu 2016 ab. Die USA heben sich mit +217,8 % hervor. Seit dem Monatsabschluss vom November hatten schon mehrere traditionelle Märkte, wie z. B. Frankreich, Italien, Russland, Spanien, Argentinien und Brasilien, ihre jeweiligen historischen Rekordzahlen der Aussendung übertroffen. ■

KUB

# Althavanna… ein gemeinschaftliches Entwicklungsprojekt, wo der Tourismus einen ständigen kulturellen Dialog darstellt

Der vor Kurzem mit dem Großen Kreuz des amerikanischen Ordens Isabellas der Katholischen, dem großen Verdienstkreuz der Bundesrepublik Deutschland, dem Großen Kreuz der Sonne von Peru und dem Orden der Freundschaft von Russland ausgezeichnete Dr. Eusebio Leal Spengler, Stadthistoriker Havannas, hat der Zeitschrift Hosteltur ein Interview gegeben, in dem er sich auf verschiedene Aspekte des in Kuba und speziell im historischen Zentrum ihrer Hauptstadt durchgeführten Kulturerbe- und sozialen Projekts bezieht.



**Dr. Leal, Havanna bereitet sich auf die Feierlichkeiten des halben Jahrtausends seiner Gründung im nächsten Jahr vor. Könnten Sie uns die wichtigsten Aktionen schildern, die für dieses bedeutende Jubiläum vorgesehen sind?**
Es wird ein weltweites Ereignis sein. Die UNESCO hat unter ihren Feierlichkeiten für das Jahr 2019 die Feier des halben Jahrtausends von Havanna verabschiedet, da sie eine wichtige Bedeutung in der Geschichte des amerikanischen Kontinents und die amerikanischen Modernität hatte. Es ist auch das 500-jährige Jubiläum der Reise von Magellan und des Todes von Leonardo da Vinci. In diesem Jahr traf sich Kaiser Moctezuma II mit Hernán Cortés in Huitzilán in Mexiko, d. h., das Jahr 19 des 16. Jahrhunderts war ein ganz besonderes Jahr. Wir sind jetzt in die zwölf Monaten vor dem Ereignis eingetreten und die Ausrichtungen der Feierlichkeiten sind schon zu erkennen. Unter den Projekten, die einen materiellen Charakter haben, hat das Büro des Stadthistorikers von Havanna (Oficina del Historiador de la Ciudad de la Habana, OHCH) mehrere wichtige Zielstellungen. Einige haben sich fast unerwartet durchgesetzt, wie z. B. die Verlagerung des Monuments von General Calixto García, da es aufgrund seiner Nähe zum Meer durch die Verwüstungen des Orkans Irma fast verschwunden wäre. Es wird der „Quinta Avenida“ eine große Bedeutung verleihen, wenn es im zweiten Kreisel aufgestellt wird.
Man geht davon aus, dass es die Aufmerksamkeit für dieses Gebiet von Havanna erwecken wird, ein Viertel, das auch Erhaltung, Pflege und Sanierung bedarf.
Ich werde mich auf das alte Gebäude des Havanna-Jachtklubs beziehen. Hierbei handelt es sich um ein sehr schönes und unwiederholbares historisches Gebäude, das gerettet werden muss. Gleichzeitig wird das National-Kapitol – ein kolossales Restaurationswerk – fertiggestellt. Am 24. Februar werden den Besuchern die ersten Säle geöffnet, d. h., dass man den großen „Saal der Verlorenen Schritte“, die Bibliothek, einige der Haupträume und den halbrunden Plenarsaal der Repräsentantenkammer besichtigen kann. Im Jahr 2019 muss das große Werk beendet sein, zumindest streben wir danach.
Es werden auch sehr wichtige Gebäude für Zwecke der Erziehung saniert, wie z. B. die Restaurierung und Aufwertung der Schule „San Rafael María de Mendive“, eine Grundschule, die sich and der Prado-Promenade befindet. Inmitten der großen touristischen Überschwemmung, der Bauten großer Hotels an der Prado-Promenade, die der Spur von früheren Jahrhunderten folgen – damit meine ich das Hotel Packard, die “Manzana de Gómez” usw., ist die Schule von Mendive wie ein Symbol der Werte und des Ausgleiches, die wir für Havanna wünschen, in der Gesamtheit dieser bedeutenden Sehenswürdigkeiten, welche die Stadt als Ort des öffentlichen Interesses besitzt. Es gibt Dutzende von Sanierungsobjekten und Gebäuden, die in dieser Zeit an verschiedenen Orten Havannas, insbesondere dort fertiggestellt werden.
Es wird natürlich auch Vorlesungen, Veranstaltungen der Akademie für Geschichte, des Instituts für Geschichte geben, auch bedeutende touristische Ereignisse und Konferenzen, die zu diesem Anlass gewidmet werden – das ist mehr oder weniger die Sachlage…

**Nach Ihrem Erachten, aus welchen Gründen wird Havanna immer öfter als Sitz ausschlaggebender Veranstaltungen gewählt und gleichzeitig von Berühmtheiten aus aller Welt besucht?**
Ich glaube, dass dieses Thema drei Dimensionen besitzt. Zunächst, weil Havanna als schöne und attraktive Stadt einen grundlegenden Vorteil hat, nämlich den der öffentlichen Sicherheit, der in diesem Teil der Welt selten ist, und garantiert, dass die Präsenz des Tourismus und sogar unser bürgerliches Zusammenleben friedlich und ohne die Schrecken, die andere Länder in diesem Teil der Welt begleiten, verläuft. Die zweite Dimension besteht darin, dass es eine in sich schöne und attraktive Stadt ist. Und eine dritte Dimension, eine Tatasche, die wir nie außer Betracht lassen können, nämlich die Besonderheit Havannas als Hauptstadt der Revolution, deren Sieg gerade im Jahr 2019 sechs Jahrzehnte zurückliegt.

**Wie sind die Verhältnisse zwischen dem OHCH und der Entwicklung des Tourismus und des touristischen Betriebs im ältesten Teil der kubanischen Hauptstadt?**
Das OHCH war Pionier dabei. Als das kubanische Institut für Tourismus (INIT) vor etwas mehr als einem halben Jahrhundert die ersten Versuche für die Besichtigung Havannas von kleinen Gruppen und Delegationen machte, trug ich bescheidenerweise dazu bei, das erste Reiseleiter-Team auszubilden. Ich war wie sie ein Reiseleiter von Havanna und begleitete sie durch ganz Kuba, durch die historischen Städte, die damals noch nicht richtig geschätzt wurden – obwohl sie bei ihren Einwohnern immer sehr geschätzt wurden. Aber für mich, persönlich, war ich immer ein Reiseleiter.
Der Tourismus ist nicht nur ein Mittel, um Geld zu bekommen. Der Tourismus ist immer ein kultureller Dialog mit denen, die aus anderen Teilen der Welt kommen. Er muss einen bereichernden Wert haben, was auch für mich gilt –was ich als Nachricht anbiete, und was man mir auch als Nachricht über die Vielfältigkeit der Sprache oder über die Sitten mitbringt. Wir dürfen nie vergessen, dass wir eine Insel sind.

