

HOSTELTUR

SPEZIAL ITB 2019

Tausend Erlebnisse unter
der Sonne Spaniens

MÄRZ 2019

Playa de la Concha auf der Insel La Graciosa (Kanarische Inseln)

Kommen Sie nach **KUBA**, Sie werden es genießen





infomallorca.net

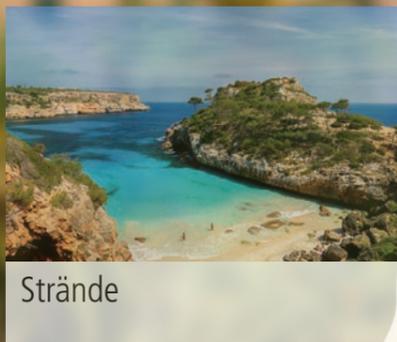
Offizielles
Tourismusportal
Mallorca



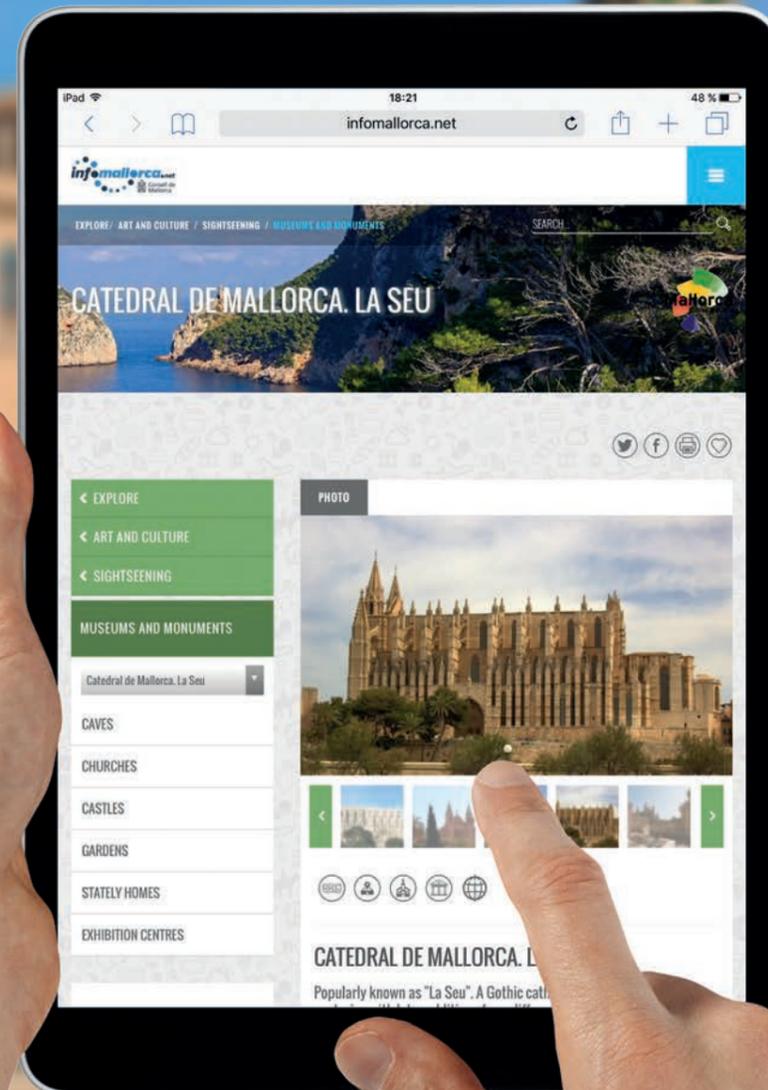
port



Serra de Tramuntana



Strände



Handwerk

beach,
fun &
whala!



PHOTOGRAPHER: PERNILLA DANIELSSON. MODEL: LAURA POTT

whala!hotels

HM hotels

Mallorca: HM Alma Beach · HM Balanguera Beach · HM Tropical · HM Gran Fiesta · HM Dunas Blancas · HM Ayrón Park
HM Balanguera · HM Jaime III · HM Martinique · México: HM Playa del Carmen · Villas HM Paraíso del Mar · Villas HM Palapas del Mar



Rep. Dominicana: whala!bocachica | whala!bayahibe | whala!bávaro
whala!urban punta cana | Mallorca: whala!beach | whala!fun

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

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

Ja,
es ist ein Schloss.



Wir stellen Ihnen unsere neue Marke Fantasia vor. Ein neues Themenhotelkonzept für Familien. Entdecke den Zauber, sich wieder wie ein Kind zu fühlen!

Besuchen Sie uns:

Fantasia Bahia Principe Punta Cana
 Fantasia Bahia Principe Tenerife

*Fantasia Bahia Principe ******

Punta Cana

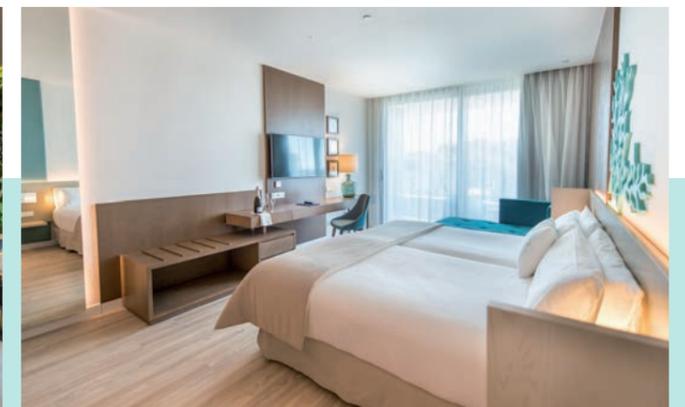
Bavaro - Dominikanische Republik

*Fantasia Bahia Principe ******

Tenerife

Teneriffa - Spanien

Deine Ruheoase auf Mallorca



IBEROSTAR LLAUT PALMA ★ ★ ★ ★ ★

Ein 5-Sterne-Hotel auf Mallorca, ein Geschenk für alle fünf Sinne, in dem Sie sich ins Mittelmeer verlieben werden. Das Iberostar Llaut Palma befindet sich in Playa de Palma, nur wenige Kilometer vom Flughafen und der Hauptstadt von Mallorca entfernt und ist die ideale Wahl für alle, die sich in einer traumhaften Umgebung sowie einem modernen und eleganten Ambiente erholen möchten. Entspannen Sie sich am Strand, nur wenige Schritte vom Hotel entfernt, in dem fantastischen Pool oder in dem 1.300 m² großen Spa und lassen Sie sich mit den Anwendungen verwöhnen, die zur Revitalisierung von Körper und Geist ausgelegt sind.

Dieses Luxushotel bietet Ihnen zudem beste Gastronomie in seinen Restaurants und Bars: Das Katagi Blau, wo Sie bei einem spektakulären Panoramablick authentische Aromen aus Asien kosten können; das Büfett-Restaurant, in dem Ihnen eine gastronomische Reise geboten wird, ohne das Hotel zu verlassen; die Poolbar, ideal für einen Aperitif-Snack zwischen den Mahlzeiten. Am Abend können Sie den Tag dann in großartiger Weise mit einem Drink auf der Dachterrasse mit Blick aufs Meer abrunden. Und wenn Sie ein noch exklusiveres Erlebnis genießen möchten, können Sie den Premium-Service Star Prestige mit einer Luxusbetreuung nach Maß in Anlagen nur für Erwachsene buchen.



SPANIEN · PORTUGAL · ITALIEN · UNGARN · GRIECHENLAND · BULGARIEN
 MONTENEGRO · TUNESIEN · MAROKKO · CAPE VERDE · JAMAICA
 DOMINIKANISCHE REPUBLIK · KUBA · MEXIKO · BRASILIEN · USA



Eine der führenden Hotelketten der Welt zu sein, bedeutet...

So viel mehr zu haben.

ERLEBNISSE
SCHÖNHEIT
LUXUS
EXZELLENZ
ENGAGEMENT
KNOW-HOW
STÄRKE
DANKBARKEIT
HINGABE

WIR HABEN DAS ALLES

Und wir GEBEN das alles.
Von Ibiza in die Welt...

Und entdecke alle Vorzüge, die dir das Programm für die Mitglieder von PALLADIUMCONNECT.COM bei jeder Buchung zu bieten hat.

Für weitere Informationen wende dich bitte an dein Lieblingsreisebüro
PALLADIUMHOTELGROUP.COM

PALLADIUM
HOTEL GROUP



Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa

Editorial

Eine führende Destination zeigt sich von ihrer besten Seite

Das Jahr 2019 präsentiert sich voller Herausforderungen in Europa, denen sich sowohl Deutschland als auch Spanien auf ihre jeweils eigene Art stellen müssen. Für die spanischen Reiseziele bleibt der treue und solide deutsche Quellenmarkt weiterhin ein wichtiger Faktor im Hinblick auf die Zukunft. Daher bemühen sich die spanischen Destinationen darum, erneut das Vertrauen der deutschen Touristen als komfortable und sichere Reiseziele zu gewinnen, indem sie zeigen, dass es viele Facetten gibt, die die Besucher noch gar nicht kannten und die genau dem entsprechen, was sie immer mehr im Urlaub wünschen: Erfahrungen und Erlebnisse, Sport, Natur und Nachhaltigkeit.

Nach Spanien reisten 2018 fast 83 Millionen Touristen, das war ein neuer Besucherrekord. Aber es ist nicht das Ziel, einfach zuzulegen, egal wie. Die Behörden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene bemühen sich verstärkt darum, nachhaltig zu arbeiten; die touristische Saison auszuweiten, um den Wohlstand und die Beschäftigung, die die Branche schafft, ganzjährig garantieren zu können; und Touristen anzusprechen, denen bewusst ist, wie wichtig es ist, die Natur zu schützen und die Authentizität der Destinationen zu respektieren.

Zweifellos gibt es keinen Besucher, der Spanien bei dieser Aufgabe besser begleiten kann als der deutsche Reisende. Für ihn hat man in diesem Jahr viele neue Anreize geschaffen, andere gab es schon immer, sie sind sogar noch näher, als man denkt – es gilt nur, sie zu entdecken. Das ist zum Beispiel der Fall des Nationalparks des Archipels Cabrera zu Wasser und zu Land, der eine spektakuläre Flora und Fauna aufweist. Er ist nur eine Stunde per Boot von Mallorca entfernt, einem gut bekannten und beliebten Reiseziel.

Oder auch die Möglichkeiten einer international noch wenig bekannten Region wie der Extremadura, wo man Vögel und Sterne betrachten, in Naturschmüßbädern baden oder auf Flüssen Kajak fahren oder in ihnen tauchen kann.

Das wunderbare Klima Spaniens –die Sonne, die für gute Laune sorgt und alle Aktivitäten, sei es ein Sportwettbewerb, ein Strandspaziergang oder ein Ausflug auf historischen Spuren, so angenehm macht– wird immer hier sein, auf die Besucher warten, sie umarmen und ihnen einzigartige Erlebnisse bieten.



Sport unter freiem Himmel ist einer der größten Genüsse, die man sich in Spanien gönnen kann. Foto: Palma 365/Frankie Sunshine.

Hosteltur.com

HERAUSGEBER: Joaquín Molina García-Muñoz
editor@hosteltur.com

CHEFREDAKTEUR: Manuel Molina Espinosa
manuel.molina@hosteltur.com

@manolomolinaesp

GESCHAFTSFÜHRER: Carlos Hernández

carlos.hernandez@hosteltur.com

@carloshosteltur

REDAKTION:

MENORCA: REDAKTIONSLEITERIN:

Esther Mascaró - redactorjefe@hosteltur.com

@esthermascaró

MADRID: Hotels: José Luis Ortega

jose.luis.ortega@hosteltur.com - @jhosteltur

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@cenai.inf.cu

DIGITALE AUSGABE: Coordinadora: Ángeles

Vargas - angeles.vargas@hosteltur.com

Community Manager: Lola Buendía -

lola.buendia@hosteltur.com - @lbuendia

WERBUNG: Central:

Ángel López - angel.lopez@hosteltur.com

Tel.: 971 73 20 73

Madrid: Juan Carlos Martín - juan.carlos.

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: suscripcionimpres@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

TR
HOTELS

GRAND PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

PALLADIUM
HOTELS

PALLADIUM
boutique HOTELS

FIESTA
HOTELS & RESORTS

YUSHUATA
HOTELS

BLESS
HOTELS

Only
YOU
HOTELS

AYRE
HOTELS

Hard
Rock
HOTELS

Nach Jahren des Booms festigt die Destination ihre Stärken

SPANIEN ARBEITET DARAN, erneut das Vertrauen des deutschen Marktes zu gewinnen

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Im Jahr 2018 erlebte Spanien nach Jahren des Booms eine Verlangsamung des Wachstums des ausländischen Tourismus, dennoch kamen fast 83 Millionen internationale Besucher nach Spanien. Im Hinblick auf 2019 werden zahlreiche Faktoren das Verhalten des deutschen Tourismus beeinflussen, aber die Destination ist bereit, neue Anreize zu schaffen, um weiterhin die Nummer eins auf der Beliebtheitsskala dieses Marktes zu bleiben.

Nach Spanien reisten im Jahr 2018 insgesamt 82,8 Millionen internationale Touristen, ein Zuwachs um 1,1% im Vergleich zum Vorjahr. Es war ein Jahr der Anpassungen an die veränderte geopolitische Lage im Mittelmeerraum, und das Vergleichsjahr 2017 war ein regelrechtes Rekordjahr gewesen. Insgesamt 11,4 Millionen deutsche Touristen kamen im letzten Jahr nach Spanien, das waren 4,1% weni-

ger als im Vorjahr. Aber es gibt ganz klare Anzeichen für eine Trendwende, denn schon im vergangenen Dezember stieg die Zahl der deutschen Reisenden um 10,8% auf über eine halbe Million Touristen, und das mitten in der Nebensaison. Deutschland hielt sich als der zweitwichtigste Quellenmarkt Spaniens mit einem Anteil von 13,8% hinter Großbritannien. Auf den Balearen hielt der deutsche Markt seine Führungsstellung mit 33,7% des gesam-

ten internationalen Tourismus, auf den Kanaren ist er Nummer zwei mit 20,3%. Spanien ist das erste Reiseziel der Deutschen für Auslandsreisen, wie die Daten der **Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR)** zum Jahr 2017 zeigen, dem letzten Jahr, für das zu Redaktionsschluss der Informationen von Tourespaña über den deutschen Markt komplette Daten vorlagen. Wie diese Informationen zeigen,



Spanien hat dem deutschen Touristen, der Natur und ein angenehmes Klima genießen möchte, viel zu bieten. Aufnahme des Naturparks Sierra María de los Vélez in Almería, überlassen von Turismo Andaluz.

haben die deutschen Reisenden ein positives Bild von Spanien: die Bademöglichkeiten, das angenehme Klima, Sonnengarantie, schöne Landschaften und die Gastfreundschaft. Weniger gut schätzen sie die Sport- und insbesondere Radsportmöglichkeiten im Winter ein, das Umweltbewusstsein halten sie für wenig entwickelt. Dies sind Aspekte, an denen die Destination arbeiten muss, um die Möglichkeiten für den Aktivtourismus und auch die Initiativen zur Nachhaltigkeit noch besser bekannt zu machen. Während Spanien das beliebteste Reiseziel der Deutschen im Bereich des Badetourismus ist, liegt das

Land in puncto Natur- oder Städtereisen nur an siebter Stelle und auf Rang acht, was Gesundheits- und Wellnessreisen angeht. In diesen Bereichen kann es also interessant sein, Marktanteile zu gewinnen und sich dabei konkret an das sich verändernde Profil der deutschen Urlauber zu halten. Einige der Indikatoren hinsichtlich des deutschen Tourismus waren 2018 rückläufig, so nahm das Volumen der Ausgaben ebenso wie die Zahl der Reisenden ab. Der spanische Flughafenbetreiber Aena prognostizierte für den Zeitraum Dezember bis Februar einen Anstieg der Zahl der Flugreisenden um 2,3%,

jedoch wurde in Wirklichkeit bisher nur im Dezember ein positives Ergebnis von 15,7% verzeichnet, während es im Januar und Februar um 2,2% bzw. 5,3% zurückfiel.

Repositionierung und Differenzierung

Arturo Ortiz Arduán, Leiter des Spanischen Fremdenverkehrsamtes **OET in Berlin**, das zu **Tourspain** gehört, erklärte gegenüber **Hosteltur**: "Spanien setzt 2019 im deutschen Markt seine Repositionierung als nachhaltiges europäisches Reiseziel fort, das sicher ist und sich durch Vielfalt auszeichnet, wobei man sich ganz klar von den Destinationen im östlichen Mittelmeer und Nordafrika differenziert". In diesem Sinne werde dieses Jahr nicht nur vom Wachstum in diesen Destinationen gekennzeichnet, sondern auch von den strukturellen Anpassungen der deutschen Tourismusbranche, vor allem im Flugbereich, und von den sehr langsamen Veränderungen der deutschen Nachfrage. Das bedeutet: ältere Touristen, mehr Onlinebuchungen, Nachfrage nach mehr Erlebnissen und Emotionen, weniger Abhängigkeit von Reiseveranstaltern, mehr Sorge um die Umwelt und die Nachhaltigkeit der Destinationen. "Diese Neuanpassung hat ganz klare Auswirkungen auf die Buchungen für Spanien, die je nach Einzelrei-



LET US DRIVE YOU

Über 70 Büros an Kunden-Service
Lokale Unternehmen, personalisierte Service
Direkte Lieferung zum Flughafen und Häfen
Keine Warteschlangen, keine Transfers, ..., um das Auto zu sammeln

Kostenlos a la carte Lieferung im Hotel, Finca, Apartment, etc
Kostenlose Pannenhilfe 365/24h
Über 35 jahrelange Erfahrung und Kundenservice
Vielfältige Flotte

ibacar
GROUP

www.ibacar.com

MALLORCA · MENORCA · IBIZA · FORMENTERA

Gepflegt und genehmigt durch der balearischen Regierung



seziell sehr unterschiedlich ausfallen. Der Verlust unserer deutschen Touristen im Jahr 2018, mehr als 400.000, wurde nicht von einem parallelen Rückgang der Ausgaben begleitet“, ebensowenig entsprachen die Zunahmen der Badedestinationen, die mit Spanien im Wettbewerb stehen, exakt den Rückgängen in Spanien.



Die neuen Touristen sind auf der Suche nach starken Emotionen, die sie auf dem Caminito del Rey finden, einem der beliebtesten Vertreter des spanischen Angebotes rund um den Aktivtourismus.

„Nicht alle wechseln das Reiseziel –Spanien ist weiterhin die Nummer eins in Deutschland– und das sind auch nicht alle diejenigen, die am meisten ausgeben. Die wichtigsten deutschen Reiseveranstalter stehen diesen Veränderungen nicht gleichgültig gegenüber, denn es sieht nicht so aus, als ob der Zugewinn im östlichen Mittelmeer den Verlust in Spanien kompensiert. Die wichtigsten Reiseziele der Deutschen in Spanien –vergessen wir nicht, dass sich 80% davon auf nur drei Regionen konzentrieren– haben im Jahr 2018 eine Zunahme der durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Tag verzeichnet, und das ist ja das Ziel, das die Tourismuspolitik schon lange verfolgt und das wir allmählich alle zusammen erreichen“.

Ortiz fügt hinzu: „Die hervorragende und außergewöhnliche Situation der letzten Jahre, was die Zahl der Touristen angeht und die sich jetzt nor-

malisiert, zeigt sich beim Vergleich der Ziffern der letzten drei Jahre 2016 bis 2018, in denen man klar die elf Millionen Touristen überschritten hat (im Rekordjahr 2017 kamen sogar 11,8 Millionen), mit dem Durchschnitt der letzten zehn und zwanzig Jahre (10,25 Millionen)“. Das heißt, in den letzten drei Jahren wurden Zuwächse von 9,2%,

15,9% und 11,3% im Vergleich zum Durchschnitt der Neunziger Jahre erzielt. „Was heute wie ein plötzlicher Rückgang aussieht, war vor wenigen Jahren noch eine Rekordzahl, nur mit dem Unterschied, dass diese Angleichung uns gleichzeitig höhere Ausgaben derjenigen, die uns besuchen, beschert, wobei natürlich jede spanische Destination ihre Eigenheiten in diesem Hinblick aufweist“.

Starker Wettbewerb bei den Veranstaltern

Der Verantwortliche der OET in Berlin ist der Ansicht, „wir müssen damit rechnen, dass 2019 diese Angleichung weitergeht, und zwar noch spürbarer – sowohl, was die Buchungen für Spanien als auch den deutschen Reisemarkt generell angeht. Hier gibt es Spannungen im Bereich der Veranstalter und der Fluganbieter aufgrund des Wettbewerbes und des Überangebotes, was

zur Senkung der Preise, aber auch der Margen führt. Das Bestehen der deutschen Reiseveranstalter auf zu kleinen Preisen könnte sich gegen sie wenden, denn dadurch ziehen sie ein Publikum an, das bisher wenig geneigt war, zu reisen; dadurch reisen jetzt mehr Deutsche, die die Entscheidung vom Preis abhängig machen“.

Das Image Spaniens als europäische Destination mit ganz besonderen Eigenschaften muss aus der Neupositionierung gestärkt hervorgehen, denn sie macht es möglich, ein Publikum mit höherer Kaufkraft anzusprechen und dadurch Wohlstand zu schaffen, der sich sowohl flächenmäßig als auch saisonal verteilt, ohne die lokalen Ressourcen und Infrastrukturen unnötig zu strapazieren, so Ortiz.

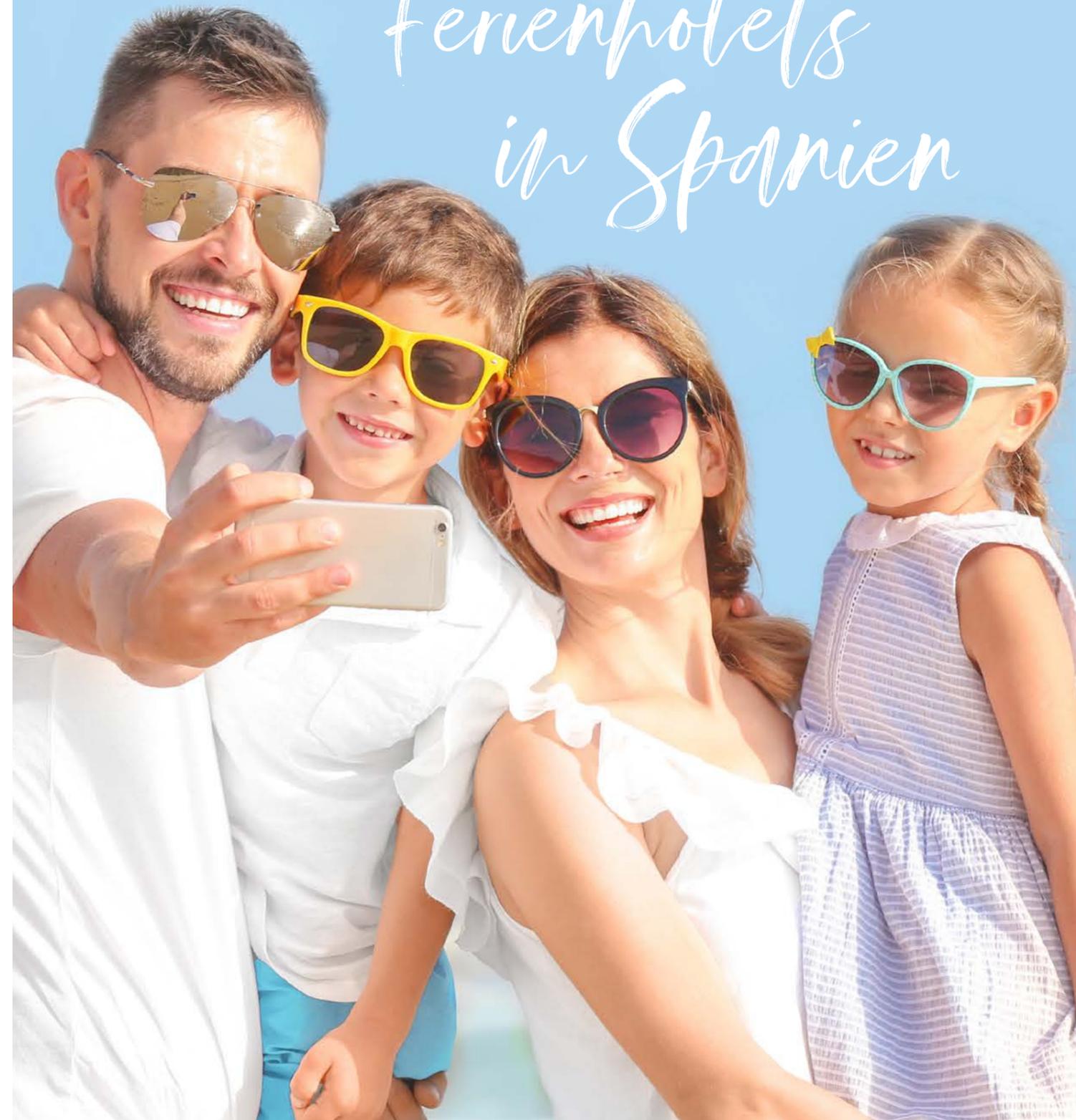
Die Saturierung gewisser Orte an gewissen Terminen, die jetzt im Fall des deutschen Marktes allmählich korrigiert werde, sei laut Ortiz eine Möglichkeit, eine Einladung dazu, die Produkte und das Angebot zu diversifizieren, was eine Anpassung und Diversifizierung der Nachfrage nach sich ziehen werde.

Ein Angebot, das aufzuwerten ist

In diesem Sinne muss man auf die zahlreichen Ressourcen hinweisen, die Spanien besitzt, um diesen sich wandelnden Markt anzuziehen. So gibt es zum Beispiel attraktive Möglichkeiten für Aktivtouristen wie den Caminito del Rey in der Provinz Málaga, der im letzten Jahr von 300.000 Menschen genutzt wurde, darunter 60% Ausländer, allen voran die Deutschen.

Sehr interessant sind auch die Möglichkeiten, die das Netzwerk der Ave-Städte bietet, um mit dem gleichnamigen Schnellzug (Ave) schnell und bequem durch Spanien zu reisen. Dieses Jahr nimmt dieses Netzwerk am Andalusienstand an

Ferienhotels in Spanien



MALLORCA LANZAROTE TENERIFE FUERTEVENTURA BENIDORM LLORET DE MAR TORREMOLINOS MARRAKECH MADRID

BLUESEA
HOTELS THAT MAKE YOU SMILE

BLUESEA
HOTELS .COM

„
Im Jahr 2018 reisten
82,8 Millionen
ausländische Touristen
nach Spanien, darunter
11,4 Millionen Deutsche
– damit hat der deutsche
Markt einen Anteil von
13,8%

der ITB teil, denn der deutsche Markt ist einer der wichtigsten Kunden. Im Jahr 2018 wurde die Bahnkarte Renfe Spain Pass vor allem genutzt, um nach Madrid, Barcelona, Sevilla, Córdoba und Málaga zu reisen. Noch ein weiterer Schritt Richtung

Komfort ist der Barrierefreie Jakobsweg, der in diesem Jahr präsentiert worden ist. Es handelt sich um eine Application, die es Menschen mit Seh- und intellektueller Behinderung einfacher macht, sich auf dem Jakobsweg zurechtzufinden. Das Projekt wird in diesem Jahr auf dem so genannten Französischen Weg umgesetzt, der durch Castilla y León verläuft, und soll bis zum Heiligen Jahr 2021 fertig gestellt sein.

Die Allianz zwischen Regionen wird gestärkt

Einer der größten Reize der Regionen im Norden der Iberischen Halbinsel ist ihr landschaftlicher Reichtum. Das einzigartige Angebot des so genannten **Grünen Spanien** ist eine der schönsten Attraktionen. In diesem Jahr hat **Euskadi** – das Bas-

kenland– die Kollegen aus **Asturien** an der Spitze der Tourismusmarke abgelöst, an der auch **Kantabrien** und **Galizien** teilnehmen und die von **Turespaña** unterstützt wird.

Die Marke erhielt im letzten Jahr einen neuen Impuls, dank der guten Zusammenarbeit der Regionen, die sie umfasst. Man entwickelte Aktionen wie die Erarbeitung einer neuen Website, die Lancierung internationaler Profile in den Sozialen Netzwerken des Grünen Spanien und die erstmalige gemeinsame Teilnahme an verschiedenen internationalen Foren, um die Destination zu positionieren. In diesem Sinne möchten sie nun auch zusammen an der Aufstellung der Flugverbindungen arbeiten, um die Erreichbarkeit aus den wichtigsten Quellenmärkten zu garantieren. ■

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

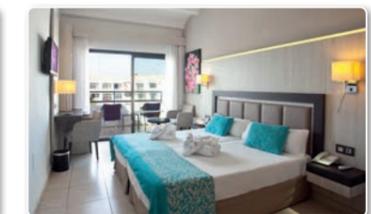
A LUXURY
URBAN RESORT

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



Der Zauber von Ibiza in jedem Detail

FERGUS Style Bahamas interpretiert die Magie Ibizas neu und verwandelt sich in ein einzigartiges Hotel, um im Rhythmus der Weißen Insel zu tanzen. Das Hotel liegt am Sande der berühmten Playa d'en Bossa, ganz in der Nähe der besten Diskotheken der Welt. Das Hotel zeichnet sich durch sein umfassendes All Inclusive-Konzept und sein kosmopolitisches Ambiente aus. Ideal um Ibiza sowohl nachts als auch tagsüber zu erleben!



Angebote zur
Ersteröffnung nur auf fergushotels.com



Sonne, Strände, Qualität und der größte Nationalpark im Mittelmeer

Spanien bleibt Nummer eins der internationalen

REISEZIELE DER DEUTSCHEN

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

Spanien hält seine Position als erstes Badereiseziel in Europa, die Küsten des Landes halten ein großes und vielseitiges touristisches Angebot bereit, es gibt Möglichkeiten für Freizeitgestaltung am Tag und in der Nacht oder einfach nur zum Entspannen. Hochwertige Strände mit einem Rekord an Blauen Flaggen und die besten Dienstleistungen, darunter auch solche, die einen Mehrwert schaffen, wie Internetzugang per Wifi.

„
Spanien bleibt das beliebteste Reiseziel in Deutschland, ganz besonders für den Badetourismus

Ohne Zweifel ist der Badetourismus weiterhin der Star unter den Produkten und der am meisten gefragte. Das Land hat das beste Klima Europas, viele Kilometer Küste, Hotels und ein attraktives Zusatzangebot – all das hat Spanien zu einem der stärksten Reiseziele der Welt gemacht, seit zwei Jahren ist es weltweit die Nummer zwei. Im Jahr 2018 verzeichnete Spanien einen neuen Besucherrekord mit 82,8 Millionen internationalen Reisenden. Einen Zuwachs von zwei Punkten verzeichnete die Gruppe der Urlaubs- und Freizeitrei-

senden (87%), 81,7% der internationalen Touristen konzentrierten sich auf fünf Regionen an der spanischen Küste, die das Produkt „Sonne und Strand“ anführen: Katalonien, die Kanaren, die Balearen, Andalusien und die Region Valencia.

Urlaubsziel

Im Fall der deutschen Touristen führt Spanien, und hier konkret die Balearen, die Liste der beliebtesten Reiseziele an. Wie aus der jährlichen Studie der Hamburger BAT-Stiftung für Zukunftsfragen hervorgeht, reisten im Jahr 2018 so viele

Deutsche wie noch nie, was auf den langen Sommer, die gute wirtschaftliche Lage und höhere Einkommen zurückgeführt wird. Fast zwei Drittel aller Deutschen packten ihre Koffer und verreisten (62%). Deutschland selber ist zwar nach wie vor das beliebteste Reiseziel der Deutschen (34%), danach folgt schon Spanien (12,7%), das zwar um einen Punkt im Vergleich zum Vorjahr verlor, aber immer noch drei Prozent über dem dritten Reiseziel, nämlich Italien (9,6%) – gleichzeitig das Reiseziel mit dem stärksten Zuwachs- und neun Prozent vor der Türkei (3,7%) liegt.

Die gleiche Studie zeigt, dass mehr als die Hälfte der deutschen Urlauber (54,3%) sich für europäische Reiseziele und vor allem für Badereiseziele entschieden, um zu entspannen. „Bei den Auslandsreisezielen bleibt die Popularität Spaniens ungebrochen. Insbesondere die Balearen – die allein mehr Gäste begrüßen konnten als Griechenland und die Türkei zusammen – erfreuen sich bei den Deutschen einer hohen Beliebtheit“.

Luxus-Strandbuden und Wifi

Ein stark wachsender Trend sind die Beachclubs, oder Luxus-Strandbuden, die Hotels an der Küste zunehmend einführen. Immer mehr Hotels nutzen ihre privilegierte Lage direkt am Strand, um ihr Angebot um Beachclubs zu erweitern, exklusive Locations, wo man zu Mittag oder zu Abend essen oder den ersten Drink nehmen kann, dabei hört man Musik und genießt den Sonnenunter-



Cala Comte, Strand im Südwesten der Baleareninsel Ibiza.

gang und eine leichte Brise vom Meer. Ein rundum zufriedenstellendes Erlebnis von Gastronomie und Unterhaltung in perfekter Harmonie.

Zu den Clubs, die auf Reisewebsites wegen ihrer Innovation und des Unterhaltungswertes am meisten empfohlen werden, gehören die Clubs der internationalen Marke **Nikki Beach**, die man weltweit in den exklusivsten Destinationen findet. In Spanien gibt es drei – auf Mallorca, neben dem Hotel ME Mallorca; auf Ibiza und in Marbella; wärmstens

THB hotels

Willkommen an Ihrem Lieblingsort

**ONLINE
PROMOCODE
ITB2019**

Mallorca | Ibiza | Lanzarote

www.thbhotels.com | #thbhotels

Das Archipel von Cabrera ist Mallorcas Südküste vorgelagert

Der größte maritime und terrestre Park im Mittelmeer



Foto von Tommie Hansen from Stockholm, Sweden.

Vor Kurzem hat die spanische Regierung die Grenzen des maritimen und terrestrischen Nationalparks des Archipels von Cabrera auf den Balearen ausgedehnt, der der Südküste Mallorcas vorgelagert ist. 80.779 Hektar Meer rund um das Inselarchipel sind zusätzlich unter Naturschutz gestellt worden, dadurch umfasst das Schutzgebiet, vorher 10.021 Hektar groß, jetzt 90.800,52 Hektar und ist damit der größte maritime und terrestrische Nationalpark des westlichen Mittelmeers und gleichzeitig Spaniens ausgedehntester Nationalpark überhaupt.

Das Archipel von Cabrera besteht aus 19 Inseln und Inselchen, die dem Balearenarchipel angehören, und wurde 1991 zum Nationalpark erklärt. Es wird in Spanien aus Umweltsicht als eines der wichtigsten Insel-Ökosysteme im gesamten Mittelmeer angesehen, dank seines biologischen Reichtums und der Artenvielfalt bezeichnete der spanische Naturforscher Félix Rodríguez de la Fuente Cabrera als „einzigsten unberührten Ort im ganzen westlichen Mittelmeer“.

empfohlen auf diesen Sites werden auch der **Ushuaia Ibiza Beach Club** an der Playa D'en Bossa auf Ibiza; **Le Méridien Ra Beach Hotel & Spa** in Tarragona, der an das schicke Ambiente der Clubs an der französischen Küste angelehnt ist; **Salt Beach Club** mitten auf dem Meeresbou-

levard der Barceloneta in Barcelona, eine urbane Strandbude mit Hipster-Feeling; **Sea Soul Beach Restaurant & Lounge** des Hotels Iberostar Isla Canela in Huelva; und **Gran Hotel Sol y Mar** direkt am Strand Arenal del Bol und gegenüber des Felsens von Ifach in Calpe.

Weitere Beachclubs, die große Beachtung finden, sind **Estrella del Mar**, Vincci, in Marbella, der von viel Natur umgeben ist; und direkt am Strand von Migjorn auf Formentera (Balearen), der **Gecko Beach Club**; ebenso wie der **THB Ocean Beach Ibiza** am Strand von San Antonio; und **El Tangana** in der Bungalow-Anlage Tangana am Strand von Valdevaqueros in Tarifa.

Kostenloses Wifi

Spanien hat zahlreiche Strände mit kostenlosem kabellosen Internetzugang, um die neuen Generationen zufrieden zu stellen, die auch im Urlaub nicht ohne Vernetzung auskommen wollen. Einige Gebiete, wie Calvià und die Playa de Palma auf Mallorca, Barcelona oder Punta Umbria in Huelva bieten schon seit zwei oder drei Jahren Internetverbindung an. Andere spanische Orte nehmen am Projekt zur Umwandlung in intelligente Destinationen teil. Dazu gehören die Kanareninsel El Hierro, die Playa de Palma, Haro, Castelldefels, La Gomera und Badajoz, die die erste Phase bereits hinter sich haben. In der zweiten Phase erstreckt sich das Projekt auf Santiago de Compostela, Las Palmas de Gran Canaria, Jaca, Villajoyosa und Axarquía.

Rekord in Qualität

Ein wichtiger Aspekt der spanischen Strände sind ihre optimalen Bedingungen, was sanitäre Einrichtungen, Umweltschutz und Dienstleistungen angeht. Dafür stehen die Auszeichnungen durch die **Vereinigung für Umwelt- und Konsumentenerziehung (ADEAC)**, die die Blauen Flaggen verteilt. Zuletzt führte Spanien wieder das weltweite Ranking der Destinationen mit den meisten Blauen Flaggen an, in diesem Sommer werden 696 davon in Spanien flattern,


SECRETS
Mallorca Villamil
RESORT & SPA

ESCAPE INTO LUXURY



Eröffnung im März 2019




SECRETS
Resorts & Spas
secretsresorts.com

Unlimited-Luxury®

Secrets Mallorca Villamil Resort & Spa ist ein Resort, das aussieht wie ein Schloss und ideal ist für anspruchsvolle Aufenthalte nur für Erwachsene. Mit spektakulärem Meerblick und wunderschönen Gärten liegt dieses Strandresort in der Stadt Paguera auf der Insel Mallorca. Den Gästen stehen 162 komplett renovierte und elegant eingerichtete Zimmer zur Verfügung. Fast alle mit Balkon und wunderschönem Meerblick. Gemäßigtes kristallklares Wasser und weißer Sand bietet die ideale Umgebung für Sonnenbaden und Wassersport.

12 mehr als im letzten Jahr. Davon gingen 590 an Strände (+11); 101 an Sporthäfen (+1) und fünf an nachhaltige Schiffe (drei auf Mallorca und zwei in Málaga). Betrachtet nach Regionen, ist die Region Valencia weiterhin führend mit 132 Blauen Flaggen (+3), gefolgt von Galizien mit 109 (-4) und Katalonien mit 101 (+6). Bei den Sporthäfen steht Katalonien mit 22 an der Spitze, danach kommen die Balearen mit 20, Andalusien mit 16, Galizien mit 15 und die Region Valencia mit 14. Gleichzeitig vergab dieses Jahr das **Spanische Institut für Tourismusqualität (ICTE)** nach einem umfassenden Audit im Rahmen der internationalen Norm UNE-ISO 13009 die Flagge Q für Qualität an 248 spanische Strände und 21 Was-

sersporteinrichtungen. Fast alle spanischen Küstenregionen schafften es, mehr Q-Flaggen zu holen: Andalusien (92 zertifizierte Strände), die Region Valencia (47), die Region Murcia (37), die Balearen (22), Galizien (19), Katalonien (12), Kantabrien (11) und Asturien (6). Das Baskenland und Ceuta mit je einer Flagge erhielten diese Zertifizierung zum ersten Mal. Die spanische Gemeinde mit den meisten Flaggen ist Calvià (Mallorca) mit 13. Auch Sporthäfen wurden zertifiziert, und zwar in Galizien (13), auf den Balearen (4) und in Kantabrien (4).

Was kann man auf Cabrera machen?

Cabrera ist eine Zufluchtsstätte für

Die Travellers' Choice™ 2018 wurden von den Usern von TripAdvisor vergeben

Die 10 besten Strände Spaniens

Der Strand Playa de La Concha in San Sebastián, Guipúzcoa, Baskenland, wurde auch 2018 wieder -zum zweiten Mal in Folge- als bester Strand Spaniens von den Usern von TripAdvisor gewählt und daher mit dem Travellers' Choice™ 2018 ausgezeichnet.

Es ist der einzige spanische Strand in den weltweiten Top 25, liegt dort an sechster Stelle und führt auch weiterhin die europäischen Top 25 an, in die es auch die Strände Ses Illetes auf der Baleareninsel Formentera (Platz neun), die Playa de Las Canteras auf Gran Canaria (Platz 10) und der Strand Las Catedrales im galizischen Ribadeo (Platz 15) geschafft haben.

In diesem Jahr sind sechs der zehn besten Strände Spaniens Strände auf den Kanareninseln – sie belegen die Plätze drei bis acht.

Das sind die Top 10 der spanischen Strände:

1) Playa de La Concha, San Sebastián, Guipúzcoa, Baskenland



Die Playa La Concha in San Sebastián, Guipúzcoa, Baskenland wurde bei den Travellers' Choice™ 2018 als bester Strand Spaniens ausgezeichnet.

2) Playa de Ses Illetes, Formentera, Balearen

3) Playa de Las Canteras, Las Palmas de Gran Canaria, Kanarische Inseln

4) Playa de Maspalomas, Gran Canaria, Kanarische Inseln

5) Lagunas y Playa de El Cotillo, La Oliva, Fuerteventura, Kanarische Inseln

6) Playa de Sotavento, Costa Calma, Fuerteventura, Kanarische Inseln

7) Playa Del Duque, Costa Adeje, Teneriffa, Kanarische Inseln

8) Playa de Cofete, Morro del Jable, Fuerteventura, Kanarische Inseln

9) Playa de las Catedrales, Ribadeo, Lugo, Galizien

10) Playa de Muro, Mallorca, Balearen



CAPRICE ALCUDIA PORT

by Ferrer hotels

Der wahre Luxus besteht darin, wählen zu können, wo Sie ein paar Tage Freizeit, Entspannung und Genuss verbringen möchten. In diesem Sinne haben wir bei Caprice das Konzept des Luxus neu erfunden und eine unvergleichliche lokale Erfahrung vereint...

Willkommen bei Local Luxury, willkommen bei **Loxury**

ERLEBE MIT CAPRICE DEIN LOXURY ERLEBNIS

C/ Coral, nº 4, 07410, Pto. de Alcudia - **Mallorca**
capricehotels.com | ferrerhotels.com



„
 Der
 Badetourismus
 ist der Star unter
 den spanischen
 Produkten
 und wird mit
 Projekten zur
 Steigerung der
 Qualität und
 innovativen
 Dienstleistungen
 wie Wifi weiter
 entwickelt

Meeressäuger, große Wanderfische und Korallenbänke. Während die Insel Cabrera an Land die typische mediterrane Küstenvegetation aufweist, findet man in den Tiefen vor der Insel interessante Algenkolonien, Ozean-Posidonia und mehr als 200 Tierarten wie Riesenzackenbarsche, den Großen Drachenkopf, Tintenfische oder den Großen Tümmler.

Es gibt archäologische Fundstätten an Land und unter Wasser, zahlreiche Wanderrouten, bei denen man die Flora und Fauna der Insel bewundern kann – See- und Raubvögel wie den Wanderfalken, den Fischadler, den Kormoran oder Möven. Der Eleonorenfalke ist einer der gerngesehenen Besucher, neben weiteren 130 Zugvogelarten.

Zu den Aktivitäten auf Cabrera gehören geführte Wanderungen zur Burg, die im 14. Jahrhundert errichtet wurde, unter

Denkmalschutz steht und das Kulturhighlight der Insel ist. Ebenso kann man zum Leuchtturm Ensiola oder auf den Hügel Miranda oder Bellamiranda laufen, von wo aus man einen herrlichen Blick auf den Hafen, den Norden und Osten Cabreras hat. Man kann auch zwischen den Stränden Sa Platgeta und S’Espalmador schnorcheln oder im wunderschönen türkisen Wasser der Blauen Grotte schwimmen.

Der Park liegt eine Bootsstunde von der Südküste Mallorcas entfernt, von wo aus in regelmäßigen Abständen Boote von Colonia de Sant Jordi und Porto Novo aus in Richtung Cabrera aufbrechen. Wenn man Cabrera mit dem eigenen Boot besuchen will, braucht man eine Genehmigung, um in den ausgewiesenen Bereichen zu ankern, ebenso, um im Wasser um die Insel herum zu tauchen oder mit dem Boot zu fahren. ■



Vanity Suite (Adults Only +16) - Neues asiatisches Restaurant MIZU



VIVA Eden Lago
 Komplette neu renovierte Apartments und Studios



ENTDECKE UNSERE
 NEUHEITEN
 2018-2019

HOTELS.VIVA.COM



VIVA Blue
 Neue Apartments mit privatem Pool



VIVA Cala Mesquida Resort
 Neue Royal Terrace Apartments



VIVA Eden Lago
 Neues Cycling Station



VIVA Sunrise
 Renovierte Apartments



Weil wir uns mit Urlaub auskennen

Überlassen Sie uns alles Weitere

Mallorca - Cádiz - Lanzarote - Cancún

hipotels.com – We Care

BAL

Sport und Natur sind die Grundpfeiler des Archipels

REISEZIEL BALEAREN

Nachhaltigkeit als Garantie für die Zukunft

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Der deutsche Quellenmarkt ist nach wie vor führend auf den Balearen, seinem bevorzugten Reiseziel. Diese Position wollen die Inseln auch 2019 halten und stellen dafür ein attraktives und gleichzeitig bewusstes und nachhaltiges Angebot auf. Sportveranstaltungen, Technologie und zahlreiche Aktivitäten, an denen sowohl Besucher als auch Einheimische teilnehmen können, machen diese wunderschönen Inseln zu einem unwiderstehlichen Ort.

Die touristische Nachhaltigkeit ist die Hauptachse der Präsentationen und des Standes der Balearen auf der diesjährigen ITB 2019. Die Regierung der Balearen ist der Ansicht, dass die Positionierung der Inseln als Reiseziel, vor allem in der Sommersaison, ihnen eine lange und tiefgreifende Erfahrung in der Branche verschafft haben und sie so zu Pionieren unter den Reisezielen macht. Aber die Zunahme der Besucherzahlen in den letzten Jahren hat gewisse Phänomene mit sich gebracht, die Fragen über die Machbarkeit und Nachhaltigkeit des Tourismus aufwerfen.

Aus diesem Grund hat die **Agentur für Tourismusstrategie der Balearen (AETIB)** zwei große Tätigkeitsfelder: das strategische Tourismusmanagement für eine Verbesserung der internationalen Aufstellung der Balearen; und das nachhaltige Tourismusmanagement, dessen Ziel es ist, die negativen Auswirkungen des Tourismus zu beschränken und damit auch zu einer besseren Positionierung der Balearen als Reiseziel beizutragen. So setzt man auf touristische Produkte, die einen Beitrag zur saisonalen Entzerrung beitragen, die Wintersaison stärken und die Sommersaison entla-

sten sollen. Diese Produkte sind Teil der acht strategischen Tourismussegmente (SET), die auf den Balearen Priorität genießen: MICE, Gesundheit und Wohlbefinden, Luxus, Gastronomie, Sport, Aktivtourismus, Ökotourismus und Kultur. Die Region führt auch das Projekt **Better in Winter** fort, bei dem privater und öffentlicher Bereich ihre Kräfte vereinen, um gemeinsam für die Produkte zu werben, die zu einer Verlängerung der Saison über den Sommer hinaus beitragen können. Eine der wichtigsten Maßnahmen, die man in Sachen touristische Nachhaltigkeit eingeleitet hat, war die Ein-

führung der so genannten Steuer für Nachhaltigen Tourismus (ITS) im Jahr 2016, die auf die touristischen Aufenthalte erhoben wird. Die Einnahmen daraus sind zweckgebunden und können einzig und allein für Maßnahmen zum Schutz und Rückgewinnung der Natur; zur Finanzierung von Projekten zur Förderung des nachhaltigen Tourismus in der Nebensaison; Wiederaufbereitung von Elementen des Geschichts- und Kulturerbes; oder Forschung über den Klimawandel oder den Tourismus verwendet werden.

wurde darüber hinaus eine Website entwickelt, auf der sich jeder informieren kann, wohin die eingenommenen Steuergelder fließen (www.illessostenibles.travel). Einige dieser Projekte werden auf der ITB vorgestellt.