**Welche sind die kurzfristigen Pläne des OHCH?**
Na ja…, es wird immer umgestaltet: Was bis gestern vorteilhaft war, ist es heute schon nicht mehr, und gerade deshalb hat sich das Büro immer darum bemüht, seine Stelle in dem historischen Moment einzunehmen, in dem wir leben. Es versucht, nicht nur zur Restaurierung der Monumente beizutragen, Vorlesungen anzubieten, kulturelle und künstlerische Veranstaltungen zu organisieren, sondern auch sich eingehend an der sozialen und gemeinschaftlichen Entwicklung zu beteiligen, was tief verbunden ist mit dem Werk der Solidarität mit den Bewohnern der Altstadt.
Wie ich schon erwähnt habe, arbeitet das Büro am Wiederaufbau oder an der Gründung von so schönen Museen wie dem Palast des Zweiten Gefreiters oder dem Schloss der Königsmacht. Gleichzeitig entwickelt das OHCH große Wohnungsblöcke, Schulen, Gesundheitseinrichtungen, Gärten und fördert die Liebe zur Natur, indem heute wie niemals vorher die Medien wie Funk, Presse, Fern

sehen und die digitalen Medien zur Verbreitung dieser Idee eingesetzt werden. In diesem Zusammenhang ist auch zu erwähnen, dass wir das Entwicklungsprojekt bis in das Jahr 2030 formuliert haben.

**In welchem Maße wird die Bevölkerung der Altstadt Havannas von den Auswirkungen des Programms der Sanierung und der kulturellen Ausweitung Ihres Büros begünstigt?**
Das OHCH ist ein Pseudonym für die soziale Arbeit der Regierung, d. h., von dem, was der Altstadt von der Idee von Fidel und von Raul und der Regierungsleitung zusteht: Erhaltung des historischen Gedächtnisses des kubanischen Volkes anhand der Monumentalität, der Kultur, der geistlichen Güter und alle dem, was Kultur voraussetzt. Das Thema des Kulturerbes besitzt eine kolossale Wichtigkeit, denn wenn man einem Volk sein Kulturerbe wegnimmt, dann ist das, als ob jemand man Ihnen und mir plötzlich die Brille wegnehmen würde: Man kann zwar sehen, aber nicht deutlich. Wir haben aber die Notwendigkeit, klar zu sehen.

**Wie gliedert sich Ihr Büro in das Netzwerk der Büros der Historiker und Denkmalpfleger Kubas ein?**
Unsere Tourismusagentur, d. h., San Cristóbal, hat seit der Schaffung des Netzwerkes durch eine Verordnung des Generals und Präsidenten Raúl Castro auch Änderungen erfahren. Laut dieser Verordnung ist das OHCH der Leiter des Netzwerkes und hat San Cristóbal damit beauftragt, die Verwaltung der historischen Städte zu gewährleisten und sie durch die Führungen, die Veranstaltung von Kongressen, Events und spezialisierte Aktivitäten bekannt zu machen. Am Eingang zum ehemaligen Waffenplatz wurde ein Informations und Empfangszentrum für Besucher geschaffen, das bisher einmalig im Land ist. Es ist mit allen IT-Technologien ausgestattet und dient als Auskunftsstelle, um sich zu erkundigen und Reiseleiter in mehreren Sprachen zu bestellen.
Wir machen es auch über den Habana Radio Sender, der an das Netzwerk angeschlossen ist. Mit seiner neuen Gestaltung sucht das Büro diese Eingliederung. Es vergeht tatsächlich kein Tag, an dem wir über den Meisterplan mit dem Netzwerk nicht zusammenarbeiten. ■

KUB

INTERVIEW

Hrn. Orlando Ramos Blanco, Präsident der San Cristóbal Reiseagentur

# San Cristóbal wertet das Kulturerbe mit nachhaltiger touristischer Verwaltung auf

**Orlando, wie beschreiben Sie die San Cristóbal Reiseagentur aus Ihrem Gesichtspunkt als Präsident?**
San Cristóbal wurde vom Stadthistoriker von Havanna im Jahr 1995 gegründet, um über eine eigene Reiseagentur zu verfügen, die auf Themen des Kulturerbes und dessen Aufwertung anhand Kommunikation, Interpretation und nachhaltiger touristischer Verwaltung spezialisiert sein sollte. Seitdem hat die Tätigkeit von San Cristóbal im Laufe von mehr als zwanzig Jahren die Legitimität des Grundsatzes bestätigt, dass das eigene Kulturgut -wenn es wirksam verwaltet wird
- finanzielle Ressourcen schaffen kann, die zu seiner Erhaltung und seinem Schutz beitragen.
Somit würde ich sagen, dass sich San Cristóbal durch ihre Spezialisierung, die historiografische Genauigkeit ihrer Aussagen und die deutliche Betonung auf Themen der Kultur und des Kulturerbes auszeichnet. Natürlich zeichnet sie sich auch durch die institutionelle Unterstützung des Büros und die ständige Interaktion mit ihren wichtigsten Einrichtungen: die Direktion für Kulturerbe, den Meisterplan, Habana Radio und die Abteilung für internationale Zusammenarbeit aus, um nur die wichtigsten zu nennen. Gerechterweise muss auch gesagt werden, dass sich San Cristóbal durch die Bindung an den rechtlichen Regelungsrahmen der leitenden Behörde, d. h. des Fremdenverkehrsministeriums, wie auch durch die Qualität, den guten Geschmack und die Wettbewerbsfähigkeit seines touristischen Produkts, die sorgfältige Verfolgung des touristischen Betriebes im Land und last, but not least durch die hohe Qualifizierung und professionelle Ausbildung des Expertenteams und der Reiseleiter, die in ihrer Mehrheit junge Absolventen der kubanischen Universitäten sind, auszeichnet.