Ein Stand mit Auszeichnung

Der Stand der Balearen umfasst Treppen der vier Inseln –Mallorca, Menorca, Ibiza und Formentera– und verschiedener Städte und Gemeinden sowie von privaten Mitausstellungen. Es handelt sich um den glei-

im Bereich Europa erhielt.

Die über 400 Quadratmeter Fläche sind in verschiedene thematische Bereiche untergliedert – Kultur, Gastronomie und Natur–, und der Stand stimuliert die Sinne der Besucher: ein riesiger, in den Boden eingelassener Bildschirm zeigt Bilder vom Meeresgrund, während man das Geräusch der Wellen hört und den Duft des Meeres riecht.

In diesem Jahr gibt es am Stand einige Stellen für die Sammlung von Recyclingmüll und Informationen über die Bedeutung des Abfallrecyclings, ebenso Informationstafeln zu den wichtigsten Projekten, die mit den Einnahmen aus der Steuer ITS finanziert worden sind. Beim Entwurf des Stands wurde auf jegliche architektonische Barrieren verzichtet.

An den letzten Messetagen wird es einen Instagram-Wettbewerb geben, an dem alle Besucher des Standes teilnehmen können. Sie müssen ein Selfie machen und es mit einem bestimmten Hashtag veröffentlichen, um an der Verlosung einer Reise für zwei Personen auf ihre liebste Baleareninsel teilzunehmen. Am Wochenende wird die AETIB den Stand in einen Spielplatz für Kinder verwandeln – es gibt ein 25m2 großes Mensch-Ärgere-Dich-Nicht und ein riesiges Twister mit den Farben Mallorcas, Menorcas, Ibizas und Formenteras.

Das Angebot der Balearen war das ganze Jahr über sehr präsent in Deutschland. Die Region präsentierte sich auf



Menorca wird das ganze Jahr über Schauplatz verschiedener sportlicher Wettkämpfe sein, die eine wichtige Grundlage für den Reiz der Insel sind.

Durch diese Steuer wurden bereits mehr als 200 Millionen Euro eingenommen, mehr als 150 Projekte, die damit finanziert werden, sind bereits genehmigt. Im Sinne der Transparenz

chen Stand wie im letzten Jahr –mit ein paar Anpassungen und Verbesserungen–, da er viel Erfolg hatte und bei der letzten ITB den dritten Preis in der Kategorie beste Stände



den Messen CMT in Stuttgart, Boot in Düsseldorf, Reisen in Hamburg, Free in München, ITB in Berlin, Imex in Frankfurt und Tournatur in Düsseldorf. Im Jahr 2019 plant man auch die Teilnahme an der Birdwatching-Messe Hansebird in Hamburg als Teil des Aktionsplans für das strategische Segment Ökotourismus.

Sportliches Menorca

Im Rahmen der Strategie, die Balearen als nachhaltiges Reiseziel zu fördern, präsentiert jeder Inselrat seine konkreten Aktionen. Der **Inselrat von Menorca** setzt darauf, die Reize der Natur und die Möglichkeiten zur Ausübung verschiedenster Sportarten

Ort, um Sport unter freiem Himmel zu betreiben. Schon seit 25 Jahren ist die Insel ein Biosphärenreservat und kann stolz darauf sein, eine der am besten erhaltenen Landschaften des Mittelmeerraums zu haben. Unberührte Buchten, Schluchten und Klippen bieten allen, die ihre Küsten besuchen, ein unerwartetes Schauspiel. Aber die Qualität Menorcas als Ziel von Urlaubs- und Sportreisen beschränkt sich nicht auf die ausgezeichneten landschaftlichen und natürlichen Bedingungen.

Das ganze Jahr über reisen Hunderte von Sportlern aus der ganzen Welt auf die Insel, um an spannenden Wettkämpfen in Trail, Radsport, Leicht-

kannt sein will, daher konzentriert sie ihre Werbung bei der diesjährigen ITB und auch während des restlichen Jahres auf diese Aspekte.

Zu den zahlreichen Wettkämpfen, die auf Menorca stattfinden, gehören zum Beispiel der Halbmarathon von Fornells im April; der internationale Fußballcup MeCup an Ostern; oder der Trail Menorca Camí de Cavalls in der dritten Maiwoche. Im Sommer stehen dann der Segelcup Copa del Rey de Vela Clásica Ende August; die Artiem Half Menorca im September; und die Internationale Radtour rund um Menorca, Vuelta Cicloturista Internacional a Menorca, im Oktober auf dem Programm.

Natur und Erreichbarkeit

Beim **Inselrat von Ibiza** dreht sich die Tourismuswerbung um die Kampagne „Nachhaltiges Ibiza“, mit der man einen verantwortungsbewussten Tourismus auf die Insel bringen möchte. Das Projekt wurde im Februar vorgestellt, es umfasst mehrere Vorschläge, deren Ziel es ist, dass der Besucher durch seine Aktionen dazu beiträgt, die Umwelt zu schützen.

„Nachhaltiges Ibiza“ ist eine Plattform, in die Institutionen, Unternehmen und die Bürger eingebunden werden sollen, um Werte wie „Natur und Nähe“ anzunehmen, die auf den Entwicklungszielen der UNO basieren. Eine der Maßnahmen des Projektes zielt darauf ab, den Tourismus den Menschen zugänglich zu machen, die besondere Bedürfnisse oder Einschränkungen haben, seien sie kognitiver, sensorischer oder auditiver Art. So wird die erste Ibiza-Landkarte in Braille entwickelt, und man kommuniziert verstärkt die Bereiche des Tourismus auf der Insel, die bereits für Menschen mit Behinderungen problemlos zugänglich sind.

Zu den Aktionen, die für 2019 geplant sind und die auf der ITB am 6. März vorgestellt werden, gehören lokale Veranstaltungen und internationale



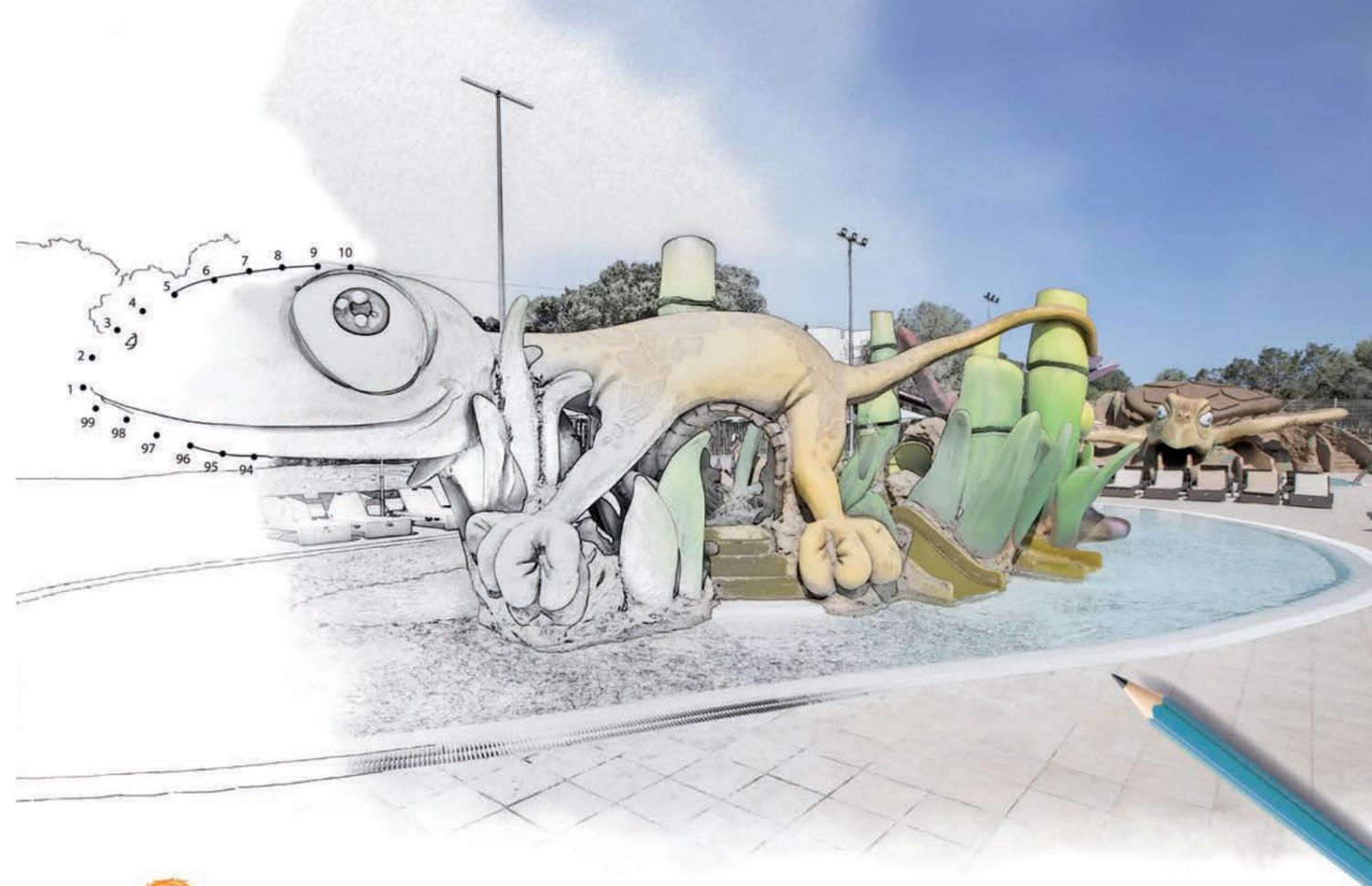
Der Stand der Balearen wurde 2018 als einer der besten im Bereich Europa ausgezeichnet – dieses Jahr wird er erneut mit seinem attraktiven und nachhaltigen Design begeistern.

vorzustellen. Dazu kommen großartige Einrichtungen für den Sport und klimatische Bedingungen, die es erlauben, ganzjährig Wettkämpfe in Sportarten wie Radfahren, Trail, Leichtathletik, Segeln oder Schwimmen durchzuführen. Die Insel ist auch der perfekte Ort für leidenschaftliche Wanderer oder um Ausflüge im Kajak zu unternehmen.

Tatsächlich ist generell Menorca aufgrund ihrer geographischen und klimatischen Gegebenheiten ein idealer

athletik, Schwimmen und Segeln teilzunehmen. Schauplatz dafür sind der Camí de Cavalls und das grandiose Meer.

Die Insel ist auch ein perfektes Reiseziel für diejenigen, die Spaß daran haben, unter freiem Himmel und im Kontakt mit der Natur aktiv zu sein, sei es beim Wandern oder Radfahren, Reiten, Kajak-Ausflügen, Paddle Surf oder beim Segeln. Ganz viele Gründe, warum Menorca auf dem deutschen Markt als die „Insel des Sports“ be-



IN TRAUMHAFTER FAMILIENURLAUB GANZ NACH IHREN VORSTELLUNGEN

Cala d'Or - Puerto de Pollença - Palmanova - Playa de Muro - Ciutadella

Animation Splash!-Zone Happy burger Direkter Zugang zum Strand Gastronomie MiniClubs Unterhaltung Spa



Werbekampagnen, die Themen wie Sport, Ökologie, Kunst und Recycling umfassen.

Der **Inselrat von Formentera** stellt auf der ITB in Berlin seine neu gestaltete offizielle Tourismuswebsite www.formentera.es vor, an die über vier HD Kameras im Live Streaming Bilder von vier besonderen Punkten der Insel übertragen werden. Ganz besonders wird auch das neue Museum Faro de la Mola beworben und man stellt die neuen ornithologischen Routen auf Formentera vor, die jeden Monat angeboten werden und bei denen die Teilnehmer von einem lokalen Vogelexperten begleitet werden.

Im Rahmen der globalen Nachhaltigkeitsstrategie der Region führt Formentera das solidarische Save Posidonia Project fort, das 2017 ins Leben gerufen wurde und das im Oktober

„
Die Balearn setzen weiterhin auf touristische Produkte, die zur saisonalen Entzerrung beitragen und dadurch die Wintersaison stärken und den Sommer entlasten sollen

2019 im Forum Save Posidonia gipfeln wird. Dieses findet alle zwei Jahre unter Teilnahme der wichtigsten NGOs statt, die sich für den Schutz der Meere einsetzen. Bei dem Forum auf Form-

entera wird man über die Lage der Destination diskutieren und die präsentierten Projekte bewerten, für die man Subventionen beantragen kann.

Der **Inselrat von Mallorca** stellte die Insel auf der vergangenen Fitur in Madrid als Schauplatz für nachhaltige Filmdreharbeiten vor und will mit einem differenzierten und hochwertigen Angebot ebenfalls den nachhaltigen Tourismus, vor allem in der Neben- und Wintersaison, fördern.

Eine der bei den deutschen Reisenden beliebtesten Destinationen auf Mallorca ist die Playa de Palma. Die Plattform **Palma Beach** wurde Ende Januar als Smart Destination - Best Innovative Leader Destination mit dem International Travel & Tourism Digital Impact Award ausgezeichnet. Damit werden Erfolgsfälle ausgezeichnet, die sich in der weltweiten Tourismus-

Protur *naysa palma*

YOUR HOTEL IN PALMA

Proturhotels
MALLORCA & ALMERIA

+34 971 211 746 · proturhotels.com



*Live more.
Feel Better.*

Mallorca · Menorca · Ibiza · Huelva

Entdecken Sie alle unsere Neuigkeiten für die aktuelle Saison auf gardenhotels.com



Booking · 971 081 625



dustrie durch eine herausragende Tätigkeit im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit, Innovation und digitaler Transformation hervorgerufen haben.

Es war der erste internationale Preis, den die Marke Palma Beach erhalten hat. **Mika Ferrer**, CMO Palma Beach, betont: "Wir sind sehr stolz, dass man uns bei der Organisation der Travel & Tourism Digital Impact Awards beachtet hat und dass diese Auszeichnung die gemeinsame Anstrengung vieler Menschen würdigt, die seit vier Jahren die Aufgabe, die Herausforderung und Verantwortung übernommen haben, ein reifes Tourismusgebiet zurückzuverwandeln und zu verändern".

Aus das Kongresszentrum von Palma ist mit einem wichtigen Preis ausgezeichnet worden. Die Anlage, die aus dem Zentrum und dem angeschlossenen Hotel Meliá Palma Bay besteht,

Menorca lenkt die Blicke auf ihre reizvolle Natur, ideal für die Ausübung vieler Sportarten, für die auch wunderbaren Einrichtungen zur Verfügung stehen

das von **Meliá Hotels International** geführt wird, ist bei der Preisverleihung **CaixaBank Hotels & Tourism** in der Kategorie „Korporative Soziale Verantwortung“ ausgezeichnet wor-

den. Damit werden gute Praktiken in Sachen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und soziale Positionierung gewürdigt. Das außergewöhnliche Tourismusangebot der Balearen wird im Bereich Hotels um einige attraktive Neuerungen bereichert. Die Kette **Protur Hotels** ist in das Segment der Stadthotels eingetreten und hat das Protur Naisa Palma mit vier Sternen und 99 Zimmern mitten im Zentrum der Hauptstadt Palma eröffnet. **Mac Hotels** bereitet die Eröffnung des Paradiso Garden vor, ein Klassiker an der Playa de Palma, der mit einem aufregenden modernen Konzept wieder auftaucht. **Zafiro Hotels** wirbt auf der ITB für das schöne ländliche Boutiquehotel Can Ribera und will die deutschen Touristen mit langen Öffnungszeiten der Hotels und die Unterstützung von Sportevents begeistern. ■



PR

Gastronomie und Sport in Calvià, die perfekte Kombination

Die Stadt Calvià wird geprägt vom Massiv des Puig de Galatzó in der Serra de Tramuntana, die von der Unesco zum Weltkulturerbe erklärt wurde. Sie umfasst Strände, Freizeitmöglichkeiten, Sport und Gastronomie vor der Kulisse des Meeres und des Gebirges. Calvià ist das ganze Jahr über für Dich da und bietet eine unvergleichliche Umgebung, die es zu entdecken gilt, sei es beim Spazieren, Laufen, beim Radeln, Segeln, Schwimmen oder Tauchen. Nach dem Sport oder anderen Aktivitäten gibt es nichts Besseres, als unsere Gastronomie in einem der zahlreichen Restaurants mit traditioneller Küche oder in michelin-gekrönten Häusern zu genießen.

Die kulinarische Vielfalt Calviàs, und Mallorcas generell, ist das Ergebnis einer Geschichte der Berührungen mit anderen Zivilisationen, daher ist die

Küche ein Schmelztiegel aus Elementen unterschiedlicher Kulturen, die ihre Persönlichkeit geformt haben. Unsere Gastronomie ist ein Identitätssymbol. In Calvià findest Du in jedem der zahlreichen Restaurants einen gedeckten Tisch und ein typisches Gericht, das den Gaumen erfreut – viele dieser Häuser sind eindrucksvolle Tore zum Meer oder zu den umliegenden Bergen.

Die mallorquinische Gastronomie basiert auf der Mittelmeerküche, einer der leckersten und angesehensten der Welt, und kombiniert Elemente wie rohes und gekochtes Gemüse, Fleisch vom Schwein, vom Lamm oder vom Truthahn, Fisch und das gesunde Olivenöl. Die typischsten Gerichte darfst Du nicht verpassen: 'Pa amb Oli' (Brot mit Öl), Spanferkel, Frito Mallorquí, Fisch aus dem Ofen oder vom Grill,



Schnecken, Schweinelende mit Kohl, 'Tumbet'-Gemüse, das Reisgericht 'Arroz Brut', die gewürzte Paprikawurst Sobrasada, Gemüsekuchen 'Coca de Verduras', Pasteten 'Empanadas' und 'Cocarros', Mandelkuchen 'Gató', Mandeleis oder die Königin der Nachspeisen: die Ensaimada. Meer und Berge werden von unseren Leuten in reinen Geschmack verwandelt, das ist der wahre Wert, die Essenz Calviàs. Wenn Du nicht alles auf einmal schaffst, komm wieder. Calvià wartet auf Dich!



Freedom of Choice

für Urlaub in 5-Sterne Hotels auf Mallorca.

Alle wichtigen Infos jetzt als Emag: zafirohotels.com/emag/de

Willkommen im neuen blau.



Das Team

“In diesem Leben gibt es so unterschiedliche Menschen, keiner ist besser oder schlechter als die anderen. Jeder hat seine Träume, und ein Unternehmen kommt nirgendwo hin, wenn es nicht jedes einzelne Mitglied seines Team schätzt“.

Jordi Rosello Andreu, Gründer der Grupo Roxa

Für Jordi Rosselló Andreu war das einer der Grundpfeiler, ein Prinzip, dem er treu blieb, seit er 1942 sein Schneidergeschäft eröffnete und die Diversifizierung des Geschäftes in verschiedenen Branchen ins Auge fasste. Dazu gehörte auch die Hotelindustrie mit der Kette Blau Hotels & Resorts. Entsprechend dieses Vermächtnisses führt heute sein Sohn Jordi J. Rosselló das Unternehmen und hat sich mit den besten Profis umgeben, die ihn in diesem so wichtigen Moment des Übergangs in eine neue Etappe für die Kette begleiten.

Als Ergebnis dieser Synergie legt die Gruppe den Grundstein für ihre Zukunft mit einem neuen Team unter der Leitung von Pablo Suárez, der die Firma durch die Veränderungen lenkt und den Rang des Generaldirektors bekleidet. Das Team, das die neue Ära der Grupo Roxa bestimmt, ist voller Unternehmungsgeist und blickt auf eine Karriere zurück, die auf Beständigkeit, Kreativität und Motivation basiert.

Das neue Modell

Dadurch ist ein neues Managementmodell entstanden, das sich auf die Menschen konzentriert – sowohl intern mit Hinblick auf die Partner und Angestellten, als auch im Hinblick auf den Kunden. So präsentiert man das neue Markenimage mit dem Ziel, zu einem Vorbild in der Tourismusbranche zu werden, innovativ mit Personen zu arbeiten, die andere Personen motivieren. Es geht darum, Freude daran zu haben, neue Werte durch ein freundliches Management zu schaffen, das die Visionen unserer strategisch wichtigen Partner und Mitarbeiter einbindet. All das auf der Grundlage von Werten: Innovation, Nähe, Nachhaltigkeit (sowohl geschäftlich als auch für die Umwelt), Ergebnisorientierung und Effizienz.

Das neue Blau

Aufgrund der internen Veränderungen arbeitet man an der Definition neuer, unterschiedlicher Marken, Premium und Midscale Urban, die 2019 ins Leben gerufen werden sollen. Im Rahmen dieses Prozesses hat man den Blick nach innen gerichtet, um das neue Blau zu definieren. Eine Hotelkette, die auf Urlaub an der Sonne spezialisiert ist, wo jedes Familienmitglied die Ferien auf seine eigene persönliche Art gestalten kann, die mit phantasievollen Ansätzen inspirieren und selbst die Aller kleinsten zum Träumen anregen will. Hotels, die sich den neuen Zeiten anpassen, die den Gaumen erfreuen und Erlebnisse für alle Sinne anbieten.

Es ist mehr als ein Treffpunkt, ein Club, wo unser Gast immer im Mittelpunkt steht, er ist unser Fokus und unsere Priorität. Hier beginnt eine neue Geschichte, die wir zusammen mit unseren Reisenden erleben.

Willkommen bei blau.

blau.
hotels for holidays

Erleben Sie das neue blau.



Es ist mehr als nur ein Strandurlaub oder ein Aufenthaltsort.
Es ist ein Club, ein Ort, an dem unsere
Kunden höchste Priorität bleiben.
Hier beginnt ein neues Abenteuer mit unseren Gästen.
Herzlich willkommen bei blau.

mallorca. cuba. dominicana.

blau.
hotels for holidays

blauhotels.com

blauhotels blauhotelsandresorts

PR

Die Playa de Palma freut sich über ein neues Konzept für das Paradiso Garden

Das Hotel präsentiert sich nach seiner kompletten Renovierung als Ort, um Kontakte zu knüpfen

Paradiso Garden, eines der emblematischen Hotels an der Playa de Palma, wird im Mai 2019 nach einer Rundumrenovierung des gesamten Hotels mit einem komplett neuen Konzept wieder eröffnet. Das Hotel richtet sich an ein junges Publikum, das im Urlaub Kontakte knüpfen will und viel Wert auf die Nutzung der neuen Technologien legt. Jedes einzelne der 147 Zimmer ist renoviert worden, darunter 31 Junior Suiten, 9 Swim Ups, 75 Doppelzimmer mit Blick auf den Pool – von denen sechs für Personen mit eingeschränkter Beweglichkeit angepasst sind – und 18 Premium-Doppelzimmer mit Terrasse oder Garten. Alle Zimmer sind mit intelligenten Fernsehern ausgestattet, an die die Gäste ihre eigenen elektronischen Geräte anschließen und dadurch ihr Hotel-Erlebnis noch verbessern können. Das Hotel der Kategorie vier Sterne Plus hat auch alle Gemeinschaftsbereiche vollständig erneuert und stellt ein neues gastronomisches Angebot vor. Im Restaurant und den beiden Bars setzt man entschieden auf gesundes Essen, genaue Informationen über Allergene sowie Optionen für alle Vorlieben und Anforderungen, unter anderem vegane



und glutenfreie Kost. Das neue Paradiso Garden behält seinen Namen, der auf die starke Präsenz der Natur in diesem Hotel mit seinen schönen Gärten hinweist, und setzt alles daran, dass die Gäste sich

total entspannen und ihren Aufenthalt genießen, wozu auch ein mitreißendes Angebot an Aktivitäten im Hotel gehört. Das Zielpublikum sind junge Menschen zwischen 25 und 35 Jahren, denen alle technologischen Möglichkeiten zur Verfügung stehen, damit sie ihre Fotos und Erlebnisse in den Sozialen Netzwerken teilen können, und die sogar mit attraktiven Influencern aus ganz unterschiedlichen Bereichen zusammentreffen werden, mit denen gemeinsam sie unvergessliche Ferien verbringen werden. Außerdem wird das Hotel – mit privilegierte Lage an der schönen Playa de Palma, nur 15 Autominuten vom Stadtzentrum von Palma entfernt – auch besondere Einrichtungen für Radsport- und Golf Freunde anbieten, für die Mallorca ein wahres Paradies ist, erst recht in Verbindung mit einem Aufenthalt im Paradiso Garden, wohin man ohne Zweifel jedes Jahr wiederkehren möchte.