**Wie ist San Cristóbal mit dem vom Büro des Stadthistorikers von Havanna (Oficina del Historiador de la Ciudad de la Habana, OHCH) geförderten Gemeinschaftsprojekt verbunden?**
Als Teil der einzigartigen Erfahrung des OHCH besitzt San Cristóbal die Besonderheit, eine spezialisierte Reiseagentur mit einer sui generis sozialen Verantwortung zu sein, die darin besteht, mit ihren Ergebnissen zur Bekanntgabe und Finanzierung des Prozesses der vollständigen Wiederbelebung der Altstadt Havannas beizutragen.
Diese Bedingung ermöglicht der Agentur eine unmittelbare Verbundenheit mit den Programmen und Projekten, die das Büro zur Verbesserung der Lebensbedingungen der örtlichen Bevölkerung ausführt. Diese Beteiligung zeigt sich auf zwei Weisen: Einerseits legt die Agentur die soziale Arbeit und das kulturelle Programm des OHCH offen und unterstützt sie. Selektiv und absichtlich bieten wir Vorstellungen und Besichtigungen der Stätten an, wo sozial verwundbaren Bevölkerungsgruppen oder mit besonderen Bedürfnissen unterstützt werden. So tragen wir dazu bei, die humanistische Berufung des Büros und den inklusiven und teilnehmenden Charakter ihrer Initiativen in der Gemeinschaft, wie auch deren Auswirkung zugunsten der örtlichen menschlichen Entwicklung, sichtbar zu machen.
Andererseits trägt die Agentur zur wirtschaftlichen Nachhaltigkeit des territorialen Verwaltungsmodells des Büros in dem Sinne bei, dass sie die Gewinne ihrer Verwaltung entsprechend ihrer unternehmerischen Gesellschaftsstruktur einbringt. Nur als Beispiel kann angeführt werden, dass es die finanziellen Ergebnisse des vergangenen Jahres 2017 San Cristóbal möglich gemacht haben, mit rund 3,9 Millionen Pesos zu diesem Schema der Selbstfinanzierung und Dezentralisierung beizutragen.

**In welchem Moment befindet sich die Agentur?**
Ich kann Ihnen ganz überzeugt sagen, dass San Cristóbal sich in einem entscheidenden Moment ihrer körperschaftlichen Entwicklungstrategie, d. h., an einem Wendepunkt neuer beruflicher Wege befindet, die ihre zukünftige Entwicklung, ihre Konsolidierung und ihre endgültige Positionierung auf dem internationalen touristischen Markt kennzeichnen werden.
Getreu dem erwähnten Gründungsgeist nimmt San Cristóbal heute die Herausforderungen einer neuen beruflichen Dimension auf, die vom Historiker, Hrn. Eusebio Leal Spengler selbst, konzipiert wurde: „Sich in das Kommunikationsmedium des Büros zur Welt hin zu verwandeln und die natürliche Incoming-Agentur des Netzwerks der Büros der Historiker und Denkmalpfleger der kubanischen Kulturgut-Städte zu sein.“ Einige Änderungen sind schon sichtbar. Wir haben die optische körperschaftliche Identität erneuert, indem wir zeitgenössische Elemente in ihr grafisches Design mit aufgenommen haben. Seit September haben wir einen neuen Verwaltungssitz in einem herrlichen Eckgebäude des Kulturguts auf der Straße O‘Reilly Nummer 102, und ganz in der Nähe vom ehemaligen Waffenplatz, zwischen zwei monumentalen Gebäuden, die Ikonen der kolonialen Architektur sind: der ehemalige Palast der Generalkapitäne und der Palast des Zweiten Gefreiters, heute Stadtmuseum bzw. Das zentrum für die Interpretation der kulturellen Beziehungen zwischen Kuba und Europa. Weitere Änderungen, die hauptsächlich technische Verbesserungen sind, werden in den nächsten Monaten schrittweise eingeführt.

**Könnten Sie uns die Produkte mit der größten Nachfrage wie auch andere nennen, die in Entwicklung sind?**
San Cristóbal widmet der Gestaltung der Produkte besondere Aufmerksamkeit. Das erfolgt vollständig und partizipativ, damit sich ihr Angebot durch die Wettbewerbsfähigkeit, Attraktivität und als Antwort auf bestimmte Spezialisierungsnischen unterscheidet. Aus diesem Grund basiert sie auf starken Nachhaltigkeitskriterien, Umweltbildung, Wiederherstellung des historischen und völkischen Gedächtnisses und der Artikulierung verschiedener Verwaltungsformen der Dienstleistungen, indem Angebote aus den staatlichen, genossenschaftlichen und privaten Sektoren kombiniert werden.
Demzufolge kann ich Ihnen sagen, dass sich die größte Nachfrage auf rund zwanzig Ausflüge richtet, die im Katalog „Wandern“ veröffentlicht wurden und vollständig dem kulturellen Reichtum der ehemaligen ummauerten Stadt, der alten, zentral gelegenen Bereiche, der Dörfer Regla und Casablanca auf der anderen Seite der Bucht und der gesamten Stadt gewidmet sind. Ihre Themen befassen sich u. a. mit Architektur, städtebaulicher Entwicklung, dem alten Verteidigungssystem, den schönen Künsten, der Volksreligiosität, den Traditionen, der Umwelt, der kulturellen Übertragung und Mischung.
Die seriellen und maßgeschneiderten Programme für Gruppen und Alleinreisende werden auch sehr nachgefragt. Sie kombinieren die Hauptstadt mit anderen Kulturgutstädten, mit archäologischen Stätten, die damit verbundenen assoziativen Kulturlandschaften, Naturschutzgebieten oder Biosphärenreservaten und Stätten großer geschichtlichen Bedeutung.

**Wie hoch ist die Anzahl der von San Cristóbal betreuten Touristen?**
Entsprechend ihrem Spezialisierungsprofil setzt San Cristóbal nicht auf den Passagieraufkommen als einziges Kriterium für unternehmerische Entwicklung.
Wir sind besonders daran interessiert, Kunden heranzuziehen und zu halten, aufgrund der Qualität und Produktspezialisierung. Ich kann Ihnen versichern, dass die Agentur trotz der aktuellen Struktur der Besucherankünfte im Land und der Sachlage, die heute das Reiseziel und hauptsächlich Havanna kennzeichnet, eine beachtliche Kundengruppe halten konnte, die ein anhaltendes Wachstum der in den vergangenen Jahren betreuten Besucher gewährleistet hat.
Ich muss jedoch hinzufügen, dass dieser Trend seit letztem Juni durch die neuen Maßnahmen, die von der US-Regierung eingeführt wurden, um die sowieso schon begrenzte Reisefreiheit der US-Bürger nach Kuba noch weiter einzuschränken, sichtbar beeinträchtigt wurde. Wir bleiben trotzdem hinsichtlich der unvermeidlichen Wiederanpassung

dieses Marktes – nachdem eine treffende rechtliche Auslegung der Maßnahmen vorherrscht und die aktuellen Ungewissheiten beseitigt werden – optimistisch.

**Welche sind die wichtigsten Märkte, mit denen Sie arbeiten?**
Unser Hauptmarkt sind weiterhin die Vereinigten Staaten. Die Agentur besitzt eine große Erfahrung bei der Betreuung nordamerikanischer Reisenden, die unter Berücksichtigung der Anforderungen der Lizenzen innerhalb der zugelassenen Reisekategorien, an Programmen teilnehmen, die eng mit den Themen der Spezialisierung der Agentur zusammenhängen. Dieser Markt vertraut auf die Professionalität von San Cristóbal und setzt ausgehend von ihrem institutionellen Bezugspunkt und ihrer Arbeit im Rahmen eines größeren Projektes, nämlich dem des OHCH, auf sie.
Bei den traditionellen europäischen Märkten arbeiten wir mit einem Großteil der Reiseveranstalter und einer bedeutenden Anzahl an spezialisierten Einzelhandelsagenturen zusammen. Im Fall von Spanien, Italien und dem Vereinigten Königreich besitzen wir außerdem Korrespondenzagenturen, die wir entweder betreuen oder vertreten. Sie besitzen die Lizenz zur Nutzung der San Cristóbal Marke auf ihren jeweiligen Märkten. Ich muss auch den sogenannten „Binnenmarkt" erwähnen, der dank des Besitzes eines eigenen Netzes aus Auskunfts- und Verkaufsstellen in Hotels der Altstadt und Kulturgutgebäuden innerhalb der Altstadt einen bedeutenden Anteil an der Vertriebsstruktur der Agentur hat.

**Wie arbeitet die San Cristóbal Agentur mit den Reiseveranstaltern und Fluggesellschaften zusammen, die das Reiseziel Kuba und konkret Havanna vertreiben?**
Die regelmäßige Teilnahme von San Cristóbal als Teil der offiziellen Delegationen des Reiseziels Kubas an den wichtigsten internationalen Messen ermöglicht es der Agentur, mit den wichtigsten Reiseveranstaltern der verschiedenen Märkte und den Einzelhandelsagenturen, die Spezialisierung und individuelle Betreuung ihrer Kunden anfordern, aktualisierte geschäftliche Beziehungen beizubehalten. Bei den Fluggesellschaften beschränkt sich die Zusammenarbeit auf konkrete Anforderungen für Stadtrundfahrten zur Einführung für Geschäftsführer, Manager und Besatzungen.

**Unterstützt die Agentur auf irgendwelche Art den Betrieb der Kreuzfahrtschifflinien, die in die kubanische Hauptstadt kommen?**
Indirekt ja. Obwohl diese Tätigkeit bestimmten nationalen Incoming-Agenturen vorbehalten ist und San Cristóbal keine Geschäftsbeziehungen zu den Reedern hat, kommen trotzdem viele Kreuzfahrer in unsere Auskunfts- und Verkaufsstellen auf der Suche nach Betreuung und Ausflugsangeboten. Andererseits wird mit diesen oben erwähnten Incoming-Agenturen den Verkauf spezialisierter Ausflüge für Kreuzfahrer verhandelt. Konkret hat man uns auch um die Veranstaltung von Vor- und Nachprogrammen für Kreuzfahrtteilnehmer gebeten.

**Wie lauten die Hauptziele für die nächsten Saisons?**
Wir sind mit einer Reihe von Projekten zur Innovation und Entwicklung beschäftigt, deren Ergebnisse in den nächsten Saisons sichtbar werden. Unsere Webseite wird gerade neu gestaltet, damit sie die unternehmerische Eingliederung in die digitale Wirtschaft gewährleistet. Außerdem werden wir schrittweise neue Technologien aufnehmen, um die wachsende Hybridisierung der Offline- und Online-Kanäle und die „Allkanaligkeit" der körperschaftlichen Botschaft sicherzustellen.

**Ist im Rahmen der ITB 2018 die Einführung neuer Produkte von besonderem Interesse für den deutschen Markt vorgesehen?**
Selbstverständlich. Dieser Markt verlangt starke Aktualisierung und Neuheiten. Vor Kurzem ist es uns auf der FITUR gelungen, den Katalog der eigenen Ausflüge von San Cristóbal einzubringen. Er wird auf der ITB den digitalen Datenträgern vorgestellt, neben der Vorstellung des neuen Katalogs für das Netz der Kulturgut- städte Kubas, sowie ergänzendem ausgezeichnetem Material mit dem spezifischen Angebot jeder Stadt.

**Möchten Sie noch einen weiteren Punkt hinzufügen?**
Ich hätte gerne erwähnt, dass das Besucherzentrum der Altstadt im Erdgeschoss des Gebäudes der Hafenlotsen, ganz in der Nähe des Eingangsportals zum Waffenplatz und dem Gründungsort der Stadt, seit November zum Jubiläum des 498. Jahrestags der Stadtgründung eröffnet wurde. Das OHCH hat San Cristóbal mit der Verwaltung dieses Zentrums, das einzig in seiner Art auf Kuba ist, beauftragt. Nach dem Abschluss seiner zweiten Investitionsphase wird es mit fortschrittlicher Technologie ausgestattet sein und eine wichtige Rolle bei der Interpretation des örtlichen und nationalen Kulturerbes für kubanische und ausländische Besucher spielen. Wir erarbeiten ein besonderes Gedenkprogramm für 2019, damit interessierte Besucher an den Feierlichkeiten Anlass des 500. Jubiläum der Gründung der damaligen Villa de San Cristóbal de La Habana teilnehmen können. ■

KUB

# Gaviota: Kubas komplettester und vielseitigster Gastgeber

Hotel Playa Cayo Santa María.

Der Tourismuskonzern Gaviota bietet mit 84 Hotels und Villen mit über 29.000 Zimmern – einem Drittel des Unterbringungsangebots Kubas –, die sich in Städten, an paradiesischen Buchten und Stränden wie auch in herrlichen Naturumgebungen befinden, eine große Vielfalt an Angeboten und Komfort. Gaviota stützt sich bei deren Betrieb auf die Transportdienstleistungen ihres Unternehmens Transgaviota, auf das ausgezeichnete Schiffsangebot der Marinas Gaviota und das große Angebot an Besichtigungen und Ausflügen des Gaviota Tours Reisebüros. Zusammen mit seinem Platzangebot für den Tourismus, Wellnessanlagen, Tauchzentren, Delfinarien und weiteren Einrichtungen kennzeichnet sich der Konzern als der kompletteste und vielseitigste Gastgeber im kubanischen Tourismus.

Pinar del Río, Havanna, Varadero, Cayos de Villa Clara, Topes de Collantes, Jardines del Rey (Cayo Coco und Cayo Guillermo), Holguín, Santiago de Cuba und Baracoa sind die großen Reiseziele von Gaviota in Kuba.

Renommierte internationale Hotelketten wie Meliá, Iberostar, H10, Blue Diamond, Valentín, Banyan Tree, Pestana, Kempinski und Marriot arbeiten mit Gaviota zusammen und verwalten etwas mehr als 86 Prozent seiner Kapazitäten. Zu den neuen Partnern gehören Louvre Group mit ihrer Marke Golden Tulip, Grupo Posadas mit ihrer Marke Fiesta Americana, Sercotel Hotels und Orascom Development mit ihrer Marke Labranda. Für 2018 sind Eröffnungen geplant, die 4591 weitere Zimmer in La Habana, Cayo Las Brujas, Cayo Santa María, Cayo Guillermo, Cayo Cruz und Holguín bieten werden.