Paradiso Garden[®]
HOTEL



follow us!



www.paradisogarden.com
www.mac-hotels.com

Playa de Palma

PR

Unter freiem Himmel oder in erstklassigen Sportanlagen

MENORCA

eine Insel, um Sport zu leben

Schon seit langem will Menorca nicht einfach nur Touristen. Ihr Status als Biosphärenreservat seit 1993 und die Tatsache, dass 66% ihres Terroirs unter Naturschutz stehen, zeigen sehr deutlich, wie die Insel die Beziehung zu ihren Besuchern gestalten will. Denn auf Menorca legt man Wert auf das Authentische, auf einen gemächlichen Lebensrhythmus, die ursprünglichen Landschaften, die prähistorischen Überreste – Funde, die über 4.000 Jahre alt sind –, eine Gastronomie, die ihren mediterranen Charakter bewahrt und Nahrungsmittel, die direkt aus dem Meer und von der Insel selber stammen. Menorca kann und will ihren Besuchern nicht etwas anbieten, das nicht zu ihr passt – nichts künstliches. Also bietet sie Erlebnisse, die den Besuchern helfen, die Gegebenheiten der Insel kennen zu lernen und sie respektvoll und auf gesunde Art zu genießen.



Das Meer ist ganzjährig einer der beliebtesten Schauplätze für zahlreiche sportliche Wettkämpfe.



Menorca kombiniert die Möglichkeit, Sport zu treiben, mit dem Genuss einzigartiger Strände und unvergesslicher Routen.

Die Liste der Sportarten

Das ganze Jahr über kommen Hunderte Sportler aus aller Welt nach Menorca, um an spannenden Wettkämpfen in Disziplinen wie Traillauf, Radfahren, Leichtathletik, Schwimmen und Segeln teilzunehmen, für die der Camí de Cavalls und das eindrucksvolle Meer, das die Insel umgibt, als Arena zur Verfügung stehen.

Sie ist auch ein perfektes Reiseziel für alle, die sich gerne unter freiem Himmel in Kontakt mit der Natur bewegen – beim Wandern, Radfahren, Reiten, Kajakfahren, Paddle Surfen oder beim Segeln.

Menorca hat sich ihre Bekanntheit als „Insel des Sports“ verdient – ein Ort, an dem Freunde des gesunden Lebens in all seinen Facetten einen unvergesslichen Aufenthalt erleben können.

“

Sport in der freien Natur oder in erstklassigen Sportanlagen, zusammen mit einem gehobenen Hotelangebot

Die Sportwettkämpfe

Trail dels Fars: Am 3. Februar 2019, 750 Teilnehmer (www.traildelsfars.info), ein Abenteuer in jeder Hinsicht. Drei Läufe in einem einzigen Wettkampf: 44 Km, 21 Km und 12 Km. Am Trail dels Fars, der von Biosport Menorca und Elitechip organisiert wird, haben schon erstklassige Läufer wie die Weltmeister Núria Picas und Tòfol Castanyer oder die Spanischen Meister Pau Capell und Laia Díez teilgenommen.

Epic Trail Camí de Cavalls 360°: Vom 8. bis 10. März 2019, 210 Teilnehmer (www.epictrail360.com). Ein Berglauf in Etappen, drei Tage Abenteuer und eine ganze Insel, die vor einem liegt. Dieser Lauf wird in Zweiertams absolviert, die auf dem Camí de Cavalls laufen, einem historischen Weg, der die Insel einmal umrundet. Dabei lernen die Läufer Schluchten, Täler, Flussbetten, Wachtürme, Leuchttürme und einige der spektakulärsten Buchten Menorcas

Fahrradrouten und Camí de Cavalls: das darfst Du nicht versäumen



Menorca ist vor allem für die Freunde des Radsports ein besonders interessantes Reiseziel. Die Landschaften, die unterschiedliche Beschaffenheit des Terrains, die wechselhaften Wegführungen, die leichten, aber ständigen Höhenunterschiede und die große Anzahl an Wegen, die die Insel durchkreuzen, machen sie zu einem privilegierten Ort, um sich auf zwei Rädern zu vergnügen. Zwar sind nicht alle Wege markiert, aber es gibt ein Radwegenetz, das der Inselrat von Menorca perfekt ausgemaltes hat. Es handelt sich um ein Netz aus zahlreichen ländlichen Wegen und Pfaden, die es ermöglichen, die Insel von einem zum anderen Ende

zu durchkreuzen und dabei die herrliche Natur und Elemente des wertvollen Kulturerbes zu genießen. Der Camí de Cavalls ist ein historischer Weg von 185 Km Länge, der sich entlang des Küstenverlaufs von Menorca erstreckt. Seine Ursprünge könnten auf das Mittelalter zurückzuführen sein (14. Jahrhundert), er war ursprünglich zur Verteidigung der Insel angelegt. Im 18. Jahrhundert wurde er von Briten und Franzosen wieder für militärische Zwecke nutzbar gemacht. Der heutige Weg ist in 20 Etappen unterteilt und als GR-223 ausgezeichnet. Er bewahrt seinen ursprünglichen Verlauf mit einigen Veränderungen.

kennen. Man kann unter drei Modalitäten wählen. Die Organisation bietet die Möglichkeit, Pakete mit Übernachtung am Ende jeder Etappe zu buchen.

Mitja Marató de Fornells: April 2019, 700 Teilnehmer (www.mitjafornells.com). Auf 21 Km läuft man bei diesem Halbmarathon durch überraschende Naturlandschaften und Ortschaften.

Trail Menorca Camí de Cavalls: Dritte Maiwoche, 1.500 Teilnehmer (www.trailmenorca.com). Es ist einer der längsten, härtesten und schönsten Wettkämpfe im europäischen Trailrunning. Die Läufer haben maximal 40 Stunden Zeit, um eine 360°-Runde um ganz Menorca herum zu absolvieren. Es gibt fünf verschiedene Routen von unterschiedlicher Länge, zwischen 35 und 185 Km. Die Herausforderung besteht darin, die Insel auf dem Camí de Cavalls zu umrunden.

Regata 52 Super Series: 21. bis 25. Mai 2019, 13 Segelschiffe (220 pax) (www.52superseries.com). Die schnellsten Monocoque-Segler des internationalen Wettkampffpanoramas, jedes einzelne mit einer Besatzung von 12 Personen. Hafen von Maó.

Estrella Damm Menorca Open, World Padel Tour: Oktober 2019 (www.worldpadeltour.com). Menorca wird in den nächsten vier Jahren Austragungsort der World Padel Tour sein, der wichtigsten professionellen Paddletennis-Tour der Welt. Zwischen 2019 und 2022 wird jedes Jahr ein Open in den Kategorien Männer und Frauen ausgetragen.

Volta a Menorca mit MTB: Zweite Oktoberwoche, 500 Teilnehmer, Radsport mit Mountainbikes (www.menorcabtt.com).

“

Fußballplätze, Pools, Paddeltennis-Plätze, Fitnesszentren... moderne und hochwertige Sporteinrichtungen

Aber das sind nicht die einzigen sportlichen Termine, das Angebot an Wettkämpfen, die auf der Insel stattfinden, ist sehr breit gestreut. Ihre Landschaften, die Wege im Landesinneren und entlang der Küste sowie die Sportanlagen laden dazu ein, sich sportlich zu betätigen, sei es bei organisierten Wettkämpfen oder auf eigene Faust.

Hochwertige Hotels, makellose Sporteinrichtungen, saubere Luft, eine einmalige Landschaft, reiches historisches und kulturelles Erbe, eine Küche auf der Grundlage einheimischer Produkte, unvergessliche Strände... all das bietet Menorca ihren Besuchern, die das ursprünglichste Reiseziel im Mittelmeer kennen lernen wollen, das letzte Paradies, nur eine kurze Flugreise von den meisten spanischen Städten entfernt.

Die Hauptstadt der Balearen präsentiert 2019 ein neues Motto

PALMA, unerwartet und sinnbildlich

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Die Stadt Palma ist dem deutschen Markt gut bekannt – aber oft gar nicht so gut, wie ihre treuen Besucher glauben. Die Stadtregierung hat beschlossen, in diesem Jahr die weniger bekannten Seiten wichtiger Bereiche wie Kultur, Tradition, Gastronomie oder Sport aufzuzeigen.

Die Hauptstadt der Balearen ist mit einer neuen Werbekampagne in das Jahr 2019 gegangen, die sie unter dem Motto **“This is Palma”** auch mit auf die **ITB in Berlin** bringt. Ein einfacher Satz, der für die wahre, weniger bekannte und dafür umso überraschendere Facette der Stadt steht. Ziel dieser Aktion ist es, die echte Stadt zu zeigen, fern von Klischees, eine Stadt mit Geschichte, aber gleichzeitig kosmopolitisch; eine Stadt, die sich mit ihrem Angebot an Gastronomie, Kultur, Sport, Freizeit und Business auf der Höhe großer europäischer Städte befindet. Anlässlich der Präsentation der Kampagne, die Grundlage für das

touristische Image der Stadt sein wird, erklärte die **Stadträtin für Tourismus** der Stadt Palma, **Joana María Adrover**, im Februar, **“This is Palma”** basiert auf Fotos der Stadt, „um in der Nebensaison Besucher nach Palma zu bringen“. Es handle sich um eine Kampagne, die **“ein neues Bild von Palma aufzeigen soll, und zwar über Bewohner und Besucher. Es geht nicht darum, die typische Postkartenansicht der Stadt zu zeigen, sondern vielmehr unbekannte und unerwartete Ecken“**. Das neue Image soll sich von **Gemeinplätzen distanzieren und umfasst stattdessen 24 originelle Aufnahmen des Fotografen Rafa Roses**, die unter anderem die alte Fischbör-

se Lonja, das Kongresszentrum, die Kathedrale oder ein Bild von Miró aufzeigen, neben vielen anderen Reizen der Stadt. Um sich den Besuchern und auch den Bewohnern der Stadt ständig in Erinnerung zu rufen, sind diese Bilder in den Straßen Palmas, auf dem Flughafen und in Tourismusbüros präsent. Damit will man die Aufmerksamkeit auf diese Aspekte lenken und dazu einladen, all das zu entdecken, was man schon immer vor Augen hatte, ohne es richtig zu sehen. Fotografien, die in ungewöhnlichen Winkeln aufgenommen worden sind, zeigen ein unerwartetes Bild unter dem Motto **“This is Palma”**,



Die verborgenen Reize Palmas sind die Essenz der neuen Werbekampagne. Foto: Palma 365/Leonardo Serrat.

und dann konkreter **“this is culture, this is gastronomy, this is sport, this is tradition, this is architecture, this is business, this is history”**.

Man setzt auf die traditionellen Geschäfte

Entsprechend des Wunsches, das wahre Palma bekannt zu machen, setzt die Stadt diese Saison auch weiterhin auf die Unterstützung sinnbildlicher Geschäfte. Der Bürgermeister von Palma, **Antoni Noguera**, sagte in diesem Zusammenhang bei der letzten Ausgabe der Internationalen Tourismusmesse **Fitur 2019**, **“eine der größten Herausforderungen ist es im Moment, ein Tourismusmodell zu erschaffen, dass verantwortungsvoll mit der Stadt und der Umgebung umgeht. Die Kultur und der Zusatzwert der sinnbildlichen Geschäfte sind eine strategische Option“**. Fast 80 Geschäfte der Hauptstadt

sind schon in den Katalog der Sinnbildlichen Unternehmen Palmas aufgenommen worden. Hier findet man Bäckereien, Cafés, Krämerläden, Goldschmieden, Weinkeller, Schuh- oder Glasgeschäfte. Dazu gehören so besondere Läden wie **Joyas Forteza**, wo man schon seit hundert Jahren eigenen Schmuck herstellt, die **Korbflechterei Vidal**, wo seit über 70 Jahren Objekte verkauft werden, die eng mit der Tradition Mallorcas verbunden sind; oder **Can Joan de S'Aigo**, eine Konditorei, die seit über 300 Jahren geöffnet ist. Der Katalog ist nicht abgeschlossen, er wird in diesem Jahr 2019 noch erweitert. Um darin aufgenommen zu werden, müssen die Geschäfte eine Reihe von Grundlagen erfüllen, unter anderem seit mehr als 75 Jahren in Betrieb zu sein, eine besondere Aktivität auszuüben oder in einem Gebäude untergebracht zu sein, das im Katalog der Stadtplanung (PGOU)

verzeichnet ist, von besonderem kulturellen oder historischen Interesse ist oder von den Behörden als Kulturerbe ausgezeichnet worden ist. Die meisten dieser Geschäfte werden von Familien geführt, die seit Generationen ein bestimmtes Handwerk ausüben und schon für sich alleine einen Reiz auf die Besucher ausüben, die ein einzigartiges Erlebnis zum Anfassen suchen. Die Stadtverwaltung betont, dass sich diese Aktionen vor allem an ein kosmopolitisches Segment der Reisenden wenden, das aufgrund seiner Kapazität, mehr in der Nebensaison zu reisen, besonders interessant ist. Diese Besucher wollen das Kulturerbe ebenso genießen wie die Gastronomie oder das Shopping. Für sie ist Palma eine attraktive Reiseoption mit unendlich vielen Schätzen und Möglichkeiten, die es möglich machen, bei jedem Besuch eine andere Stadt zu entdecken. ■

PR

Die sinnbildlichen Geschäfte, eine touristische Attraktion in Palma



Das erste, was man wahrnimmt, wenn man den Forno de la Concepció betritt, ist der Duft nach frischem Brot, und sofort blickt man zur Theke. Diese dient seit 1902 dazu, die frisch gebackenen Cocas, Ensaimadas, Rubiols

und anderen Backwerke zu präsentieren, die nach bester Bäckertradition hergestellt werden.

Diese Bäckerei ist eines der mehr als 70 Geschäfte in Palma, die im neuen Katalog der Sinnbildlichen Unternehmen aufgenommen wor-



den sind. Dazu gehören Bäckereien und Cafés, Gemischtwarenläden, Schuhgeschäfte, Glasereien und Juweliere, Weinläden... Handlungen wie die Korbflechterei Vidal, wo man seit 70 Jahren Dinge kaufen kann, die zur mallorquinischen Tradition gehören; Can Joan de S'Aigo, eine Konditorei mit mehr als 300 Jahren Geschichte; oder Joyas Forteza, ein Juwelier, der seit über einem Jahrhundert eigenen Schmuck herstellt.

Dieser Katalog, der von der Stadt Palma initiiert wurde und ständig erweitert wird, hat zum Ziel, diese Geschäfte zu schützen und sie am Leben zu halten. Um im Katalog aufgeführt zu werden, müssen die Geschäfte einige Voraussetzungen erfüllen, zum Beispiel, seit mehr als 75 Jahren in Betrieb zu sein, in einem denkmalgeschützten Gebäude untergebracht zu sein oder eine einmalige Tätigkeit auszuüben.

Diese Fachgeschäfte, wo schon seit Generationen Familienangehörige die Kunden bedienen, wo das Handwerk und die gute Arbeit weitervererbt werden und denen ihre Kunden immer treu bleiben, sind Teil des Kulturerbes und der Geschichte Palmas, gleichzeitig sind sie zu einer Touristenattraktion geworden.

Um ihnen zu mehr Bekanntheit zu verhelfen, hat Palma verschiedene Initiativen gestartet, darunter eine Wanderausstellung mit Bildern von diesen Geschäften; der Katalog, in dem sie aufgelistet sind; und die bevorstehende Veröffentlichung eines Buches, in dem man sich über ihre Geschichte informieren kann. Eine Vergangenheit, die Teil der Stadtgeschichte Palmas ist.



INFORMATIONEN:

Fundació Turisme Palma 365.
C/Socors, 22º
Tel: +3497122 59 86
www.palma.cat

PR

Kulturroute von Santa Eularia des Riu (Ibiza)

In der Gemeinde Santa Eulària des Riu befinden sich einige der schönsten Strände und Buchten Ibizas, aber über das wunderbar transparente Wasser und den feinen Sand hinaus zeigt unsere Gemeinde ihren ganzen Charakter auch durch die einzigartige traditionelle Architektur, die Bräuche und die Landschaft, die unsere Vorfahren seit Jahrhunderten gestaltet haben. Die neue, von der Stadtverwaltung von Santa Eulària des Riu ausgearbeitete Kulturroute lädt Sie dazu ein, das einzigartige Erbe kennenzulernen, das uns charakterisiert und von anderen Ecken des Mittelmeers unterscheidet, und auch die Geschichte, die uns zu dem gemacht hat, was wir sind.

Diese Tour zu den bedeutendsten Sehenswürdigkeiten der Gemeinde setzt sich aus insgesamt 14 Stationen zusammen, die im Laufe eines oder zweier Tage entdeckt werden können, je nach der Zeit, die Sie jeder einzelnen Station widmen möchten. Sie können die Route mit dem Auto, dem Motorrad oder sogar per Fahrrad unternehmen.

Unabhängig vom Fortbewegungsmittel, das Sie wählen, werden Sie auf dem Weg vieles entdecken: hervorragende Beispiele der traditionellen Architektur Ibizas, die typischen Bauernhäuser und Kirchen, Brunnen, Verteidigungselemente, Johannisbrot-, Feigen- und Mandelbäume, fruchtbare Täler, Wasserkanäle und Mühlen; Legenden und Kobolde, seit Urzeiten begangene Wege, den einzigen Fluss der Balearen und bewaldete Hügel, die nach Pinien, Wacholder und den aromatischen Pflanzen duften, mit denen wir unseren traditionellen ibizenkischen Kräuterlikör herstellen.

Am Beginn dieser kulturellen Route



steht ein nicht nur durch seine Höhe herausragender Hügel, der Puig de Missa, der den Reigen der Stationen nicht von ungefähr eröffnet, denn die Kirche aus dem 16. Jhd., der Friedhof und die kleinen Häuser, die ihn umgeben, bilden den Ursprung des Ortes Santa Eulària des Riu. An der Ostküste entdecken wir einen Wachturm, der vor Angriffen der Piraten warnte, und erfahren, wie in früheren Zeiten der Farbstoff Purpur gewonnen wurde, weiter im Süden können wir eine Windmühle besichtigen.

In der ländlichen Umgebung können wir Quellen und Brunnen besuchen, Symbole für landwirtschaftliche und kulturelle Vielfalt. Ein Beispiel dafür ist die Font d'Atzaró, (Quelle von Atzaró), ein interessantes kulturelles Ensemble, an dem Sie entdecken können, wie die Bauern der Region das aus der Quelle flie-

ßende Wasser aufs beste nutzen. Sie sehen den Safareig (ebenerdig gemauertes Wasserreservoir), einen Wäschewaschplatz, Wasserkanäle, die das Wasser auf die Felder transportierten, und auch einen heute nur noch als Ruine sichtbaren Trull (Ölpresse).

Von der Küste aus, vorbei an Dörfern und hinein in die Landschaft, ist diese Kulturroute eine Reise durch unsere Vergangenheit, die auch Gaumenfreuden bietet, dank der Restaurants mit traditioneller ibizenkischer Küche, die Sie auf der Route finden und in denen Sie eine Pause machen, Essen nach alten in-seltypischen Rezepten genießen und die echte Gastfreundschaft des Ibicenco kennenlernen können. Eine perfekte Ergänzung zu diesem Ausflug in die Geschichte und das Erbe der Gemeinde Santa Eulària des Riu.



AJUNTAMENT DE
SANTA EULÀRIA DES RIU
visitsantaeulalia.com



SANTA EULÀRIA
Natural diversity - Ibiza



INFORMATIONEN

www.visitsantaeulalia.com

Initiativen von Meliá, Iberostar, Room Mate, Senator und Bahía Príncipe

DIE SPANISCHEN HOTELKETTEN ARBEITEN FÜR DIE NACHHALTIGKEIT

Vivi Hinojosa
@vivi_hinojosa

Produkte aus Einwegplastik machen 70% des Abfalls in den europäischen Meeren aus. Die Tourismusindustrie arbeitet bereits daran, Teil der Lösung zu werden und nicht länger Teil des Problems zu sein.

So hat sich **Meliá Hotels International** als drittes der nachhaltigsten Hotelunternehmen der Welt konsolidiert. Rund 46% seines Portfolios weist diese Charakteristik auf, man hat die Emissionen pro Hotelaufenthalt um 13% reduziert.

Iberostar Hotels & Resorts

Iberostar war 2018 die erste Hotelkette in Spanien mit Zimmern, in denen komplett auf Einwegplastik verzichtet wurde, 2020 wird es in keinem der mehr als 120 Hotels mehr Einwegplastik geben. In allen Zimmern der Kette wird Plastik bei Produkten wie Amenities, Verpackung von Slippers oder Kleidung, Artikel in der Minibar etc. durch alternative Materialien ersetzt.

Gleichzeitig wird man auf die Benutzung von 1,5 Millionen Plastikflaschen pro Jahr verzichten, das sind 43 Tonnen weniger Plastikmüll. 10 Millionen Plastikstrohhalm werden durch biologisch abbaubare Modelle ersetzt. Darüber hinaus wird das Unternehmen mit zwei Aktionen zur Säuberung der Meere der NGO **Oceánidas** kollaborieren. Iberostar hat auch die gewohnten Uniformen aus Polyester durch ein Material aus 100% wiederverwertetem Plastik ersetzt.

Room Mate Hotels

Room Mate hat ebenfalls eine neue Uniform aus Recyclingmaterial eingeführt, die von **Ecoalf** als Teil des Projekts **UTO (Upcycling the Oceans)** entworfen und aus Plastikflaschen, die aus dem Mittelmeer gefischt wurden, hergestellt worden sind. Damit ist das Unternehmen die erste Hotelkette der Welt, deren Rezeptionspersonal in

allen Hotels mit Uniformen aus 100% ökologisch nachhaltigem Material eingekleidet ist, von den Schnürsenkeln bis zum Hemd.

Diese Initiative ist Teil des Projekts **Room Mate Ecolution**, mit dem man vor Ende 2020 auf 80% Papier und Plastik verzichten wird. Darüber hinaus werden die benutzten Seifenstücke wiederverwertet, indem man sie an NGOs schickt; die Firma setzt darauf, für 100% ihrer Häuser Zertifizierungen für die Nutzung von grüner Energie zu erhalten; nimmt an CSR-Projekten (Corporate Social Responsibility) in Afrika teil; wird eine Abteilung zur Unterstützung von Startups schaffen, die ökologisch nachhaltige Produkte für Hotels entwickeln; und baut einen Solar-Garten, um die Energie, die in ihren Hotels verbraucht wird, zu kompensieren.



Iberostar hat die gewohnten Uniformen aus Polyester durch ein Material aus 100% wiederverwertetem Plastik ersetzt.

Senator Hotels & Resorts

Senator Hotels & Resorts gründete bereits vor 25 Jahren das so genannte grüne Komitee, um Aktionen zum Umweltschutz durchzuführen. Das Unternehmen hat seine Verpflichtung gegenüber der Umwelt seither noch akzentuiert und sich vorgenommen, seine CO₂-Bilanz bis 2020 um 40% zu reduzieren. Zu den Initiativen gehört die Digitalisierung der gesamten Dokumentation, was den Verbrauch von mehr als einer Million Papierbögen pro Jahr vermeidet. Außerdem reduziert man den Einsatz von Plastik, zum Beispiel werden Kleiderbügel aus Plastik durch Bügel aus zertifiziertem Holz ersetzt, das aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt, Plastik-Müllbeutel werden durch Beutel aus Stoff ersetzt.

Bahía Príncipe Hotels & Resorts

Die Hotelkette der **Grupo Piñero** verpflichtet sich dazu, 2020 jegliches Einwegplastik zu eliminieren. Durch verschiedene Maßnahmen hat man bereits geschafft, den Verbrauch von Energie und Wasser pro Hotelgast zu reduzieren und 40% mehr Abfall zu recyceln, als noch im Jahr zuvor. ■



BIZA
SUSTAINABLE



Meer, Sport und Spaß auf knapp 8.000 Küstenkilometern

Spanien ist als Destination für den Wassersport das ganze Jahr geöffnet

Diana Ramón Vilarasau
@dianaramonv

Über 7.880 Küstenkilometer am Mittelmeer, dem Kantabrischen Meer und dem Atlantik erstreckt sich das spanische Angebot für den Wassersporttourismus – mit der Möglichkeit, den Wassersport tatsächlich das ganze Jahr über zu praktizieren. Spanien hat eine solide Infrastruktur an Sporthäfen, Liegeplätzen und Charterangeboten für Freizeitboote. Deutschland ist einer der wichtigsten Quellenmärkte für dieses touristische Segment. In diesem Jahr findet in Sevilla der 1. Salón Náutico, eine Messe rund um das Thema Wassersport, statt und gibt damit den Startschuss zu den Veranstaltungen des 500. Jahrestages der ersten Weltumseglung der Kapitäne Magallanes y Elcano.

In der modernen Version von 2019 werden 60 Segler die historische Heldentat der ersten Umrundung des Globus per Boot, die vor 500 Jahren eine Gruppe von Seeleuten unter der Leitung von Fernando de Magallanes und Juan Sebastián Elcano schafften, jetzt nachstellen. Am 10. August wird ein Schiff von Sevilla Richtung Sanlúcar de Barrameda aufbrechen, um die gleiche Route zu segeln. Dieses Abenteuer soll drei Jahre dauern und am 8. September 2022 enden.

Im Vorfeld dieses Ereignisses wird an der Mole Muelle de las Delicias im Hafen von Sevilla, dem einzigen Binnenhafen und gleichzeitig drittgrößtem Hafen Spaniens überhaupt, der 1. Salón Náutico Sevilla stattfinden. Diese Messe dauert vom 25. Juni –Welt-



Kitesurfing (Foto: By Jim Semlor www.semlorimages.com)

tag des Seefahrers- bis zum 30. Juni und ist ein ehrgeiziges Projekt, das die starke Präsenz Andalusiens in diesem Bereich konsolidieren soll. Die Ausstellungsfläche wird 30.000 Quadratmeter betragen, es wird Ausstellungen auf der Mole sowie auf dem Wasser geben, für die eine enorme Anzahl von Schiffen über den Guadalquivir gebracht werden, ein nie dagewesenes Spektakel. Das Programm umfasst Ausstellungen, Wettkämpfe in verschiedenen Wassersportarten und Aktivitäten auf dem Wasser, Livemusik und einen großen gastronomischen Bereich.

Es gibt in Spanien zwei vergleichbare Messen, nämlich den Salón Náutico in Barcelona sowie in Palma de Mallorca.

Das Angebot in Spanien

Spanien hat gute Infrastrukturen, eine beachtliche Flotte und Unternehmen an der Weltspitze, was die Instandsetzung und Erhaltung von Freizeitschiffen angeht. Das sind nur einige Punkte, die der Entwicklung des Wassersporttourismus dienen.

An den fast 8.000 Küstenkilometern der spanischen Halbinsel, der Inseln und der afrikanischen Küste gibt es 375 Wassersporteinrichtungen und 134.725 Liegeplätze, wie der **Spanische Verband der Sport- und Tourismushäfen (FEAPDT)** mitteilt, dem die regionalen Vereinigungen in Andalusien, Asturien, auf den Balearen und Kanaren, in Kantabrien, Katalonien, Galizien, Murcia, Valencia und in den

autonomen Städten Ceuta und Melilla angehören.

Dank der geographischen Lage des Landes gehören seine Küstengewässer aufgrund der Temperaturen an der Oberfläche zu den so genannten mild-warmen Gewässern. Zu den wichtigsten Faktoren, warum Wassersportler nach Spanien reisen, gehören die langen Küsten, die Vielfalt an angebotenen Aktivitäten, die gute Wasser- und Umweltqualität (blaue Flaggen und Biosphärenreservate), das milde Klima, die Wettkämpfe und Wettbewerbe rund um den Wassersport sowie die Qualität der Einrichtungen und deren ständige Modernisierung.

Solider Freizeittrend

Die **Spanische Vereinigung der Wassersportunternehmen (ANEN)** bestätigt, dass dieser Bereich in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum ver-

zeichnet, die Zahl der Anmeldung der Freizeitboote steigt und der Markt der Vermietungen von Freizeitbooten hat sich konsolidiert. Der Charter-Markt hat einen Anteil von 29% der gesamten angemeldeten Freizeitboote in Spanien, gleichzeitig sind 34% aller Miet-Boote jünger als 5 Jahre, was zeigt, dass die Flotte jedes Jahr erneuert wird, so die Vereinigung.

Wassersportstationen

Das spanische Angebot der Aktivitäten rund um den Wassersport findet man ganz konzentriert in den Wassersportstationen. Es handelt sich um ein einzigartiges Produkt, das Unterkunft und Wassersport-Angebot zusammenfasst und sich vom restlichen Angebot durch standardisierte Servicequalität auszeichnet, für die **Turespaña** gerade steht. Zusätzlich umfassen die Stationen noch weitere Zusatzangebote rund

um Sport oder Kultur, Restaurants, Bars etc.

Derzeit gibt es in Spanien 18 solche Stationen, die in der **Spanischen Vereinigung der Wassersportstationen (AEEN)** gruppiert sind: **Mar Menor**, Region Murcia; **Rías Baixas**, Galizien; **Mahón**, Menorca; **Santa Eulalia**, Ibiza; **Sant Antoni y Sant Josep**, Ibiza; **Llucmajor**, Mallorca; **Sierra Norte de Madrid**, Region Madrid; **Subbética Lago** in Cabra, Andalusien; **Santa Susanna**, Barcelona; **Vilanova i la Geltrú**, Barcelona; **Sant Carles de la Ràpita**, **Delta del Ebro**, Tarragona; und **Costa Daurada**, **Salou**, Tarragona; **Roses-Cap de Creus**, **Roses**; **L'Estartit-Illes Medes**, **Torroella de Montgrí**, Girona, Katalonien; **Sant Feliu de Guíxols**, Girona; **Benicarló-Peñíscola**, Castellón, Region Valencia; **Ceuta**, in Ceuta; und **Gran Canaria**, **Las Palmas de Gran Canaria**, Kanarische Inseln. ■

M i X
hotels

Kommen Sie doch mal wieder nach Mallorca

Mix Alea ***
App Mix BR 📱
Mix Colombo ***
Mix Perú Playa **
Coming soon Mix Smart

(+34) 971 466 017

mixhotels.com

Zweitwichtigster Quellenmarkt für internationale Fluggäste auf den spanischen Flughäfen

Die Fluggesellschaften stärken ihren Einsatz für das Segment zwischen Deutschland und Spanien



Iberia wird bald Wifi auf den Flügen der Kurz- und Mittelstrecke anbieten – dazu gehören auch die Flüge zwischen Deutschland und Spanien.

Diana Ramón Vilarasau
@dianaramonv

Im Jahr 2018 kamen mehr als 91,25 Millionen internationale Passagiere auf den spanischen Flughäfen an (+4,2%), von denen über 14,8 Millionen von deutschen Flughäfen aus gestartet waren (+3,9%). Das entspricht einem Anteil von 16,2% und macht Deutschland zum zweitwichtigsten Quellenmarkt für Spanien. In diesem Jahr stärken die wichtigsten Fluggesellschaften ihren Einsatz für das Flugsegment zwischen Deutschland und Spanien, obwohl es noch Veränderungen beim Angebot geben könnte, nachdem durch die kürzliche Germania-Insolvenz mehr als 800.000 Plätze auf Flügen zwischen den beiden Ländern weggefallen sind.

Das Passagiervolumen zwischen Deutschland und Spanien verteilt sich fast gleichmäßig auf Low Cost- und traditionelle Fluggesellschaften. Insgesamt 6,8 Millionen (+26,4%) flogen mit Low Cost-Airlines, ein Anteil von 46%; dagegen brachten die traditionellen Airlines über 7,97 Millionen Menschen nach Spanien (-9,9%), ein Anteil von 54%.

Das spanische Angebot

Die **Grupo Iberia** verbindet über ihr Drehkreuz in Madrid-Barajas Spanien mit sechs deutschen Flughäfen. Die Gesellschaft **Iberia** fliegt dreimal täglich nach Düsseldorf und München, Hamburg wird, statt einmal pro Tag wie bisher, jetzt elfmal pro Woche angefliegen. **Air Nostrum** steuert dreimal täglich den Flughafen Frankfurt an, während **Iberia**

Express dreimal täglich Madrid mit Berlin und viermal pro Woche mit Stuttgart verbindet. Iberia und Air Nostrum stellen in diesem Jahr fast 1,4 Millionen Sitzplätze auf Flügen zwischen Spanien und Deutschland zur Verfügung. Als Neuerung arbeitet die Gruppe derzeit daran, kabellosen Internetzugang auch auf den Flügen der Kurz- und Mittelstrecke anzubieten. Iberia Express führt neue Sitze ein, die Slim Seats, „um den Komfort für unsere Passagiere zu verbessern, denn sie haben dadurch in jeder Sitzreihe mehr Platz, einen USB-Ladeanschluss sowie eine modernere, klarere Kabine. Diese Sitze sind ergonomischer und leichter und helfen dadurch auch beim Einsparen von Treibstoff, was gleichzeitig den CO₂-Ausstoß verringert“, erklärt **Trevor Martin**, kaufmännischer Leiter der Iberia Express.

Iberia und Air Nostrum beförderten 2018 insgesamt 4% mehr Passagiere zwischen Deutschland und Spanien, bei Iberia Express stieg die Zahl um 15%. Die gefragtesten Flugziele von Deutschland aus sind bei Iberia und Air Nostrum La Palma, Jerez, Santiago de Compostela und Asturien, während ihre Low Cost-Tochter hauptsächlich die Balearen und Kanaren anfliegt.

Air Europa bietet Routen nach München, Frankfurt und Düsseldorf an. Im letzten Jahr stärkte die spanische Airline ihr Angebot von Flügen zwischen den beiden Ländern durch die

Einführung der Route Madrid-Düsseldorf, wodurch pro Jahr 175.000 mehr Sitzplätze zur Verfügung stehen. Insgesamt bietet Air Europa pro Jahr mehr als 700.000 Sitzplätze auf Flügen zwischen Deutschland und Spanien. Die gefragteste Destination der Passagiere dieser Globalia-Tochter ist Madrid, über das Drehkreuz in Madrid-Barajas fliegen die meisten Passagiere nach Gran Canaria, Teneriffa und Málaga. Die Zahl der Buchungen von Flügen von Deutschland nach Spanien ist aktuell im Vergleich zum letzten Jahr um 80% gestiegen.

Die deutschen Airlines

Die **Lufthansa-Gruppe** (Lufthansa Passenger Airline Group) bietet mit ihren verschiedenen Fluggesellschaften in der aktuellen Saison insgesamt 1.508 Flüge pro Woche zwischen 18 spanischen Flughäfen und

22 europäischen Destinationen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Belgien.

Lufthansa: 518 Verbindungen pro Woche über die Hubs in Frankfurt und München und 12 Destinationen in Spanien. **Eurowings**: 504 wöchentliche Flüge zwischen 14 Flughäfen in Deutschland, Österreich und der Schweiz und 14 Destinationen in Spanien.

Für diesen Sommer hat Lufthansa eine Verbindung von München nach Alicante eingeführt, die dreimal pro Woche angeboten wird, ebenso wie die bereits bestehenden Verbindung Frankfurt-Alicante. Ende März startet mit Beginn des Sommerflugplans auch die neue Strecke Pamplona-Frankfurt, die einmal pro Tag angeboten wird. Die Low Cost-Tochter der Lufthansa, Eurowings, weitet ihr Streckennetz ab der Schweiz aus, so

bietet sie ab dem 1. April einen neuen Flug Zürich-Palma, zunächst viermal, später fünfmal pro Woche.

Low Cost-Angebot

EasyJet, die erste Airline in Berlin, verbindet aktuell den Flughafen von Palma de Mallorca, wo sie eine saisonale Operationsbasis betreibt, mit der Basis in Berlin-Tegel, Berlin-Schönefeld und Stuttgart. Ebenso fliegt sie von Tegel aus nach Madrid, Menorca, Fuerteventura, Granada-Jaén und Jerez, sowie von Schönefeld nach Barcelona, Málaga, Gran Canaria, Lanzarote, Teneriffa Süd, Sevilla und La Palma. Mit dem Sommerflugplan 2019 startet die britische Low Cost-Gesellschaft eine Verbindung zweimal pro Woche zwischen Berlin und Sevilla, wodurch die Kapazitäten auf dem andalusischen Flughafen um 49% steigen. ■

Europcar
moving your way

Erfreue Dich an unserer vielfältigen Mietwagenflotte mit einem Durchschnittsalter von weniger als 6 Monaten

MOVE WITH CLASS



Der zweite Quellenmarkt der Inseln nach Großbritannien

Die Verbesserung der Flugverbindungen mit Deutschland ist Hauptziel der Kanaren auf der ITB

Im Jahr 2018 besuchten 3,06 Millionen Deutsche die Inseln, 1,9% weniger als ein Jahr zuvor

José Luis Ortega Pestana
@jhosteltur

Deutschland ist ein Schlüsselmarkt für die Kanaren. Es ist mit einem Anteil von 22% am gesamten Tourismus der zweitwichtigste Markt überhaupt, erlebt aber im Moment eine Trendwende. Im Jahr 2018 reisten 1,9% weniger Deutsche auf die Inseln. Um erneut ein Wachstum zu erzielen, wird es nötig sein, die Anstrengungen zu verdoppeln und die Flugverbindungen zu verbessern.

Die Kanarischen Inseln kommen in diesem Jahr mit einem bestimmten und prioritären Ziel auf die ITB: „Die Flugverbindungen mit Deutschland zu verbessern, um zu vermeiden, dass dieser Aspekt im Moment der Planung einer Reise auf die Inseln für Engpässe sorgt, insbesondere, wenn man die aktuellen Wechselfälle im Flugsektor bedenkt“, sagt die Geschäftsführerin von **Promotur Turismo de Canarias, María Méndez**, gegenüber der Zeitschrift Hosteltur.

Méndez bezieht sich damit auf den jünger-

„*Gran Canaria ist die beliebteste Insel, der deutsche ist hier der erste Quellenmarkt*“

ten Konkurs der deutschen Fluggesellschaft Germania, die wegen ihrer Finanzprobleme am 4. Februar dieses Jahres den Flugbetrieb einstellte. Eine weitere deutsche Fluggesellschaft, die am Boden bleibt, nachdem die Erinnerung an den Bankrott der ehemals zweitgrößten Fluggesellschaft Deutschlands, der airberlin, im August 2017 noch frisch ist.

Promotur gibt zu bedenken, dass die Nachricht vom Konkurs der Germania für die Kanaren „natürlich auch gewisse Auswirkungen auf die Verbindungen mit Deutschland“ haben wird.

Das Verschwinden dieser Fluggesellschaft hat zur Folge, dass La Palma sechs wöchentliche Flugverbindungen in fünf deutsche Städte verliert: Berlin, Düsseldorf, Nürnberg, Hamburg und Bremen. Ein harter Schlag für eine Destination, die hochgradig vom deutschen Tourismus abhängig ist.

Trotz allem vertraut das Büro für Tourismuswerbung darauf, dass die Reiseveranstalter es schaffen werden, eine Lösung für diese Situation zu finden, und dass die Zahl der deutschen Reisenden auf den Inseln nicht übermäßig rückläufig sein wird.

„Der deutsche Markt ist eine Priorität für alle Inseln. Die Deutschen kommen seit Jahrzehnten zu uns, und wir wissen, dass die Kanarischen Inseln eines ihrer liebsten Reiseziele ist, vor allem im Winter, um die Sonne und die Strände zu genießen, zu entspannen oder ihren Lieblingssport auszuüben“, betont María Méndez.

Die meisten Ausgaben

Tatsächlich ist der deutsche der zweitwichtigste Markt, was die Zahl der Touristen angeht, die die Inseln jedes Jahr besuchen. Andererseits ist es aber der Markt mit den höchsten Ausgaben, die Deutschen geben erheblich mehr aus als der Durchschnitt. Das macht sie zum ersten Reisemarkt der Inseln, was den Umsatz pro Tag und Person angeht.

Im Jahr 2018 reisten 3.065.360 Deutsche auf die Inseln, 1,9% weniger als 2017, einem Rekordjahr mit 3.124.233 deutschen Touristen. Der deutsche Markt hat einen Anteil von 22% am internationalen Tourismus. Nur Großbritannien ist mit fünf Millionen Reisenden stärker, wie aus den Daten des Instituts für Statistik der Kanaren (ISTAC) und der Umfrage Frontur hervorgeht, die das Spanische Nationale Statistikinstitut (INE) erarbeitet.

Der Rückgang der Zahl der deutschen Touristen um fast 59.000 Reisende betraf nicht alle Inseln gleichmäßig schwer.

Gran Canaria ist die beliebteste Insel, der deutsche ist hier der erste Quellenmarkt. Im Jahr 2018 besuchten sie 965.159 Deutsche, ein Rückgang um 2,8% im Vergleich



Das Archipel ist eines der liebsten Reiseziele der Deutschen, vor allem im Winter, denn hier genießen sie die Sonne und Strände wie die von Fuerteventura.

„*Die deutschen Touristen geben auf dem Archipel mehr aus, erheblich viel mehr als der Durchschnitt. Das macht sie zum ersten Reisemarkt der Inseln, was den Umsatz pro Tag und Person angeht*“

zum Vorjahr.

Die zweite Insel mit den meisten deutschen Besuchern, die auch hier der erste Quellenmarkt sind, ist **Fuerteventura**. In 2018 empfing sie 850.816 Deutsche, 3,1% weniger.

Es folgt **Teneriffa** mit 755.824 deutschen Besuchern im letzten Jahr, ein leichter Zugewinn um 0,6%. Hier ist der deutsche Markt die Nummer zwei – und zwar mit viel Abstand hinter dem britischen Markt. Quellenmarkt Nummer zwei ist er auch auf **Lanzarote**, wohin 2018 insgesamt 326.660 Deutsche reisten, 4,5% weniger als im Vorjahr.

Auf **La Palma** hat der deutsche Tourismus das größte Gewicht –fast die Hälfte aller ausländischen Urlauber sind Deutsche–, und trotz der starken Konkurrenz durch andere Wettbewerber im Mittelmeerraum bleiben die Deutschen ihrer ‘Isla bonita’ treu. Im Jahr 2018 kamen 106.760 deutsche Reisende auf die Insel, das waren 6,1% mehr als 2017.

Spezifische Werbung

Es ist zweifellos ein sehr wichtiger Markt für die Tourismusindustrie des Archipels, daher plant Promotur Marketingaktionen, die ganz spezifisch auf den deutschen Markt abzielen, wobei man die unterschiedlichen Reisemotivationen



Der deutsche Reisende ist der Insel La Palma treu. Im letzten Jahr reisten 6% mehr deutsche Touristen auf die Insel.

einbezieht und Inhalte in deutscher Sprache schafft.

Immerhin sind die deutschen Angestellten, ebenso wie die dänischen, die Europäer, die die meisten bezahlten Ferien pro Jahr haben, nämlich 40 Tage. Daher haben sie mehr Zeit zum Reisen. Die Planung von Reisen ist eine Priorität im Konsumverhalten der Deutschen. Tatsächlich verreisen 75% der Deutschen mindestens einmal pro Jahr.

Trennwende

Der leichte Rückgang der Zahl der Touristen um 1,9% ist Zeichen für eine Trendwende des deutschen Marktes, der den Inseln immer treu war. Von 2,7 Millionen deutschen Touristen im Jahr 1997 hat sich die Zahl in den letzten Jahren bis auf drei Millionen gesteigert, niemals kamen weniger als 2,1 Millionen in diesem Zeitraum. Das war der Fall im Jahr 2009, dem härtesten Jahr der internationalen Wirtschaftskrise, die 2008 ausgebrochen war. Promotur ist sich bewusst, dass der deutsche Markt in diesem Winter "eine Ver-

änderung der Tendenz" durchgemacht hat.

Und das, obwohl das letzte Jahr das zweitbeste in der ganzen Geschichte der Kanaren war. „Es besteht kein Zweifel daran, dass man einen leichten Rückgang der Zahl der Touristen aus Deutschland festgestellt hat“, so die Organisation.

„Promotur ist sich bewusst, dass der deutsche Markt in diesem Winter "eine Veränderung der Tendenz" durchgemacht hat.“

Ein intensiver Terminplan

Vor diesem Hintergrund kommt das Büro für Tourismuswerbung auf die ITB, um „nicht nur dem Endkunden das Angebot des Archipels zu zeigen, sondern vor allem, um Meetings mit den wichtigsten Fluggesellschaften, Reiseveranstaltern und Reisebüros abzuhalten, um ihnen die Vorzüge der Destination vermitteln und ihnen zu helfen, mögliche künftige Routen zu planen“.

Die Erfahrung vergangener Messen hat gezeigt: „Auf der ITB stärken wir immer die Verbindungen zu denen, die die Entscheidungen treffen, es handelt sich um ein Forum, auf dem man sich auf jeden Fall mit einem intensiven und gut ge-



AUTHENTIC. VIBRANT. FRIENDLY

Discover destinations that offer ample variety of experiences located in sunny countries with fabulous beaches. MP HOTELS have something for everyone, from vast stretches of beaches and several pools, spas to various restaurants and bars where you can relish a culinary journey of international authentic cuisines, as well as live entertainment and daily activities.

WWW.MPHOTELS.COM



planten Terminkalender präsentieren muss“.

Ein neuer Stand

Zur ITB 2019 kommen die Kanarischen Inseln mit einem neuen Stand, der erreichen soll, dass sich die Deutschen schon alleine von der Destination angezogen fühlen, wenn sie nur den Stand sehen. „Dieses Standdesign hatten wir schon auf den Messen World Travel Market (WTM) in London und Fitur in Madrid, es ist bei den Fachleuten, und noch wichtiger, beim Publikum gut angekommen. Wir haben sogar auf beiden Messen verschiedene Auszeichnungen als bester Arbeitsbereich bekommen“, informiert Promotur. Die Fläche ist in etwa so groß wie im letzten Jahr, rund 750 Quadratmeter. Es ist der zweitgrößte Stand der Inseln im Rahmen ihrer intensiven Messtätigkeit. Nur auf die Fitur Madrid gehen sie mit einem

„
Das Büro für
Tourismus-
werbung der
Kanaren erinnert
auf der ITB
daran: *“Wir
genießen das
beste Klima der
Welt, und zwar
das ganze Jahr
über“.*

größeren Stand, in diesem Jahr waren es 1.500 Quadratmeter, während der Stand auf der WTM kleiner ist. Der Stand ist eines der Elemente der Kommunikationsstrategie von Promotur, mit ihm will man “die Wärme der Destination“ widerspiegeln, denn Promotur erinnert daran: “Wir genießen das beste Klima der Welt, und zwar das ganze Jahr über“.