Wenn Gaviota gegen 2021 50.000 Zimmer betreibt, ist geplant, dass 90 % seines gesamten Hotelangebots unter Verwaltungsverträgen stehen. Damit wird der Zugang zu den Märkten erleichtert und die Aufnahme der besten und aktuellsten internationalen Trends hinsichtlich Hotelmanagement, Vertrieb und Werbung gewährleistet.

Für Gaviota sind seine 4.033 Zimmer in Eigenverwaltung, zu denen die der Hotels in Playa Cayo Santa María, Playa Coco, Playa Pesquero und Playa Costa Verde gehören, von besonderer Bedeutung. Sie sind der Stolz der Behörden und ein Bezugspunkt für beste Hotellerie im Bereich Sonne und Strand in Kuba. Zu diesen Einrichtungen gehören außerdem die des internationalen Tauchzentrums María La Gorda und Villa Cabo de San Antonio auf der Guanahacabibes Halbinsel. In Havanna sind es die der Kohly und El Bosque Hotels. Dazu kommen diejenigen in Topes de Collante und im kubanischen Osten mit Villa Pinares de Mayarí, Villa Gaviota Santiago und eine große Anzahl an komplett renovierten Hotels in Baracoa. Der Konzern hat speziell für die Hotels der eigenen Marke ein Portal in Internet mit Sonderpreisen und besten Möglichkeiten für Direktkunden und Reisebüros geschaffen. Sie können dort online oder über das Call Center buchen, Newsletter erhalten und ihre Meinungen mit anderen Anwendern austauschen.

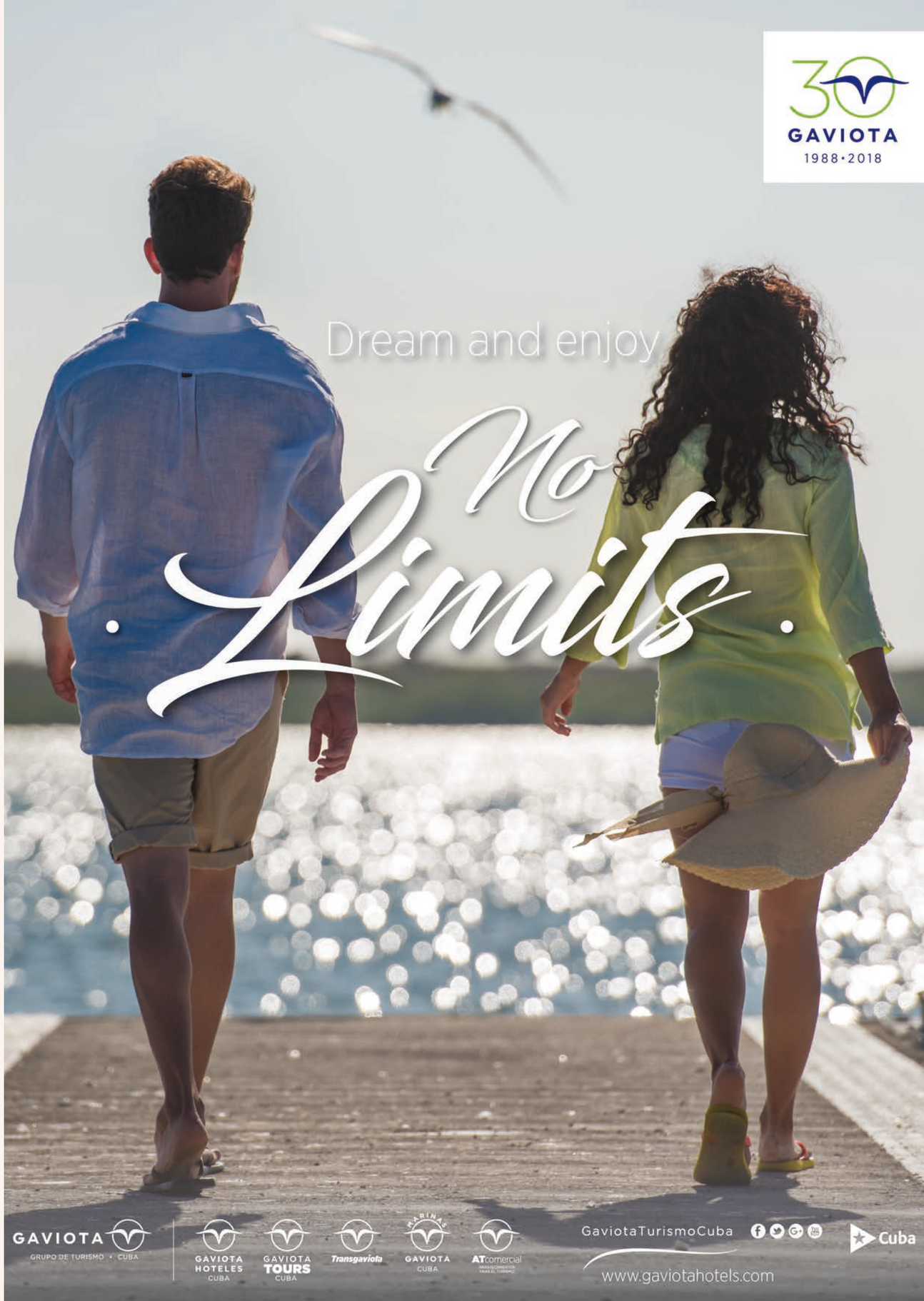
Gaviota ist heute mit der aktivsten Investitions- und Expansionsplanung an hochwertigen Hotelprodukten Kubas führender Fremdenverkehrsbetrieb.

*2018 feiert Gaviota sein 30jähriges Jubiläum und kann heute als reife und expandierende Realität angesehen werden. Gaviota vergrößert sich im Verhältnis zur steigenden Nachfrage des Reiseziels und seiner Diversifizierung. Der Konzern verspricht, die Kontaktmöglichkeiten mit der Welt mit neuen Räumlichkeiten, einfacheren Möglichkeiten und mehr Komfort für den Genuss und die Entspannung in dieser einmaligen Umgebung zu erweitern.*

*Gaviota hält mit dem Fortschritt Schritt und ist eine Garantie für die Zukunft.*

**INFORMATIONEN**

*www.gaviotahotels.com*



KUB

# Cienfuegos und Camagüey. Geschichten, Traditionen und wundervolle Landschaften im Zentrum der Insel

Meliá Cuba verfügt ab 2018 über neue Hotels an weiteren zwei beliebten Reisezielen auf der Insel: es handelt sich um die Welterbe-Städte CIENFUEGOS und CAMAGÜEY. Die perfekte Wahl für Rundreisen und Ausflüge auf der gesamten Insel, begleitet vom Komfort und Service, für die Meliá Hotels International bekannt ist.