Dazu kommt eine Entfaltung von Innovation und Avantgarde anhand einer Reihe von riesigen Bildschirmen; Bildern, die über dem Stand zu schweben seinen; Tools zur Messung der Empfindungen, die eindrucksvolle Bilder von Stränden, Vulkanen, Wäldern etc. beim Besucher hervorrufen. Um den Besuch am Stand so angenehm wie möglich zu gestalten, gibt es eine Bar mit frischen Fruchtsäften und Verkostungshappen der typischen gastronomischen Produkte der Inseln. ■

HINTER JEDEM
GROSSEN ERLEBNIS
steht ein grosses Team, das dieses ermöglicht

DETRÁS DE UNA
GRAN EXPERIENCIA
Hay un gran equipo que la hace posible

C/ Fray Junípero Serra, 5
07014 Palma de Mallorca, Spanien
Tel. (+34) 902 28 39 00
info@sidetours.com
www.sidetours.com

ITB BERLIN 6-10 March
Find us in the
hall 2.1a, stand 107

Sidetours
incoming services



Lopesan Costa Bávaro
RESORT, SPA & CASINO
DOMINICAN REPUBLIC

COMING
SOON

Es ist nicht nur ein Hotel, es ist LOPESAN!

lopesan.com

ITB
BERLIN
06-10 MARCH 2019
HALL 2.1
STAND 208

Loro Parque, zum zweiten Mal in Folge der beste Zoo der Welt

Zum zweiten Mal in Folge als bester Zoo der Welt anerkannt, versteht sich der Loro Parque als Botschaft der Tiere, die es ermöglicht Wildtiere auf eine Weise kennenzulernen, wie es sie noch nie gab, mit Arten und Ökosystemen von den fünf Kontinenten. Von dem Blätterwald des Amazonas-Dschungels bis hin zu den kalten Landschaften der Antarktis. So können die Besucher die wunderbare und überaus große Schönheit der Natur kennenlernen, ohne alle diese Teile des Planeten bereisen zu müssen.

Zu seinen Hauptattraktionen zählen die beeindruckenden und lehrreichen

Vorführungen der Orcas und Delfine, sowie die legendäre 'Loro Show'. Darüberhinaus gibt es schüchterne rote Pandabären, majestätische Löwen aus Angola und die größte und artenreichste Papageiensammlung der Welt. Neu sind die Zwerg-Flußpferde, deren neues Zuhause perfekt an ihre Bedürfnisse angepasst wurde und die charismatischen Kattas, die durch die Kinoleinwand berühmt wurden. Ebenso ist der versunkene Garten Jardín Zen eine neue Attraktion. Er entstand inspiriert durch die japanischen Gärten und majestätischen Höhenzüge des asiatischen Gebirges. Er ist in der Ausstellung 'AquaViva', wo auch eine spektakuläre Quallen-Sammlung zu bewundern ist, zu sehen.



Siam Park: der beste Wasserpark der Welt ist in Spanien

Es gibt keinen Zweifel: **Der Siam Park ist der beste Wasserpark, den es auf dieser Erde gibt und er befindet sich in Spanien.** Das hat der Preis 'Travellers' Choice Award', den der Siam Park in den fünf letzten Jahren aufeinanderfolgend, dank der positiven Bewertung seiner Besucher in dem renommierten Reiseportal TripAdvisor erhalten hat, bestätigt. Der Siam Park ist der einzige Park, der diese Auszeichnung, seit der Einführung der Kategorie Wasserparks, vor fünf Jahren, erzielt hat. Der Siam Park hat 2018 seinen zehnten Geburtstag gefeiert und zu diesem Anlass zwei neue spektakuläre Attraktionen eingeweiht: 'Patong Rapids' und 'Coco Beach'.

Poema del Mar, das spektakuläre Aquarium von Las Palmas de Gran Canaria



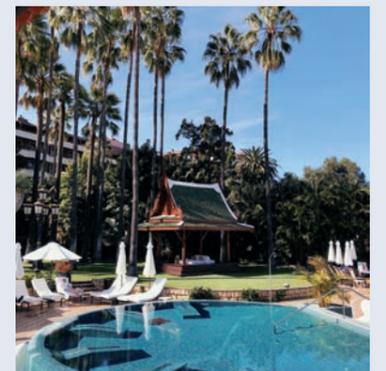
Poema del Mar, eines der spektakulärsten Aquarien der Welt, eingeweiht im Jahr 2017, hat Las Palmas de Gran Canaria zu einem Ort von strategischem touristischen Interesse gemacht. Nur ein Jahr nach seiner Eröffnung ermöglicht dieses große Aquarium seinen Besuchern eine einmalige Gelegenheit. Eine Reise an die tiefsten Stellen des Ozeans, mit seiner Tiefsee-Ausstellung 'Deep Sea', die sich hinter der größten gebogenen Glasscheibe der Welt, mit einer Breite von 36 Metern und einer Höhe von 7,35 Metern sowie 39 Zentimetern Dicke, offenbart.

Mit einer Tiefe von 8,5 Metern und 5,5 Millionen Litern Wasser erlaubt es die Ausstellung 'Deep Sea', einen unvergleichlichen Ort zu erleben. Nämlich die Schönheit, die in der Tiefsee der Ozeane lebt und circa 3.000 Exemplare von 40 verschiedenen Arten, die in diesem dunklen Wasser schwimmen, beherbergt.

Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, Eleganz und Komfort

Das Hotel Botánico 5***** Gran Lujo gewährleistet durch seine Mitgliedschaft in 'The Leading Hotels of the World' höchste Qualität. Es liegt in Puerto de la Cruz, im Norden Teneriffas, und bietet einen unvergleichbaren Ausblick auf den Teide und den Atlantischen Ozean. Zudem verfügt es über eine große Sammlung von Gemälden kanarischer Künstler, die dem Gast das Gefühl vermitteln, an einem einzigartigen Ort zu sein.

Entspannungs- und Schönheitsanwendungen werden in dem exklusiven Ambiente 'The Oriental Spa Garden', mit neuartigen Anti-Stress- und Detox-Behandlungen auf der Basis von Aloe Vera und Ayurveda angeboten. Zudem steht der renommierte Dr. Krulig für Schönheitsbehandlungen zur Verfügung. Außergewöhnliche Ferien in einem der schönsten Ambiente im Norden Teneriffas sind zweifelsohne ein echtes Geschenk.



Brunelli's, das beste Fleisch auf dieser Seite des Atlantiks



Das Restaurant Brunelli's befindet sich direkt gegenüber des Loro Parque und ist zu beglückwünschen, nachdem es von bekannten gastronomischen Beilagen, wie 'Metrópolis' in der Tageszeitung 'El Mundo', „als Referenz für großartigen Fleischgenuss auf den Kanaren“ beschrieben wurde und über TripAdvisor 2018 zum besten Fleischrestaurant Teneriffas gekürt wurde.

Seit seiner Eröffnung vor drei Jahren hat dieses Lokal im Stil eines typisch amerikanischen Steakhouse, das gastronomische Angebot in Puerto de la Cruz, im Norden Teneriffas, mit seinem beeindruckenden Fleischangebot revolutioniert: Rindersteak aus Ávila, Entrecote vom Black Angus Rind, etc. – die besten Stücke,

die auf eine spezielle Art zubereitet werden. Das alles verdankt Brunelli's seinem auf den Kanaren einzigartigen Ofen, der das Fleisch bei 800° gart, wobei der Geschmack und die saftige Textur erhalten bleiben.

PR

My Way: Hotels mit Seele



My Way Hotels steht für eine innovative Unternehmensethik, ein nachhaltiges Managementmodell in drei Dimensionen: die wirtschaftliche, die soziale und die ökologische. Die Marke My Way ist eine Hotelkollektion mit Seele, bei der es um mehr geht als das übliche Urlaubserlebnis. Sie will durch die Schaffung unvergesslicher Erfahrungen in einzigartigen Hotels einen nachhaltigen Eindruck bei jedem einzelnen Gast hinterlassen.

Eines der sinnbildlichen Hotels von My Way ist das **Hotel Jardín Tropical**, eine tropische Oase mit Vorbildfunktion auf der Insel Teneriffa. Es befindet sich direkt am Meer zwischen üppiger Vegetation, in die zwei Pools eingebettet sind, ein klimatisierter und einer mit Salzwasser im hotel eigenen Beach Club. Die Zimmer im ethnischen Stil sind so angelegt, dass man jederzeit Harmonie und Ruhe verspürt und dabei aufs Meer oder die dicht bewachsenen Gärten blickt. Das Jardín Tropical hat sich schon immer durch hochwertigen Service



ausgezeichnet, und so entsteht The Club by Jardín Tropical, ein Boutiquehotel mit speziellen Aufmerksamkeiten, Räumlichkeiten, Zimmern und Dienstleistungen, um den anspruchsvollsten Gästen die besten Erlebnisse zu bieten. Im Jardín Tropical finden sie eine Küche auf höchstem Niveau, exquisit und vielseitig. Die fünf ausgezeichneten Restaurants kombinieren traditionelle Gastronomie mit der Kreativität und Entdeckung neuer köstlicher Aromen, wobei lokale Produkte verwendet werden. Wenn Sie leben, genießen und auskosten und sich später an ruhige und exklusive Ferien erinnern wollen, dann ist **Las Terrazas de Abama**

von My Way das richtige. Es liegt im Resort Abama, einem privilegierten Ort an der Südwestküste von Teneriffa, umgeben von üppigen Gärten, Palmenhainen und inmitten des Abama Golfplatzes. Sein Standort und die Luxusapartements mit bis zu vier Schlafzimmern machen es zum perfekten Resort für alle Arten von Gästen: Golfspieler, Abenteurer, Paare oder Familien. Für die Kleinsten in der Familie gibt es das **Kids Camp**, ein Camp mit Aktivitäten zum Spielen und Lernen in einem unvergleichlichen Umfeld. Las Terrazas de Abama bietet dem Gast vielseitige Serviceleistungen, zum Beispiel Transfer innerhalb des Resort oder zum Strand von Abama, und ein einzigartiges kulinarisches Angebot, das sich aus einem **Gourmet-Shop** und dem **Restaurant Melvin** zusammensetzt. Das Restaurant unter der Führung von Martín Berasategui bietet vielfältige gastronomische Möglichkeiten, die eines gemeinsam haben: die Kreativität, ein tiefgreifendes Geschmacksverständnis und beste Kenntnis der Rohstoffe.

Das Modell zur Entwicklung der Marke sieht vor, Wachstum auf der Grundlage langfristiger Pachtverträge in Urlaubs- und Freizeitdestinationen wie den Kanaren sowie an der spanischen und portugiesischen Südküste zu erzielen.



+
INFORMATIONEN:
www.mywayresorts.com



PR

Qualität, Modernisierung und nachhaltige Entwicklung sind die Pfeiler der Destination

Costa Adeje, eine Einladung in die Zukunft

Costa Adeje soll auch in Zukunft eines der wichtigsten Reiseziele des Landes bleiben. Daher setzen sowohl öffentliche als auch private Investoren auf den verantwortungsbewussten Tourismus als Tor zur Planung der Zukunft.

Ein Konsens schwebt über dem Tourismus, ein Riese, der skeptisch das Land betrachtet, das er betritt; sich vor ihm zu schützen, ist ein wichtiger Punkt vieler Agendas. Die Gemeinde Adeje hat kürzlich den Pakt der Bürgermeister für Energie und Klima unterzeichnet und damit die Pläne und Strategien für die Anpassung an den Klimawandel in Gang gebracht, zu denen Projekte für neue Technologien mit wenig Kohleverbrauch, effizientere Transportmittel und eine stärkere Sensibilisierung und Einbindung der Touristen und Residenten steht.

Adeje hat seinen Blick auf etwas gelenkt, das allgemein üblich ist: obwohl man in einer globalisierten Welt lebt, stützen sich die Wettbewerbsvorteile, die auf lange Sicht nachhaltig sind, immer mehr auf lokale Aspekte. Diese und zahlreiche andere Herausforderungen sind einer neuen Einrichtung anvertraut worden, dem Tourismusbüro von Adeje (LAT), dessen Aufgabe die Forschung und das Studium des Territoriums, der Gesellschaft und der Branche ist.

Seine erste Betätigung richtete sich auf ein Thema von besonderer Bedeutung im Zusammenhang mit dem Angebot an Unterkünften in der Region. Seit einiger Zeit sind die Definition und Regulierung der neuen Kanäle, über die Freizeitunterkünfte vermietet werden, P2P-Plattformen oder auch



die Regulierung des Angebots an Freizeitunterkünften in Stadt- und Tourismusgebieten ein heißes Thema für Behörden, Gesellschaft und die Branche. Jetzt hat das LAT erste Ergebnisse beigegeben, nämlich eine Studie, mit der eine Gruppe von Forschern unter der Leitung von Dr. Eduardo Parra López (ULL), Präsident der Spanischen Gesellschaft für Wissenschaftliche Tourismusexperten (AECIT), beauftragt wurde. Diese Studie über die aktuelle Situation der Ferienunterkünfte in der Gemeinde hat der Gemeinderat für Tourismus den Vertretern der Branche vorgestellt.

Wie die Stadträtin für Tourismuspolitik von Adeje, Ermitas Moreira García, erklärt, ist das Tourismusbüro von Adeje ein Team von Personen, die mit anderen Körperschaften zusammenarbeiten und deren Ziel es ist, zu orientieren und zu beobachten sowie Lösungsansätze für konkrete Herausforderungen zu erarbeiten: ein intelligentes und umfassendes Wachstum der Gemeinde; Verbesserung der wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten der Branche; neue Vorschläge für die Managementprozesse; und vor allem die Nachhaltigkeit des Tourismusmodells von Costa Adeje.

Adeje bringt sich bei der so genannten vierten industriellen Revolution

ein, die sich auf die neuen Technologien rund um Kommunikation und Information bezieht und die Tourismusbranche sowohl betrifft als auch verändert. Das Projekt „Adeje Intelligentes Reiseziel“ wurde von Red.es als bestes Projekt in Spanien ausgezeichnet. Es wurde mit einem Budget von sechs Millionen Euro ausgestattet und umfasst Aktionen zur Einführung einer Smart-Plattform, mit integrierter Steuerung und „Big Data Turístico“ für die Sensorisierung und Monitorisierung, womit letztlich die öffentlichen Dienstleistungen wie Straßenbeleuchtung, Abfallbeseitigung, Bewässerung, Parkplätze oder auch Strände verwaltet werden können.

Man kann die Zukunft greifen und riechen. Die Modernisierung ist eine weitere wichtige Aufgabe für Hotels, Einkaufszentren und öffentliche Einrichtungen, die sicher bald angesteckt werden und auch dazu beitragen wollen, Adeje zu einem intelligenten Reiseziel zu machen, insbesondere durch die Umsetzung von Voraussetzungen, Indikatoren und Maßnahmen, die die Normen UNE 178202 Intelligente Städte (Managementindikatoren auf der Grundlage von Dashboards für das Städtemanagement) und UNE 178501 (die das Managementsystem intelligenter Reiseziele regelt) vorsehen.



Das gute an der Freude ist ihre Unmittelbarkeit. Es liegt wohl daran, dass die Sinne sich an einer gewissen Farbe des Meeres, einer kleinen Veränderung der Temperatur, einem bestimmten Geschmack erfreuen. Schon seit einiger Zeit ist Costa Adeje eines der herausragenden Reiseziele für den Badetourismus in Spanien. Die gute Rentabilität der Hotels im letzten Sommer ist ein Beleg dafür, denn während der Rest der Kanarischen Inseln unter der Erholung der Wettbewerber litt (-3,1% bei den Übernachtungen und Belegungszahlen), schloss Costa Adeje die Sommersaison mit einem Plus von 1,8% im RevPar und führte die Liste der Beschäftigung im Tourismus in Spanien zwischen Juni bis September mit +1,5%.

Natur und Kulturerbe spielen eine wi-

chtige, sogar entscheidende Rolle für viele Tausend Touristen, die ihren Urlaub wiederholt in Costa Adeje verbringen. Ein Ort, an dem sich der Blick auf dem Meer verlieren oder an einem der Berggipfel hängenbleiben kann, da, wo die Natur und die Passatwinde ein Labor der Wolken kreieren. An diesem Ort schlägt der leichte Nebel, der Eselbauch, wie er hier genannt wird, Wurzeln und bildet eine Grenze zwischen verschiedenen Ökosystemen, die von natürlicher Vielfalt und von der faszinierenden Anpassung an einen milden Wind geprägt sind.

Ein Ort, an dem das Meer, diese wunderbare verschleißende Maschine, die Steilklippen von La Caleta geformt hat, ein Gebiet von besonderem naturwissenschaftlichem Interesse, da es Wandervögeln und unter Naturs-

chutz stehenden Wasservögeln einen Lebensraum bietet. Hier kann man in das Unterwasserleben vor den Küsten eintauchen – es handelt sich um einen der wichtigsten Orte Europas für die Beobachtung von Meeressäugern – oder sich von den reinen, geometrischen Formen der Lava faszinieren lassen, die ins Meer eintaucht und in den Tiefen versinkt.

Ein Boulevard schlängelt sich an den Stränden und Hotels an der Küste entlang, wo sich die wichtigsten Hotelketten angesiedelt haben. Auf den verschiedenen Plätzen kann man jederzeit von einer Bademodenschau – wie bei der Fashion Beach Costa Adeje – oder einem Jazzkonzert im Rahmen des Internationalen Jazzfestivals Jazz Canarias überrascht werden. Alle Freizeitangebote sind auf der Website happystreets.org zusammengefasst. Zum Johannisfest wird der Strand Fañabé nachts ins goldene Licht der Lagerfeuer getaucht, und Mitte Juli verwandelt sich der Ort seit mehr als einem Vierteljahrhundert in eine Universitätsstadt. Die Vergangenheit ist hier durch drei historische Gebäude gegenwärtig, nämlich die Kirche Santa Úrsula (16. Jhdt.), Casa-Fuerte (16. Jhdt.) und das ehemalige Kloster San Francisco (18. Jhdt.). Costa Adeje ist dieser besondere Ort, an dem die Schönheit Deine Sinne schärft, so dass Deine Augen hören und Deine Poren sehen.



Die Vorteile Spaniens als Reiseziel sind das Klima, die hervorragenden Golfplätze und die Erfahrung der Branche

Das ganze Jahr über

GOLF SPIELEN

Einige der fast 400 Golfplätze Spaniens gehören zu denen, die weltweit die meisten Auszeichnungen erhalten haben. Ihre technische und landschaftliche Vielfalt in Kombination mit dem guten Klima machen es möglich, sie ganzjährig zu bespielen und zu genießen.

„
Die Golfreisenden auf den kanarischen Inseln kommen in 88,1% der Fälle bereits zum wiederholten Mal auf die Inseln, wie aus der Statistik von ISTAC hervorgeht

Spanien ist international die Nummer zwei der Golfreiseziele. Das Land bietet rund 360 Plätze mit mindestens neun Loch, 21 rustikale Plätze sowie 95 Pitch & Putts, die ständig erneuert und aktualisiert werden. Viele dieser Plätze wurden von einigen der namhaftesten Golfern der Welt entworfen und besitzen Golfschulen und -akademien. Ergänzt wird das breite Angebot durch das privilegierte Klima Spaniens und seine lange Erfahrung als Reiseziel und Organisator von Sportveranstaltungen. Mehr als eine Million Menschen wählen jedes Jahr Spanien, um Ihren Golfurlaub zu verbringen, damit ist Spanien Golfreiseziel Nummer zwei hinter den USA. Die spanischen Plätze zählen mehr als 9,3 Millionen Abschlüsse und nehmen pro Jahr rund 400 Millionen Euro ein. Ein gutes Zeichen für die Exzellenz als

Reiseziel ist die Tatsache, dass die meisten Golfreisenden wiederholt nach Spanien kommen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer pro Person ist eine Woche, die meisten steigen in Hotels mit vier oder fünf Sternen ab, wobei ein Teil der Golfer auch Wohnungen wählt.

Andalusien an der Spitze

Der Golftourismus hat sich als eines der wichtigsten Tourismusprodukte in Andalusien herauskristallisiert. Es ist mit mehr als hundert Plätzen die Region mit den meisten Golfplätzen in Spanien, ein Anteil von insgesamt 29%. Die landschaftliche Vielseitigkeit und das gute Wetter in Andalusien ermöglichen ein ausgezeichnetes Angebot an Golfplätzen, begünstigt zudem durch die guten Flugverbindungen von und nach ganz Europa. Die meisten Golfplätze befinden sich in



88% der Golfreisenden auf den Kanaren sind treue Besucher der Destination.

Meeresnähe, ihr Angebot wird durch viele Alternativen für die Freizeitgestaltung ergänzt. Die Plätze im Landesinneren bestechen durch die wunderschönen Landschaften, in die sie eingebettet sind. Vor kurzem hat die **Internationale Vereinigung der Golfreiseveranstalter (IAGTO)** die Costa del Sol wegen ihres Angebotes mit mehr als 70 Plätzen zum besten europäischen Golfreiseziel ausgezeichnet.

In diesem Jahr wird einer der wichtigsten Wettbewerbe der Golfwelt vorverlegt. Das Andalucía Valderrama Masters wird im Rahmen des Race to Dubai der European Tour von Oktober auf Juni vorverlegt und wird den Fans im Vorfeld des Open Championship eine große Show bieten. Das angesehene Turnier, das zuletzt dreimal in Folge von Sergio García gewonnen wurde, findet vom 27. bis 30. Juni im weltweit bekannten Real Club Valderrama statt. Durch die Terminänderung liegt das Turnier zeitlich mitten in der Sommersaison, zwei Wochen nach dem anderen großen Ereignis des Jahres,

des U.S. Open; eine Woche vor der Serie Rolex im Rahmen des Race to Dubai; und drei Wochen vor dem Open Championship. Der Real Club Valderrama liegt in Sotogrande, als Herausforderung für die besten Spieler der Welt zählt er stets zu den besten Golfplätzen Europas und weltweit.

Den Kanaren treu

Der Vorteil der Kanaren als Golfreiseziel ist das großartige Klima, das Golfspielen an allen 365 Tagen des Jahres erlaubt. Die Inseln haben eine spezielle Plattform geschaffen, Open 365, um für ihre Lage als außergewöhnliches Golfreiseziel zu werben.

Auf den Kanaren gibt es 25 Golfplätze, von denen einige Löcher von 110 Metern Länge haben. Entworfen wurden sie von Größen wie Severiano Ballesteros, José María Olazábal, Juan Cartineu, Blake Stirling oder Marco Martín und sind in die Landschaften eingebunden, ihre Strecken sind für alle Handicaps geeignet. Es gibt 9 Plätze auf Teneriffa, 8 auf



Das Spektakel der Andalucía Valderrama Masters wird auf Juni vorverlegt.

Die Internationale Vereinigung der Golfreiserveranstalter (IAGTO) hat die Costa del Sol wegen ihres hervorragenden Angebotes mit mehr als 70 Plätzen als bestes Golfreiseziel Europas ausgezeichnet

Gran Canaria, 5 auf Fuerteventura, 3 auf Lanzarote und einen auf La Gomera. Die Touristen, die die Kanaren als Golfreiseziel wählen, wollen vor allem ihren Urlaub genießen, indem sie in einem attraktiven Umfeld Golfen. Wie aus den statistischen Daten von ISTAC hervorgeht, kommen 88,1% der befragten GolfTouristen bereits zum wiederholten Mal auf die Kanaren. Die meisten –25,2%– steigen in Hotels mit 5 Sternen ab. Im Jahr 2017 reisten insgesamt 138.170 Touristen auf die Kanaren, um Golf zu spielen, davon kamen 21,3% aus Deutschland.

Das Angebot wird erneuert

In Katalonien gibt es 82 Golfplätze, von denen 36 je 18 Loch haben, die anderen sind Pitch&Putt, rustikale Plätze und Par3 – Erben der langen Golftradition dieser spanischen Region, in der bereits 1914 der erste Golfplatz eröffnet wurde. Die meisten Plätze haben Abkommen mit Hotels und Reisebüros, um den Gästen komfortablen Service zu bieten und auch bessere Preise anbieten zu können. Eine der Neuigkeiten in diesem Bereich ist, dass der bekannte Real Club de Golf el Prat, auf dem schon zehnmal das Spanish Open stattgefunden hat, Ende des letzten Jahres seine Plätze neu organisiert hat, um seinen Gästen die Möglichkeit zu bieten, den Pink Open Course zu

spielen. Dieser wurde ursprünglich von Greg Norman mit 45 Loch entworfen und bietet ein einmaliges Konzept der Fusion von Komfort –der Platz passt sich jedem Niveau und Stil an– mit landschaftlicher Schönheit. Eine der Grundlagen des Clubs ist der Respekt vor der Natur in jeder Hinsicht, wofür er mit der ISO 14001 zertifiziert worden ist.

Das PGA Catalunya Golf Resort seinerseits ist von der **Golf Environmental Organization (GEO)** für seine Verpflichtung gegenüber der Natur, der natürlichen Ressourcen und der Nachhaltigkeit zertifiziert worden. In der Golf World Top 100 Resorts of Continental Europe 2018 erzielte dieser Platz mit 36 Loch den zweiten Rang, dank aller Verbesserungen, die er im letzten Jahr durchführte. Im April dieses Jahres plant ADH Hoteles die Eröffnung des Westin Bonmont Golf Resort & Spa 5* in Mont-Roig del Camp (Tarragona, an der Costa Daurada). Das Resort wird 135 Zimmer haben, es erstreckt sich über 17.720 Quadratmeter und umfasst einen Golfplatz mit 18 Loch Par 72, entworfen von Robert Trent Jones Jr.

Nachhaltige Plätze

Auch die Region Valencia weist eine Reihe von Faktoren auf, die sie zu einem immer attraktiveren Reiseziel für Golfer macht: 36 Plätze, ein ganzjährig mildes Klima und ein großes ergänzendes touristisches Angebot mit erstklassigen Infrastrukturen wie Hotels, Restaurants und Fachgeschäfte.

Die Region ist in der Lage, viele hochwertige Golfwettkämpfe auszutragen. Die Provinz Alicante bietet 22 Plätze, in Valencia gibt es 10 und in Castellón vier. Dazu kommen 6 Pitch&Putt. Besonders zu betonen gilt es, dass die Plätze in der Region Valencia streng nachhaltig und respektvoll mit der Umwelt sind, zum Beispiel verwenden sie nur Brauchwasser. Auf den Balearen gibt es 25 Golfplätze, davon 24 auf Mallorca. Wer hier Urlaub macht, kann jeden Tag auf einem anderen Platz spielen, ohne jemals mehr als 20 Minuten zwischen zwei Golfplätzen unterwegs zu sein. ■



W E L O V E M A L L O R C A



1 6 H O T E L S I N M A L L O R C A

FAMILIES | COUPLES | WELLNESS | SPORT...

AND

Kultur- und Sportveranstaltungen sind die Attraktionen in 2019

Andalusien erobert den deutschen Besucher mit einem spannenden Terminkalender

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Die acht andalusischen Provinzen präsentieren sich dem kulturell interessierten und aktiven Reisenden im Jahr 2019 mit einem noch attraktiveren Angebot als bisher. Zahlreiche Feiern laden dank des guten Klimas und der Freundlichkeit der Einheimischen zum Mitmachen und Genießen unter freiem Himmel ein.

Deutschland ist der zweitwichtigste internationale Quellenmarkt für den Tourismus in Andalusien, die Region ist ihrerseits das spanische Reiseziel Nummer eins für die Deutschen – mit einem Anteil von 9% der Hotelübernachtungen deutscher Touristen in Spanien. Zwischen Januar und Dezember 2018 reisten mehr als 1,2 Millionen deutsche Passagiere über die andalusischen Flughäfen an, das waren 4,2% mehr als im Vorjahr. In den Hotels der Region meldeten sich 868.086 deutsche Touristen an, ein Rückgang von 6,4% – das zeigt, dass viele in alternativen Unterkünften absteigen.

Somit handelt es sich um einen soliden Markt, der gleichzeitig eine ge-

hobene Kaufkraft hat und dadurch zu einer Priorität für das Ministerium für Tourismus, Regeneration, Justiz und Lokale Administration der **Regierung von Andalusien** ist. Dieses beginnt nach den kürzlich stattgefundenen Autonomiewahlen und der damit verbundenen politischen Veränderung eine neue Etappe unter der Leitung von **Juan Marín**. Marín sagte, sein Ziel sei es, die Zahl der Besucher in der Region um rund 3% zu steigern, was bedeutet, dass man von derzeit rund 14% auf einen Anteil von 20% bei den internationalen Touristen kommen muss. Das soll durch mehr internationale Flüge auf den andalusischen Flughäfen und verstärkte Werbung geschafft werden. Der Fokus der Strategie des Touris-

musministeriums „liegt besonders auf der Bekämpfung der saisonalen Abhängigkeit“, gleichzeitig will es starke Aktionen durchführen, um die Führungsstellung als Destination für den einheimischen Markt zu halten und auch neue Quellenmärkte zu erschließen. Besonderes Augenmerk gilt der Beobachtung eines möglichen Rückgangs des deutschen und britischen Marktes, der Verbesserung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer sowie der Ausgaben. Auch will man erreichen, dass die Destination von den Besuchern besser benotet wird.

Das Ministerium arbeitet bereits an einem neuen Generalplan für nachhaltigen Tourismus in Andalusien, der den aktuellen –gültig bis 2020–

ablösen soll; und führt den Aktionsplan für Tourismuswerbung 2019 ein, „der flexibilisiert wird, um ihn an die Veränderungen anzupassen, die sich ergeben, zum Beispiel der Austritt Großbritanniens aus der EU“.

Es stehen wichtige Termine bevor, die es zu feiern gilt, zum Beispiel der Jahrestag der ersten Weltumsegelung von Magallanes und Elcano,

deutsche Touristen Andalusien besuchen, sind das angenehme Klima und die Kultur, denn mehr als 55% besuchen Monumente und Museen und fast 60% genießen die wunderbaren Strände. Sie bewerten die Region mit 8,4 von 10 Punkten, wobei die Aspekte Aufmerksamkeit, Qualität der Strände, Dienstleistungen, Landschaften und Naturparks mit

des Stadtteils Albaicín zum Weltkulturerbe und wendet sich dabei vor allem an einen verantwortungsbewussten Tourismus, den er bei musikalischen Veranstaltungen, Festivals, Konferenzen, Vorträgen, Ausstellungen, Workshops, Foto-Routen sowie mit einem dokumentarischen Kurzfilm und verschiedenen Aktionen auf der Straße



Die Kultur ist der Kern des Reizes, den Andalusien auf den deutschen Markt ausübt. Foto: Hospital von Úbeda in Jaén. Foto überlassen von Turismo Andaluz.

für den schon einige Aktionen auf der Internationalen Tourismusmesse Fitur in Madrid stattfanden; oder im Jahr 2022 das 100. Jubiläum des ersten Flamenco-Festivals.

Das Ministerium hat im Februar die Schaffung einer **Kultur- und Tourismus-Card Andalusien** angekündigt, die im Rahmen der digitalen Innovation der Werbung für Kultur, Erbe und Tourismus in den acht andalusischen Provinzen dienen soll, zum Beispiel durch die Rekonstruktion von Kulturräumen.

Kultur, Sport, Kino...

Die wichtigsten Gründe, warum

8,7 Punkten am höchsten bewertet werden. Die Treue zur Destination beträgt fast 40% bei den deutschen Besuchern.

Andalusien hat viel zu bieten, um auf allen diesen Gebieten auch 2019 noch zuzulegen. So wird zum Beispiel das **Domkapitel der Kathedrale von Córdoba** zusammen mit der **Unternehmervereinigung von Córdoba (CECO)** bei Spezialveranstaltungen für Kultur- und Religionsreisen für die Vorzüge der Route der Fernandinischen Kirchen und der Moschee Kathedrale von Córdoba werben; Granada feiert das 25jährige Jubiläum der Erklärung

“
In diesem Jahr wird der 500. Jahrestag der ersten Weltumsegelung durch Magallanes und Elcano gefeiert, der Albaicín wurde vor 25 Jahren zum Weltkulturerbe erklärt

am Kulturerbe teilhaben lässt. Im sportlichen Bereich werden Jaén und Córdoba beim neunten **Andalucía Bike Race** im April das Augenmerk auf die Landschaften lenken, durch die das Rennen verläuft. Huelva verführt seine Besucher bei der 1.600 Kilometer langen Route durch die Natur im Rahmen der Veranstaltung ‘Mototurismo Huelva la Luz’; in Almería finden zahlreiche Events rund um die **Spanische Hauptstadt der Gastronomie** statt; und Sevilla und Cádiz feiern den 500. Jahrestag der ersten Weltumsegelung. ■

Senator Hotels & Resorts Unterhaltung garantiert

Lachen, spielen, rutschen und schmecken

Spektakuläre Pools, aufregende Rutschen und alles, wovon junge Familien träumen können – dazu müssen sie nicht einmal das Hotel verlassen, denn hier gibt es die innovativsten Animationen für jede Altersklasse und köstliches Essen. Nur ein paar Schritte entfernt: ein wunderschöner Strand. So entstehen bei **Senator Hotels & Resorts** außergewöhnliche Erlebnisse, zu denen 2019 weitere Wasserparks in zwei neuen Hotels hinzukommen. Parks direkt bei den Hotels und Möglichkeiten, die allen Altersgruppen angepasst sind und in zahlreichen Sprachen verfügbar sind. Die Kette bietet unterhaltsame Aktivitäten, bei denen jeder mitmachen kann, sowohl Erwachsene als auch Kinder. Sie sind überraschend und vielseitig, Sport und Tanz stehen dabei im Mittelpunkt.

Die perfekte Lage der Hotels direkt am Strand und ihre Nähe zu Orten von touristischem Interesse machen die Häuser von Senator Hotels & Resorts zur besten Option für einen perfekten Urlaub. Kein Detail wird außer Acht gelassen, allen voran die hervorragende Küche mit innovativen Buffets, Showcooking und allem, was ein anspruchsvoller Gaumen erwartet. Dabei ist auch an die Kleinsten gedacht. Der Gast kommt hier in den Genuss der einheimischen Küche und der allerfrischesten Produkte.

Dieses Jahr 2019 kommen zu den Wasserparks in den Hotels **Playasol Aquapark Spa Hotel** in Roquetas de Mar (Almería) und **Playacartaya Aquapark Spa Hotel** in El Rompi-



do (Huelva) zwei weitere Hotels mit Wasserrutschen dazu: **Playaballena Aquapark Spa Hotel** in Rota (Cádiz) und **Suites Suites Puerto Aquapark Marina** in Mojácar (Almería).

Eine weitere wichtige Neuigkeit bei der Kette in diesem Jahr ist die Neueröffnung der Anlage **Senator Riviera Cancún Spa & Resort** mit fünf Sternen und 1.044 Zimmern in Mexiko. Erst im Dezember eröffnete das Unternehmen sein zweites Resort in der Dominikanischen Republik. Die neue Anlage befindet sich derzeit im Bau, sie wird einen Bereich nur für Erwachsene haben, einen Wasserpark, mehr als 4.000 Quadratmeter Poolfläche, Fitnesscenter, Tennisplatz, zehn Restaurants, ein Spa und Tagungszentren, neben anderen Freizeiteinrichtungen.

Als Teil der Verpflichtung zum Umweltschutz hat sich Senator Hotels & Resorts kürzlich in das Register für CO₂-Abdruck, Kompensierung und



Projekte zur Absorbierung von Kohlendioxid eingetragen, ein freiwilliges Instrument des Ministeriums für Ökologische Transition, das dazu dient, die Auswirkung der Aktivität eines Unternehmens auf die Umwelt zu messen.



INFORMACIÓN:

950.335.335
reservas@senatorhr.com



SENATOR
HOTELS & RESORTS

DIE KETTE MIT *Wasserrutschen und Wasserparks*

Zögern Sie nicht, machen Sie Ihren Urlaub zu einem einzigartigen Erlebnis.

Treten Sie in eine Welt voller Wasserspa ein. In ALLEN unseren FERIEN-Hotels werden Sie große Schwimmbecken mit großartigen und Vergnügen bereitenden Wasserrutschen finden können. Im Playasol Spa Hotel und im Playacartaya Spa Hotel (demnächst auch im Playaballena Spa Hotel und im Suites Puerto Marina) werden wir diesen Spa einen weiteren Antrieb geben können, mit der Erstellung von Wasserrutschen, mehrspurige Wasserrutschen, Trichterrutschen, Röhrenrutschen, alles im allem, ein WASSERPARK

36 BETRIEBE · 20 ZIELE

Informationen und Reservierungen bei Ihrem Reisebüro oder bei unserer Reservierungszentrale

☎ (+34) 950 335 335 · reservas@senatorhr.com



Lustige Ferien mit Details!

GENIEßEN SIE ZUSÄTZLICH VON UNSEREM:

BUFFETS RESTAURANTS

ANIMATION SERVICES

ALL INCLUSIVE PREMIUM

SPA-ZENTREN & WELLNESS SENZIA

UND VIELES MEHR



Mehr als 65.000 neue Zimmer in vier Jahren, wie das Hosteltur-Ranking zeigt

DIE SPANISCHEN HOTELKETTEN

nutzen die gute Lage, um zu wachsen und zu diversifizieren

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Die spanischen Hotelketten haben die letzten guten Jahre genutzt, um ihre internationale Expansion zu intensivieren und ihre Präsenz in Spanien selber zu stärken und neue Destinationen im Land zu erschließen, ohne dabei die Strategie der Repositionierung von Aktiva zu vergessen. Die Wachstumsaussichten für die nächsten vier Jahre weisen auf 65.000 neue Hotelzimmer hin, wie aus dem Hosteltur-Ranking hervorgeht.

Das Wachstum soll in einigen Fällen in den nächsten Jahren noch stärker vorangetrieben werden, sowohl in Spanien als auch im Ausland – wo, das hängt oft von der Größe des Unternehmens ab. Generell, wenn auch mit Ausnahmen, lässt sich feststellen, dass sich die Großen eher für ein Wachstum außerhalb Spaniens entscheiden und dabei neue Destinationen erschließen, während kleinere Unternehmen lieber ihre

Position in Spanien festigen. **Meliá Hotels International** hat seit 2012 über 500 Millionen Euro in die Repositionierung seines Hotelangebotes in Spanien investiert – davon floss fast die Hälfte in das Projekt der Neugestaltung von **Magaluf** auf Mallorca, wo in sieben Jahren insgesamt 3.800 Zimmer renoviert wurden. Ziel ist es, „uns an die aktuelle Nachfrage anzupassen und uns an ein anspruchsvolles Publikum mit hö-

herer Kaufkraft zu wenden, wenn wir die Qualität unseres Hotelangebotes steigern wollen“, erklärte **Mark Hoddinott**, verantwortlich für den Bereich Immobilien der Gruppe. Allein in Europa sind 19 Hotelprojekte mit insgesamt 4.054 Zimmern geplant.

Auch die **NH Hotel Group** hat bereits Pläne für 26 Hotels mit 4.736 Zimmern beschlossen, die bis 2022 ins Portfolio aufgenommen werden, vor allem in Europa, Lateinamerika und Spanien. Ziel ist es, „unter strengen Rentabilitätskriterien zu wachsen“ und nicht nur auf die Größe zu achten, wie der Vorstandsvorsitzende **Ramón Aragonés** bei der letzten Aktionärsversammlung betonte. Im Januar wurde das erste **NH Collection in Valencia** eröffnet, wo die Kette bereits vier Hotels besitzt, ein weiteres wird dieses Jahr in Santander an den Start gehen.

Für **Riu Hotels & Resorts** wird 2019 das Jahr der Eröffnung des neuen Flaggschiffs ihrer Städtemarke in Madrid sein: das **Riu Plaza España** in einem emblematischen Gebäude mitten im Herzen der Stadt wird 589 Zimmer haben. Es handelt sich um den Star unter den Projekten der Kette, wie ihr CEO **Luis Riu** zugibt. Was wichtige Modernisierungen in Spanien angeht, ist das **Riu Palace Oasis** auf Gran Canaria zu erwähnen, ein symbolhaftes Hotel, das seine Kategorie fünf Sterne zurückerobert hat; ebenso wie das **Riu Chiclana**. Die Kette wird in diesem Jahr 4.520 neue Zimmer ins Portfolio aufnehmen.

Die **Barceló Hotel Group** will in drei Jahren 110 neue Hotelprojekte auf der ganzen Welt unterzeichnen, davon 25% in Spanien. Die Gruppe plant Investitionen in Höhe von 600 Millionen Euro. Zu den nächsten Neueröffnungen gehört das **Hotel Santa Catalina** in Las Palmas auf Gran Canaria im Mai.

Nach der Neueröffnung von 13 Hotels im Jahr 2018 wird **Iberostar Hotels & Resorts** sieben weitere in Spanien eröffnen, alle auf Mallorca und in Madrid; auch **Eurostars Hotels** eröffnet zwischen Ende 2018 und Ende 2019 neun neue Hotels im Land, und zwar in den wichtigsten Städten von Andalusien, Katalonien, Castil-



Das Star-Projekt von Riu ist dieses Jahr das Flaggschiff seiner urbanen Marke, das Riu Plaza España mit 589 Zimmern in einem emblematischen Gebäude mitten im Zentrum von Madrid.

“
Nach der Eröffnung von 13 Hotels im Jahr 2018 wird Iberostar Hotels & Resorts dieses Jahr weitere sieben in Spanien eröffnen, alle auf Mallorca und in Madrid. Auch Eurostars Hotels wird neun neue Häuser in Spanien eröffnen

la-La Mancha, in der Region Valencia und La Rioja; vor Kurzem kamen zwei neue Hotels in Madrid und eines in Salamanca dazu. Auch **MP Hotels** wird ihr Angebot in diesem Jahr um zehn neue Häuser mit insgesamt 3.300 Zimmern erweitern.

Mehr Hotels in Spanien

Die Kette **H10 Hotels** hat vor kurzem angekündigt, dass sie in den kommenden Monaten drei neue Hotels in Spanien eröffnen wird: das **H10 Atlantic Sunset**, ein neu gebautes Fünf-Sterne-Hotel mit 291 Zimmern auf Teneriffa; das **H10 Casa de la Plata** mit 4 Sternen und 71 Zimmern in der Altstadt von Sevilla; und das **H10 Palacio Colomera**, das erste Hotel der Kette in Córdoba mit vier Sternen und 45 Zimmern, das in einem Palast Baujahr 1928 untergebracht ist.

Die **Palladium Hotel Group** hat das Jahr mit der Einführung einer neuer Marke auf gehobenem Niveau begonnen: **Bless Collection Hotels**, mit einem ersten Hotel in Madrid, zu dem im Sommer ein zweites Hotel auf Ibiza hinzu kommt. Das ist aber nicht die einzige Neuerung, denn im Juli wird die Marke **Palladium Hotels** mit dem **Palladium Hotel Costa del Sol** Einzug auf der spanischen Halbinsel halten. Darüber hinaus werden Produkte, die im letzten Jahr präsentiert wurden, verbes-

sert, zum Beispiel das Premium-Segment **Rock Royalty Level im Hard Rock Hotel Tenerife**. Insgesamt sollen dieses Jahr 38 Millionen Euro in die Renovierung von bestehenden und die Eröffnung neuer Hotels investiert werden.

Senator Hotels & Resorts hält mit einem Hotel in Gandía Einzug an der Küste der Region Valencia: der Bau des zweiten Hotels der Adult-Only Marke Caleia soll 2020 abgeschlossen sein. Die Wachstumsstrategie von **Catalonia Hotels & Resorts** in Spanien in den nächsten zwei Jahren sieht fast tausend neue Zimmer vor. Die Kette wird die Hotels **Catalonia Santa Justa** in Sevilla und **Catalonia Mirador des Port** auf Menorca erweitern und neue Hotels in San Sebastián und Bilbao eröffnen.

Mittelgroße Ketten

Auch die Ketten mittlerer Größe haben

„
Die Palladium Hotel Group hat das Jahr mit der Einführung einer neuen Marke auf gehobenem Niveau begonnen: Bless Collection Hotels hat ein erstes Hotel in Madrid eröffnet

ehrzige Expansionspläne auf nationaler und internationaler Ebene. **Room Mate Hotels** wird zum Beispiel ihr Volumen bis 2020 verdoppeln und von derzeit 24 auf 36 Hotels, die Zahl der Zimmer verdoppelt sich von 1.800 auf 3.600. Für die nächsten 18 Monate sind elf Neueröffnungen geplant, zwei davon in Madrid (**Room Mate Alba** und **Room Mate Rex**, Eröffnung im kommenden Sommer) und je eines auf Las Palmas und in Málaga.

Weitere Hotelfirmen, die ihr Angebot in Spanien um je rund tausend weitere Zimmer vergrößern, sind unter anderem **Ona Hotels** mit neuen Häusern auf Lanzarote, an der Costa del Sol, in Barcelona und Valencia; **Alegría Hotels** mit vier Häusern bis 2020; oder **Seaside Hotels** mit zwei Hotels und 710 Zimmern auf Gran Canaria. ■

HOLIDAY WORLD

We're changing on the outside
to reflect what we're like on the inside.

holidayworld.es



GRUPOTEL
HOTELS & RESORTS

Benvingut

Wir werden an Ihrer Seite 50 Jahre alt. Mit der gleichen Motivation wie seit jeher: Sie in unseren Hotels auf Mallorca, Menorca und Ibiza herzlich willkommen zu heißen. Vielen Dank, dass Sie sich für Grupotel Hotels & Resorts entschieden haben.
Benvingut – Herzlich willkommen im Urlaubsparadies.



Sechs innovative Initiativen

INNOVATIONEN BEI PRODUKTEN

und Service der Hotels in Spanien

Vivi Hinojosa
@vivi_hinojosa

Innovation muss nicht notwendigerweise mit Technologie zu tun haben, denn man kann auch mit besonderen Produkten und Dienstleistungen innovativ sein, die speziell entwickelt werden, um den neuen Vorlieben und Anforderungen der Kunden zu entsprechen. In Spanien sind so die Blasen-Hotels entstanden, ebenso wie Hotels, die besonderes Augenmerk auf ihr historisches, künstlerisches oder sogar winzerisches Erbe legen, ebenso wie Poshtels in ehemaligen Fabrikgebäuden, neben vielen anderen Beispielen. Alle verfolgen damit ein klares Ziel: die Andersartigkeit als Wettbewerbsvorteil auf dem Hotelmarkt zu nutzen.

Miluna ist sicherlich das originellste Beispiel, das wir auf der Suche nach den neuesten Errungenschaften im Bereich Innovation bei Hotels gefunden haben. Das Hotel befindet sich auf einem fünf Hektar großen Gelände eine Fahrstunde von Madrid entfernt, auf dem man zwölf transparente kugelförmige Zimmer findet, die 'Lunas', also Monde, genannt werden. Sie befinden sich fernab von Lärm und Kontamination, so dass man durch die Wände und Decken aus PVC in Ruhe den



Die spanische Firma Eye in the Sky hat bereits mehr als 250 Luftblasen auf der ganzen Welt installiert, die das Angebot von Hotels ergänzen, die ihren Gästen ein neues Erlebnis bieten wollen.