Cienfuegos gleicht einem zur umfangreichen Geschichte von Zentralkuba geöffneten Fenster. Ehemalige Kolonie französischer Auswanderer, die durch ihre herrliche Architektur und die wunderschöne Küsten- und Berglandschaft besticht. Sie liegt am Karibischen Meer und ihr historischer Kern ist Weltkulturerbe. Hier findet der Besucher außerdem Landschaften vor, die ideal zum Tauchen, für Wassersport, Urlaub in der Natur und Thermalbäder sind, stets umgeben von einer Atmosphäre der Ruhe und Erholung. Ab 2018 betreibt Meliá Hotels International Cuba drei neue Hotels an diesem Reiseziel: das Meliá San Carlos, das Hotel La Unión (das ab 2019 zum Meliá La Unión wird) sowie das Hotel Jagua (das ab 2019 Innside Hotel Jagua heißen wird).

Camagüey.

Die Altstadt von Camagüey, die ebenfalls zum Kulturerbe der Menschheit erklärt wurde, ist flächenmäßig die größte Kubas und eine der Altstädte, in denen das Ambiente und die Architektur aus der Kolonialzeit am besten erhalten sind. In dieser Stadt, die mehr als 500 Jahre Geschichte aufweist, sind vor allem die berühmten „tinajones“ (große bauchige Tonkrüge), die zahlreichen Kirchen sowie das „Casino Campestre“, der größte städtische Park des Landes, hervorzuheben. Vor der Küste der Provinz befinden sich die meisten Keys und vorgelagerten Inselchen, die das Inselreich Kubas bilden. Atemberaubende Strände findet man im Badeort Santa Lucía, den man unbedingt besuchen sollte, wenn man seinen Urlaub auf der Ostseite Kubas verbringt. Ab 2018 betreibt Meliá Hotels International Cuba zwei neue Hotels an diesem Reiseziel: das Hotel Colón (das ab 2019 zum Meliá Colón wird) und das Gran Hotel (das ab 2019 Meliá Gran Hotel heißen wird). Hinzu kommt im Jahr 2019 noch das Innside Camagüey, das heutige am Rande der Stadt gelegene Hotel Camagüey.

Cienfuegos.

**INFORMATIONEN**

*www.meliacuba.com*


UNVERGESSLICHE KOMBINATIONEN

ERLEBEN SIE DIE NEUEN FARBEN KUBAS.

Es ist eins unserer wichtigsten Ziele, dazu beizutragen, die Vielfalt von Kuba und die Lebensfreude seiner Einwohner zu spüren. Meliá Cuba ist an den wichtigsten Stadt- und Strandreisezielen vertreten und bietet seinen Gästen jetzt die Möglichkeit, bei ihrem Besuch auf der Insel mehrere Zielorte miteinander zu kombinieren.

NEU

Meliá Cuba verfügt über neue Unterkünfte an drei weiteren beliebten Zielorten auf der Insel, und zwar in CIENFUEGOS und CAMAGÜEY. Die perfekte Wahl für Rundreisen und Ausflüge auf der Insel, begleitet vom Komfort und Service, für den Meliá bekannt ist.

*Lassen Sie sich von uns verwöhnen.*

MELIÃCUBA.COM

**PARADISUS** | Paradisus Varadero | Paradisus Princesa del Mar | Paradisus los Cayos | Paradisus Río de Oro | **MELIÁ** | Meliá Cohiba | Meliá Habana | Meliá San Carlos | Meliá Santiago de Cuba | Meliá Las Américas | Meliá Varadero | Meliá Las Antillas | Meliá Península Varadero | Meliá Marina Varadero Hotel & Aparments | Meliá Buenavista | Meliá Cayo Santa María | Meliá Las Dunas | Meliá Jardines del Rey | Meliá Cayo Guillermo | Meliá Cayo Coco | **TRYP** | Tryp Habana Libre | Tryp Cayo Coco | **SOL** | Sol Sirenas Coral | Sol Palmeras | Sol Cayo Largo | Sol Cayo Santa María I Sol Cayo Coco I Sol Cayo Guillermo | Sol Río de Luna y Mares | **HOTELS BY MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL** | Jagua Hotel | La Unión Hotel | Gran Hotel | Colón Hotel

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL CUBA · PARADISUS BY MELIÁ · MELIÃ HOTELS & RESORTS · TRYP HOTELS · Sol by Meliã · CLUB MELIÃ CUBA · MELIÃ Rewards

KUB

Reisen und Tourismus USA - Kuba

# Widersprüche eines Rückschritts

Lic. Teodoro Cabrera Martín

Die im Dezember veröffentlichte jährliche Umfrage unter den Mitgliedern des Verbands der Reiseveranstalter der Vereinigten Staaten (US Tour Operator Association – USTOA) kam zur Schlussfolgerung, dass die Reiseziele Antarktis, Kuba und Great Barrier Reef die größte Gefahr laufen, ihre Authentizität für nordamerikanische Reisende zu verlieren.

Obwohl der Absatz Ursachen wie „touristische Sättigung“ und „Klimawandel“ enthält, liegt der Fall Kuba eindeutig an „anderen Faktoren“. Dabei handelt es sich um eine beschönigende Bezeichnung, um nicht die absichtliche und politisch motivierte Sabotage zu erwähnen, die von der aktuellen nordamerikanischen Verwaltung gegen den kubanischen Tourismus aufgenommen wurde.

Die Insel entwickelte sich als Urlaubsziel mit konstantem Wachstum. 2005 empfing sie schon 2.000.000 Besucher im Jahr. In der Fünfjahresfrist von 2009-2014 war der Anstieg an Besuchern bescheiden, verzeichnete aber eine aufsteigende Linie, die ihr eine solide Positionierung ermöglichten. Dann geschah das Unerwartete: Am 17. Dezember 2014 setzten Kuba und die USA sechs Jahrzehnten Distanzierung ein Ende.

Das schmale rechtliche Fenster, das die Regierung von Barack Obama den nordamerikanischen Reisenden zur Überquerung der Floridastraße öffnete und das Interesse der internationalen Medien an diesem Ereignis lösten den sogenannten „Boom“ Kubas aus. Trotz des ausdrücklichen Reiseverbots als Touristen machte die Neugierde der US-Bürger an diesem über lange Zeit hinweg verbotenen Reiseziel die USA zum zweiten Sendermarkt für die Nachbarinsel.

Während Kuba 2014 3.002.745 Reisende empfing, war diese Zahl ein Jahr später um eine halbe Million angestiegen und erreichte 2016 4.035.000 internationale Besucher. Von Januar bis November 2017 reisten 579.288 Nordamerikaner nach Kuba, d. h., der Anstieg betrug 248,7 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Vorjahr. Das ist ein Zeichen für das wachsende Interesse der US-Amerikaner, die Nachbarn südlich von Florida kennenzulernen. Aber jetzt muss jeder, der von den USA in das karibische Land reisen möchte, feststellen, dass es nicht mehr so einfach ist.

Donald Trump war einer von zwei unter den 17 Kandidaten für die Präsidentschaft der Republikanerpartei, der nach dem Ende der Regierungsperiode Obamas die neue Annäherung an Kuba positiv sah. Der Magnat wollte ein „besseres Abkommen“ mit der kubanischen Regierung erzielen und fügte hinzu, dass er „überlege, eines seiner Hotels auf Kuba zu eröffnen“ und dass das karibische Land ein „gewisses Potenzial“ für Anleger hatte.

Am Ende des Konfliktes und im Gegenzug für die Unterstützung einer starken politischen Kraft, die einflussreiche Medien in Amerika und Europa beherrscht, änderte sich diese Meinung.

Am 16. Juni 2017 kündigte Präsident Trump in Miami die neue Politik der Vereinigten Staaten gegenüber Kuba an, mit der ein Teil der in den vergangenen beiden Jahren erreichten Fortschritte umgekehrt wurden. Er unterzeichnete außerdem ein einmischendes und beleidigendes Memorandum gegen die Insel, mit dem das von Obama unterzeichnete abgesetzt wurde.

Die Vorstellung, die Fortschritte der bilateralen Beziehungen aufzuheben, das Interesse der Unternehmen am kubanischen Markt zu bremsen und die Besuche der US-Bürger zu beeinträchtigen, um Kuba damit zu beugen, begünstigt nur einen kleinen rechtsextremistischen Teil kubanischer Herkunft, dessen sichtbarer Anführer Senator Marco Rubio ist. Dieser führt Argumente des Kalten Kriegs an und übt öffentlich Druck auf die Regierung aus, damit sie noch radikalere Maßnahmen – inkl. den Abbruch diplomatischer Beziehungen und die Schließung der Botschaften - gegen Kuba ergreift.

Die antikubanische Skalierung Trumps hat mehrere öffentliche und private Unternehmen betroffen, die bisher alleinreisende Nordamerikaner betreuten. Vor allem hat sie jedoch neue Probleme für die normalen Beziehungen der Kubaner zu ihren in die USA emigrierten Familien geschaffen, von denen viele schon als Bürger dieses Landes geboren wurden. Für Kubaner, die in den gültigen Migrationsabkommen aufgenommen sind, sind unüberwindliche Hindernisse dadurch entstanden.

Trotzdem ist es nicht gelungen, alle erreichten Fortschritte umzukehren. Die Nordamerikaner kommen weiter nach Kuba und viele Unternehmen warten auf die

erste Chance, die Bemühungen des Landes zu unterstützen, um sein touristisches Produkt zu erweitern und zu verbessern – trotz den seit dem neunten November geltenden strengeren Regelungen und des radikalen Rückgangs konsularischer Dienste wie auch vermutlicher „akustischer Attacken“ gegen US-amerikanische Diplomaten in Havanna sowie dramatischer Aufrufe, nicht auf die Insel zu reisen.

Daran zeigt sich, dass die Angriffe eines unerbittlichen Teils, den es stört, dass die US-Amerikaner die Freude der Kubaner teilen und das sichere und ruhige Ambiente seiner Straßen und Städte genießen, zum Scheitern verdammt sind.

Eine mögliche Reduzierung des nordamerikanischen Besucherstroms nach Kuba aufgrund der verhärteten Blockadepolitiken gegen die Insel wird sogar von vielen Analysten als etwas Vorübergehendes und Umkehrbares gesehen.

Eine neuere Auswertung der Flugnachfrage nach Kuba der International Air Transport Association (IATA) hebt hervor, dass trotz einer geringeren Nachfrage, die durch die Änderungen von Präsident Donald Trump “noch schwächer werden könnte“, eine „auf mittlere und lange Sicht strahlende Zukunft“ für Kuba gesehen wird.

Fluggesellschaften wie Delta, American Airlines und Jetblue möchten die Frequenz ihrer Flüge nach Kuba erhöhen und bemühen sich deshalb um die von anderen nordamerikanischen Fluggesellschaften freigelassenen Slots, die u. a. aufgrund der neuen Einschränkungen der Einzelflüge ihre Verbindungen nicht aufrecht halten konnten.

Auch die Kreuzfahrtlinien, die die Insel besuchen, versuchen ihre Optionen auf Kuba zu erweitern, da sie nicht auf diesen Markt verzichten möchten. Andere, die bisher noch nicht beteiligt waren, möchten auch damit beginnen.

Laut einer Untersuchung des Handels- und Wirtschaftsrats USA-Kuba kann die Insel zu einem touristischen Markt mit 1 Milliarde Dollar für die amerikanischen Flug- und Kreuzfahrtgesellschaften werden, wenn man die Pläne für 2017, 2018 und 2019 zusammenrechnet.

Das gerade begonnene Jahr könnte die endgültigen Faktoren bieten, um das widersprüchliche Handeln einer Regierung zu ergründen, die das Interesse der Mehrheit ihrer Bürger ignoriert und auf ausgezeichnete Geschäfte zugunsten eines illegitimen und gescheiterten Grunds verzichtet. ■

# Inserenten Index


| Inserent | Seite |
|---|---|
| ASOCIACION HOTELERA DE ALCUDIA | 36 |
| ADEJE, AYUNTAMIENTO | 82-83 |
| ALUA HOTELS & RESORTS | 59 |
| ANDALUCIA | 87 |
| BAHIA PRINCIPE | 5 |
| BLUE SEA HOTELS | 4 |
| BLUEBAY HOTELS & RESORTS | 27 |
| BOOKING CORE | 135 |
| CASTELLÓN - TRAVELCASTELLON | 97 |
| EUROPCAR | 57 |
| FERRER HOTELS | 41 |
| GARDEN HOTELS | 33 |
| GF HOTELES | 75 |
| GPRO VALPARAISO PALACE & SPA | 35 |
| GRAN CANARIA | 77 |
| GRUPOTEL | 65 |
| H10 HOTELS | 136 |
| HIPOTELS | 55 |
| HM HOTELS | 2-3 |
| HOTELES SAINT MICHEL | 50-51 |
| IBACAR | 43 |
| IBEROSTAR HOTELS & RESORTS | 15 |
| IBIZA | 68-69 |
| ILLES BALEARS | 61 |
| ILUNION HOTELS | 18-19 |
| JOOP BOX | 107 |
| LABRANDA HOTELS & RESORTS | 11 |
| LOPESAN HOTEL GROUP | 23 |
| MALLORCA | 13 |
| MAR HOTELS | 47 |
| MENORCA | 66-67 |
| MIX HOTELS | 45 |
| MLL BEST HOTELS | 37 |
| MOMA / CONSTRUYE CAPITAL | 20-26 |
| MUSEO THYSSEN - BORNEMISZA | 101 |
| MY WAY HOTELS & RESORTS | 78-79 |
| OD GROUP | 6 |
| PALLADIUM HOTEL GROUP | 71 |
| PALMA, AYUNTAMIENTO | 58 |
| PRINSOTEL | 60 |
| PROTUR HOTELS | 32 |
| PURE SALT LUXURY HOTEL | 63 |
| SANTA EULARIA DES RIU, AYUNTAMIENTO | 70 |
| SENATOR HOTELS & RESORTS | 28-29 |
| SIAM PARK / LORO PARQUE | 80-81 |
| SIDETOURS INCOMING SERVICES | 49 |
| SPIRITUAL MALLORCA | 93 |
| THB HOTELS | 14 |
| TRH HOTELS | 54 |
| TURISMO DE GRANADA | 89 |
| TURISMO DE HUELVA | 91 |
| VIVA HOTELS | 39 |
| ZT HOTELS | 95 |



bookingcore
DESIGNED FOR YOUR HOTEL

EVERYTHING YOU NEED TO INCREASE
YOUR DIRECT BOOKINGS

WEBSITE · MOBILEWEB · BOOKING ENGINE · CONTENT MANAGER · EMAIL MARKETING

SEO SEM · CONNECTIVITY · REAL SUPPORT · PROFESSIONAL HOSTING · SSL 256·BIT

THE MOST COMPLETE ONLINE SOLUTION FOR THE HOTELIER WITHOUT COST

CONTACT US AND BOOST YOUR DIRECT SALES
www.bookingcore.com

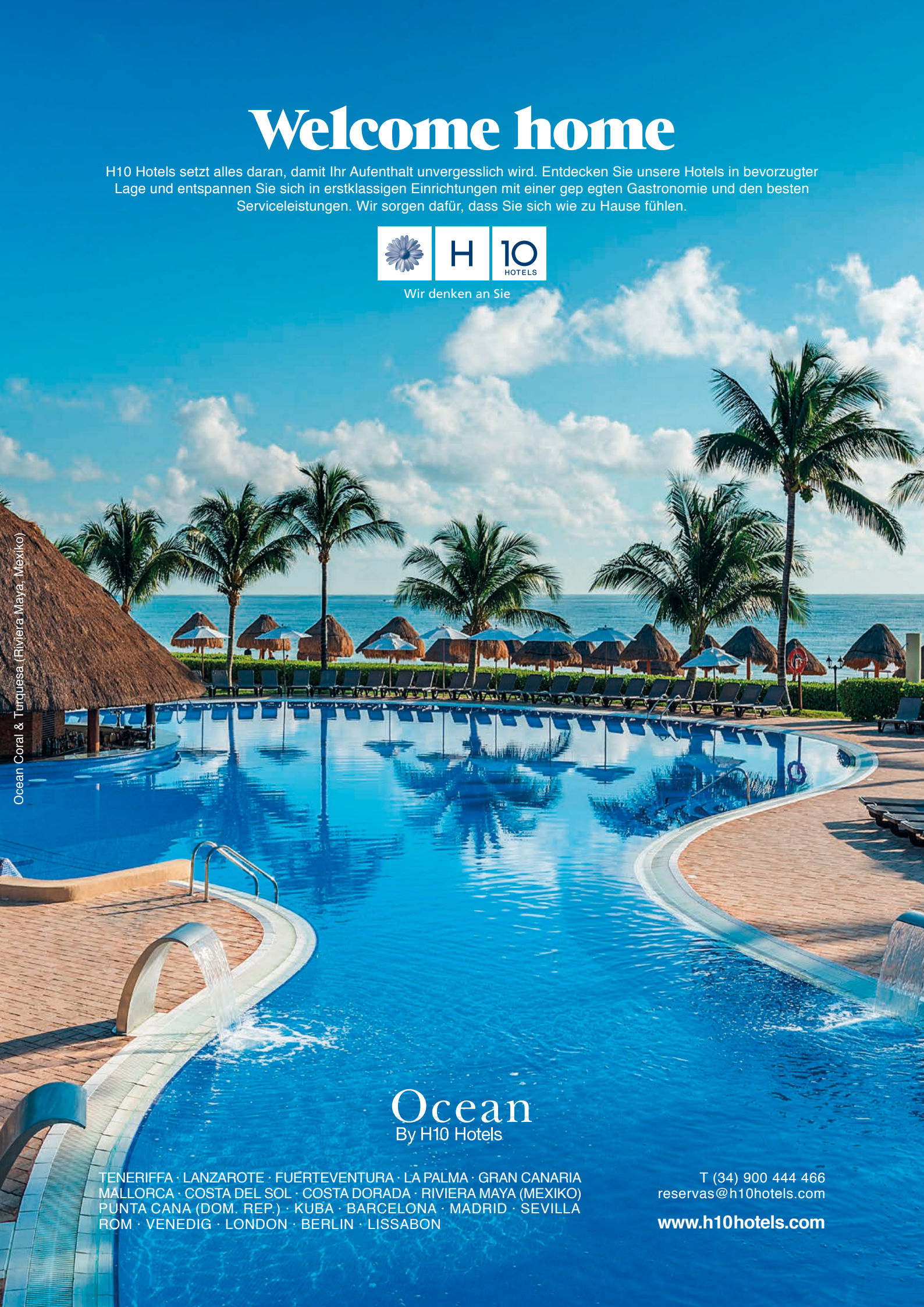
IF YOU WANT TO STAY UPDATE DON'T FORGET TO FOLLOW US AT
pasodebooking.com

# Welcome home

H10 Hotels setzt alles daran, damit Ihr Aufenthalt unvergesslich wird. Entdecken Sie unsere Hotels in bevorzugter Lage und entspannen Sie sich in erstklassigen Einrichtungen mit einer gep egten Gastronomie und den besten Serviceleistungen. Wir sorgen dafür, dass Sie sich wie zu Hause fühlen.

H 10 HOTELS

Wir denken an Sie



Ocean Coral & Turquesa (Riviera Maya, Mexiko)

Ocean
By H10 Hotels

TENERIFFA · LANZAROTE · FUERTEVENTURA · LA PALMA · GRAN CANARIA
MALLORCA · COSTA DEL SOL · COSTA DORADA · RIVIERA MAYA (MEXIKO)
PUNTA CANA (DOM. REP.) · KUBA · BARCELONA · MADRID · SEVILLA
ROM · VENEDIG · LONDON · BERLIN · LISSABON

T (34) 900 444 466
reservas@h10hotels.com

**www.h10hotels.com**