Himmel betrachten kann. Die Kugeln werden rund um die Uhr von einer praktisch lautlosen Maschine aufgeblasen.

Ehre für das Legat von Madrid
Die Eröffnung des **Heritage Madrid Hotel**, ein Fünf-Sterne-Hotel in einem Gebäude aus der Belle Epoque, bedeutet den Einzug eines neuen Hotelkonzeptes in der spanischen Hauptstadt. Klar im Mittelpunkt steht hierbei die Hommage an die Stadt Madrid, ihr reiches Kunst- und Kulturerbe sowie ihre Bräuche und Küche. Im Hotel befindet sich

die hoteleigene private Sammlung von Antiquitäten und europäischer Kunst aus dem 18. und 19. Jahrhundert, dazu kommt ein ausgezeichnetes gastronomisches Angebot in einem einzigartigen, andersartigen und innovativen Rahmen.

Zeitgenössische Kunst und Kreation

Im Sommer wurde auf Ibiza das **Paradiso Art Hotel** eröffnet, ein neues Projekt der **Concept Hotel Group**, das sich auf zeitgenössische Kunst und Kreation spezialisiert hat. Das neue Hotel lehnt sich an den Mi-

Prinsotel: Du wählst, Du genießt!



Fünf exklusive Anlagen mit erlesener Gastronomie, sportlichen Aktivitäten und Animation.

PRINSOTEL LA DORADA (**** S)

Playa de Muro. Apartments in den Kategorien Standard, Select, DeLuxe und Royal – die beiden letzteren mit eigener Terrasse, Mini-Pool, Liegen, Bali-Bett, Sofas, Veranda und herrlichem Blick.

Restaurants: Kitchen Market (Buffet), Grill (Fleisch vom Grill) und Picco (Sushi&Cocktails, Pizza&Pasta), Salt & Co. (Snacks), Club (exklusiv) und Food Truck.

Unterhaltung: Pools außen und innen (klimatisiert), Splash, Spa, Massagen, Fahrradkeller und -werkstatt, Supermarkt, Fitnesscenter, Animation und thematische Veranstaltungen.

PRINSOTEL LA PINEDA (*****)

Cala Rajada. Zimmer und Apartments der Kategorien Standard, Select und Deluxe (mit eigener Terrasse, Mini-Pool, Liegen, Bali-Bett und Sofas) sowie Junior Suite.

Restaurants: Kitchen Market (Buffet), DeTapas (Pinchos und Tapas), Salt & Co. (Snack) und Food Truck.

Unterhaltung: Pools außen und innen (klimatisiert), Splash, Spa, Kinderbereich, Massagen, Shop, Fitnesscenter, Tennis und Bereich „nur für Erwachsene“.

PRINSOTEL MAL PAS (*****)

Mal Pas. Komfort und Ruhe sind hier garantiert. Zimmer der Kategorien Standard, Select oder Junior Suite (mit großer privater Terrasse, unvergleichlichem Meerblick, Bali-Bett, Liegen

und Sofas).

Restaurants: Kitchen Market (Buffet), Grill (Fleisch vom Grill) und Salt & Co. (Snacks).

Unterhaltung: Außenpool, Massage, Fahrradkeller und -werkstatt sowie Tennisanlage.

PRINSOTEL ALBA (*****)

Cala d'Or. Apartments der Kategorien Standard, Select, DeLuxe (mit eigener Terrasse, Mini-Pool, Liegen, Bali-Bett und Sofas) sowie Suiten mit modernem und entspanntem Ambiente.

Restaurants: Kitchen Market (Buffet), Grill (Fleisch vom Grill) und Picco (Sushi&Cocktails, Pizza&Pasta), Salt & Co. (Snacks) und Food Truck.

Unterhaltung: Außenpool, Splash, Spa, Kinderbereich, Massage, Fahrradkeller und -werkstatt, Fitnesscenter, Animation und thematische Veranstaltungen.

PRINSOTEL LA CALETA (*****)

Ciudadella – Menorca; Hotel und Apartments; Standard, Select und Deluxe (mit eigenem Garten, Mini-Pool, Bali-Bett, Liegen und Sofas).

Restaurants: Kitchen Market (Buffet), Grill (Fleisch vom Grill) und Picco (Sushi&Cocktails, Pizza&Pasta), Salt & Co. (Snacks), Club (exklusiv), Food Truck und Punto Mint (Cafeteria und Drinking Helps).

Unterhaltung: Außenpool, Massage, Shop, Fitnesscenter, Sportanlage, Animation, thematische Veranstaltungen.

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



Mo-Stil an –Miami Modern– und lädt dazu ein, die Insel auf eine neue Art und Weise kennen zu lernen, nämlich durch die Kunst und Angebote rund um hochwertige Kunst. Das Kuratoriumsprogramm Art Paradise umfasst urbane Kunstwerke, Performances, eine Kunstgalerie im Hotel und ein Programm für Artists in Micro-Residence –Zero Suite Residences– in Form eines komplett durchsichtigen Studios in der Lobby.

Poshtel in einem ehemaligen Fabrikgebäude

Eine Oase mit einem Touch von Vintage mitten in der Stadt, gegenüber vom Königspalast. So definiert sich **LaNave Hostel**, ein neues Poshtel, dessen Stil von der Persönlichkeit und dem Stil seiner Besitzerin und Erschafferin, Elena Alonso Canalda,

inspiriert ist. Eine Luxusherberge mitten in Madrid, bei dem besonderer Wert auf die kleinen Details in den 14 Zimmern gelegt wird, die alle unterschiedlich eingerichtet sind, aber mit einem gemeinsamen Nenner: die Erhaltung der originalen Elemente, die aus einer Industrievergangenheit von über 150 Jahren stammen.

Für Weinfreunde

Wine & Soul Suites ist ein neues Konzept für Luxusunterkünfte rund um das Thema Wein in La Rioja, das Komfort, Exklusivität und die Dienstleistungen eines Luxushotels mit der Freiheit und Unabhängigkeit eines Appartements verbindet. Es befindet sich in einem herrschaftlichen Gebäude aus dem 19. Jahrhundert, dessen ursprünglichen

architektonische Elemente erhalten geblieben sind, und umfasst drei Designsuiten, die thematisch von der Welt des Weins inspiriert sind, mit einer komplett eingerichteten Küche und Weinkühlschrank.

Bar-Bibliothek

Innovationen kann man auch bei Hotels einführen, die bereits in Betrieb sind, wie es bei **OD Hotels** in Zusammenarbeit mit dem **Taschen-Verlag** der Fall ist. Sie haben in allen Hotels der Kette so genannte Book Bars eingeführt, wo den Gästen eine große Sammlung von Büchern des Verlages zur Verfügung stehen. Damit bringt das Hotelunternehmen seine Verpflichtung für Kunst und Kultur zum Ausdruck und bietet seinen aufgeschlossenen Gästen neue Möglichkeiten des Erlebens und Genießens. ■



Entdecken Sie ein Paradies der Behaglichkeit und der Ruhe!



ARE YOU BRAVE AND BELIEVES
DIRECT SALES IS THE MOST EFFECTIVE WAY TO SELL?
THEN BOOKINGCORE IS
YOUR BEST SOLUTION



WEBSITE



GESTOR DE
CONTENIDOS



MOTOR DE
RESERVAS



MARKETING



CONECTIVIDAD



SOPORTE
REAL

SUCCESS COMES WHEN YOU ONLY PAY BASED ON RESULTS

JOIN THE CLUB*

www.bookingcore.com

*We reserves the right to refuse admission, our Club only accepts real Braves.



Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanierungen spezialisierte Bauunternehmen

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels Zimmer
AA-HOTELS	PASEO DE LA INDEPENDENCIA 23	ZARAGOZA	876662990	direccioncomercial@aa-hotels.com	www.aa-hotels.com/es/index.html	6 358
ABBA-HOTELS	BERLIN 5-1-53	BARCELONA	933623230	direccion.comercial@abbahotels.com	www.abbahotels.com	20 1.952
AC-HOTELS BY MARRIOTT	PARQUE EMPRESARIAL LA FINCA. P. CLUB DEPORTIVO 1. EDIF. 17	MADRID	912626700	ac@ac-hotels.es	www.ac-hotels.es	92 11.661
ACCOR-HOTELS	AREQUIPA 1	MADRID	911030119	susana.amata@accor.com	www.acorhotels.com	4500 650.000
ACEVI-HOTELS	VILLARDEL 106	BARCELONA	934520000	info@acevihotels.com	www.acevihotels.com	2 144
ACTIA-HOTELS	JOSEP IRLA I BOSCH 5, 4º	BARCELONA	902222103	actahotels@actahotels.com	www.actahotels.es/www.dick-rooms.com	10 709
AD-HOC-HOTELS	SAMMIEGO 20	VALENCIA	963921377	info@adhoc-hotels.com	www.adhoc-hotels.com	3 90
ADH-HOTELS	EMISORA 20	MADRID	915122711	contadanos@adh-hotels.com	www.adh-hotels.com	6 1.089
ADRIAN-HOTELS	PARIS, S/N	TENERIFE	922713333	info@adriahotels.com	www.adriahotels.com	3 714
AFINIA-HOTELS	RAMBLETA PARE ALEGRE, 98	BARCELONA	937333000	comercia@afini-hotels.com	www.afini-hotels.com	2 370
ALEGRIA-HOTELS	CIRA, INH KM.672,5	TARRAGONA	937678684	hello@alegria-hotels.com	www.alegria-hotels.com	20 3070
ALEXANDRE-HOTELS	ANDA, MARIA FORTUNY, 70, 2º	TARRAGONA	937346011	jescofe@alexandrehotels.com	www.alexandrehotels.com	6 1.685
ALSUN-HOTELS	FLUVA, 7	PALMA DE MALLORCA	971456101	upren@alsun-hotels.com	www.alsun-hotels.es	34 6.685
ALMA-HOTELS	MALLORCA, 271	BARCELONA	933684490	info@almahotels.com	www.almahotels.com	2 131
ALTAMAR-HOTELS & RESORTS	ANDA, LA CORNISA, 21	LAS PALMAS	978560700	lhermande@altamarhotels.com	www.altamarhotels.com	3 408
ALUA-HOTELS & RESORTS	AV. MEXICO, 4 2º	PALMA DE MALLORCA	971465611	centra@aluahotels.com	aluahotels.com	14 3.200
AMIC-HOTELS MALLORCA	VISTA ALEGRE, 1	ILLES BALEARS	902400661	centra@amic-hotels.com	www.amic-hotels.com	5 504
AMINDANA LEISURES & HOTELS	PASEO MADUZ, 5, 1º	BARCELONA	933727205	www.guandilana.com	www.guandilana.com	6 195
ANIMA-HOTELS	CESAR MARTINELL, 2	BARCELONA	935442670	info@animahotels.es	www.animahotels.es	2 119
AR-HOTELS & RESORTS	ANDA, JUAN CARLOS I, 48	ALICANTE	965832618	calidad@ar-hotels.com	www.ar-hotels.com	5 817
ARAZAZU-HOTELS	BERROETA ALDAMAR, 7 6	VIZCAYA	946611724	hoteles@arazazu-hotels.com	www.arazazu-hotels.com	4 435
ARCEA-HOTELS	GREGORIO MARRANON, 13 BAO	ASTURIAS	984834558	info@arcea-hotels.com	www.arcea-hotels.com	25 729
ARTEM-HOTELS	CAPITAN ARENAS, 20	MENORCA	971356935	artem@artemhotels.com	www.artemhotels.com	5 537
ATLANTIS-HOTELS & RESORTS	ANDA GRANDES PLAYAS, S/N	BARCELONA	934189967	atlant@atlant-hotels.com	atlant-hotels.com	13 1106
ATTICAZ1-HOTELS	ANDA, LINARES RIVAS, 4 BAO	LAS PALMAS	928536444	bahiares@atticaz1-hotels.com	www.atticaz1-hotels.com	2 625
AXEL-HOTELS	CONSELL DE CENT, 263, ENTLO	A CORUÑA	981257481	lcaide@invercawante.com	www.atticaz1-hotels.com	7 608
AXOR-HOTELS	CAMPELO, 4	BARCELONA	933232570	silvia.perez@axorhotels.com	www.axorhotels.com	7 645
AZ-HOTELS	CAN CALAFAT, 43 2º OFIC.62 POL.SON OMS	MADRID	913121960	info@axorhotels.com	www.axorhotels.com	2 502
AZULINE-HOTELS	ANDA, IGNACIO WALLIS, 21, 4º	PALMA DE MALLORCA	971424954	info@azulinehotels.com	www.azulinehotels.com	9 564
AZAHAR-HOTELS	GENERAL DIAZ PORRIER, 57 PB	IBIZA	971340085	info@azaharhotels.com	www.azaharhotels.com	12 2.019
B&B ESPAÑA Y PORTUGAL	LUIS PASTEUR, S/N	MADRID	625504394	info@azaharhotels.com	www.azaharhotels.com	5 290
BAHIA PRINCEPE-HOTELS & RESORTS	PLAZA MEDITERRANEO, 5	MADRID	912784576	info@hotelbb.com	www.hotel-bb.es	30 2916
BALNEARIOS REAIS TERMAL	VARGAS 57 B ENTRESUELO	PALMA DE MALLORCA	971787000	comar@grupo-pihero.com	www.grupo-pihero.com/	26 13.627
BALNEARIOS TERMALEUROPA	JOAQUIN VELASCO S/N	CANTABRIA	902104641	reservas@termaeuropea.com	www.termaeuropea.com	3 268
BARCELO-HOTELS GROUP	JOSE ROVER MOTTIA, 27	LA RIOJA	941394405	reservas@termaeuropea.com	www.termaeuropea.com	3 268
BE LIVE-HOTELS	ENRIQUE GRANADOS, 6 EDIF. A 2º PLANTA	PALMA DE MALLORCA	971771700	comunicacion@barcelo.com	www.barcelo.com/www.grupo-barceb.com	247 54.219
BEATRIZ-HOTELS	CONCULLOS DE TOLEDO, S/N	MADRID	915406030	global@barcelo.com	www.barcelo.com/www.grupo-barceb.com	32 9.108
BECCORDIAL-HOTELS & RESORTS	CARTAGO 22, EL TABLERO DE MASPALOMAS	TOLEDO	928721147	beatrize@beccordialhotels.com	www.beccordial.com	4 1.731
BEDA-HOTELS	POLIGONO GALARRA CALLE U. Nº3 (EDIFICIO IUSA)	LAS PALMAS	948842010	marketing@beda-hotels.com	www.beda-hotels.com	3 212
BEST-HOTELS	ANDA, ANTONIO MACHADO, 66, LOCAL 22	NAVARRA	973515105	expansion@besthotels.es	www.besthotels.com	33 10.968
BEST WESTERN SPAIN-HOTELS, S.L.	CLEMENINA ARDERIU 17, 1º-3º	MALAGA	66059470	oriel.arcs@bestwestern.com	www.bestwestern.es	7 607
BESTPRICE	AVENIDA DIAGONAL, 70	BARCELONA	935991271	central@bestprice.com	www.bestprice.com	3 106
BETH-HOTELS	VIA AUGUSTA 167	BARCELONA	936116727	central@bethhotels.com	www.bethhotels.com	6 250
BG-HOTELS	GOLETA, 7	MALLORCA	971268706	central@bethhotels.com	www.bethhotels.com	7 1.765

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanierungen spezialisierte Bauunternehmen



HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels Zimmer
BLAU-HOTELS & RESORTS	MANUEL AZANA 38	PALMA DE MALLORCA	971757657	comercia@blauhoteles.com	www.blauhoteles.com	5 2.250
BLUEBAY-HOTELS	GRAN VIA ASIMA, 6 10Q.	MALLORCA	971490309	marketing@grupobuebay.com	www.bluebayresorts.com	56 11.230
BLUESE-HOTELS	GREMI FUSTERS, 33, OFIC.223 POL. SON CASTELLO	PALMA DE MALLORCA	971427110	info@bluese-hotels.es	www.bluese-hotels.es	26 4.504
BLUESENSE-HOTELS & RESORTS	PERU 6	MADRID	913776420	info@bluesensehotels.com	www.bluesensehotels.com	7 592
BONDIA-HOTELS	ANIMES, 22	BARCELONA	937690300	info@bondiahotels.com	www.bondiahotels.com	7 719
BO-HOTELS	MARQUES DE LA SENIA, 39	ILLES BALEARS	971707755	central@bghotels.com	www.bghotels.com	13 2.177
CAN CALCO-HOTELS	ALFREDO L. JONES, 40	LAS PALMAS	928260100	administracion@bullhotels.com	www.bullhotels.com	6 1.469
CANTILLA TERMAL	PLAZA DO TOURAL, 10	MALLORCA	971549510	info@cantillahotels.com	www.cantillahotels.com	7 110
CARRIS-HOTELS	PAGO DE SANTI SPIRITUS, S/N	A CORUÑA	981569347	gop@grupocarris.com	www.grupocarris.com	5 432
CASUAL-HOTELS	PASCUAL Y GENIS, 20	VALADOLID	983600816	info@castillatermal.com	www.castillatermal.com	4 344
CATALONIA-HOTELS & RESORTS	CORCEGA, 323	VALENCIA	963210219	hoteles@casualhotels.com	www.casualhotels.com	10 396
CENTRHOTEL-HOTELS	TUSET, 23-2º, 7º	BARCELONA	934514446	info@centrhotel.com	www.centrhotel.com	69 10.150
CHECK IN-HOTELS	RAMON TURRO, 2	BARCELONA	937657757	info@checkinhotels.com	www.checkinhotels.com	9 817
CHIC-AND-BASIC	PRINCESA, 50	BARCELONA	932954650	julia@chicandbasic.com	www.chicandbasic.com	13 1383
CHM-HOTELS	SAN ANTONI, 4	LLEIDA	97438232	info@leledata.com	www.chmhotels.com	7 246
CIUTAT-HOTELS	TURO D'EN BRUGUET, 2	BARCELONA	938796720	granollers@ciutathotels.com	www.ciutathotels.com	4 263
CMS-HOTELS	PINTOR OLLET, 3	CASTELLON	902464555	sec-fue@aldiana.com	www.cms-hotels.com	3 267
CLUB ALDIANA	MELINDRAGA, 2	LAS PALMAS	928169870	sec-fue@aldiana.com	www.aldiana.de	8 2.130
CONCEPT HOTEL GROUP	DE LA RUIDA, 5 PLANA D'EN BOSSA	IBIZA	971393268	www.condeshotels.com	www.condeshotels.com	5 147
CONDES-HOTELS	PASSEIG DE GRACIA 73	BARCELONA	934450000	reservas@conihotels.com	www.conihotels.com	3 292
CONFORT-HOTELS	MARBELLA, 30 PLAYA DE PALMA	PALMA DE MALLORCA	971261650	info@coral-hotels.com	www.coral-hotels.com	2 182
CORAL-HOTELS	LOS ROBLES, APTOS.MASARU, URB. LA PAZ	SANTA CRUZ DE TENERIFE	927389740	info@costabrava-hotels.com	www.costabrava-hotels.com	8 1.243
COSTA BRAVA-HOTELS / PETIS GRANS-HOTELS DE CALVINA	TURISME, 1	GIROVA	972600034	info@costabrava-hotels.com	www.costabrava-hotels.com	42+51 296+511
CREA-HOTELS	HERNAN CORTES, 41	MALLORCA	965150309	admin@alicante.daniyahotels.es	www.daniyahotels.com	4 523
DANIA-HOTELS	MAQUINARIA, 8	BARCELONA	93322254	fosorio@hoteldante.es	www.hoteldante.com	3 300
DANTE-HOTELS	MALLORCA, 181	BARCELONA	933668600	reservas@domus-hotels.es	www.domus-hotels.es	3 157
DERBY-HOTELS COLLECTION	VALENCIA, 284	BARCELONA	985275151	info@derbyhotels.com	www.deryhotels.com	23 1.770
DOMUS-HOTELS	PLAZA LONGORIA CARBAJAL, 1 5º	ASTURIAS	972365700	direccion@donjuanhotels.com	www.donjuanhotels.com	6 372
DON JUAN-HOTELS	RIERA, 77	GIROVA	92717230	control@dreamplac-hotels.com	www.dreamplac-hotels.com	3 1.387
DREAMPLACE-HOTELS & RESORTS	ALCADE WALTER PAETZMAN, S/N	SANTA CRUZ DE TENERIFE	928445302	comercia@dreamplac-hotels.com	www.dreamplac-hotels.com	4 1.198
DUNAS-HOTELS & RESORTS	FRANCISCO GOURIE, 107	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	97275966	info@ecohoteles.com	www.ecohoteles.com	4 1.92
ECO-HOTELS	MALLORCA, 235 3º 1º	BARCELONA	93275966	info@ecohoteles.com	www.ecohoteles.com	7 788
EIX-HOTELS	SALIDA 35 AUTOPISTA INCA-SA POBLA	PALMA DE MALLORCA	971575094	evihoteles@evihoteles.com	www.evihoteles.com	4 983
EIASA-HOTELS	AV. CESAR AUGUSTO 27	ZARAGOZA	976469200	info@eiasahotels.com	www.eiasahotels.com	9 568
ELE-HOTELS	TUSET, 20/24, 7º 8º	BARCELONA	930179149	www.emsahotels.com	www.emsahotels.com	11 866
EMSAHOTELS	S'ESPARTAR, 2	IBIZA	971340101	emsa@msahotels.com	www.emsahotels.com	2 18
EMSAHOTELS	IBIZA	IBIZA	971340101	emsa@msahotels.com	www.emsahotels.com	2 18
ERILLIA-HOTELS	ERILLIA, 37-39	VIZCAYA	944705700	erillia@notelcilla.es	www.erilliahotels.com	3 400
ESPHOTEL, S.A.	PADILLA 32, BAO DCHA	MADRID	913697380	esphotel@esphotel.es	www.esphotel.es	3 250
ESPERANZA-HOTELS	ANDA, SALBUFERA, 4	MALLORCA	971890568	info@esperanzahotels.com	www.esperanzahotels.com	3 559
EUROPE-HOTELS INTERNATIONAL	ANDA, RAFAEL PUIG, 38	TENERIFE	927577000	direccion@villas.com	www.europe-hotels.org	8 1.600
EUROSTARS-HOTEL COMPANY (GRUPO HOTUSA)	MALLORCA, 351	BARCELONA	932681010	comunicacion@grupohotusa.com	www.grupohotusa.com	189 19.512
EVANIA-HOTELS	MUNTANER, 403 ENTLO 1	BARCELONA	931772477	comercia@eveniahotels.com	www.eveniahotels.com	16 3.06
FADERSON-HOTELS	DIAGONAL 622	BARCELONA	934146681	info@faderson.com	www.faderson.com	2 506
FARANDA-HOTELS	ANDA, DE PORTUGAL, 7 - BAO	ASTURIAS	985343805	www.farandahotels.com	www.farandahotels.com	22 3.050



Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanlagen spezialisierte Bauunternehmen

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels Zimmer
FERGUS HOTELS	GREMÍ HORTOLANS, 11. PISO 1 PUERTIA 12	ILLES BALEARS	971006007	info@fergushotels.com	www.fergushotels.com	10 1973
FERRERREIN	CTRA. TOSSA A SANT FELIU, KM.5	GIRONA	977340000	info@ferrerrein.ch	www.ferrerrein.ch	6 879
FONTECRUZ HOTELS	TER, 21	PALMA DE MALLORCA	971100015	marketing@ferrerreinhotels.com	www.ferrerreinhotels.com	8 936
FUERTE GROUP HOTELS	ANTONIO MAURA, 7	MADRID	914295330	mmartinez@fuerterhotels.com	www.fuerterhotels.com	5 238
G.S.M HOTELS	EL FUERTE S/N	MÁLAGA	902109900	communication@fuerte-group.com	www.fuertes.com/	6 1387
GALLERY HOTELS	MONTARAGON 7, 4º LOCAL 2	MADRID	913190607	gsmhotels@smhotels.es	www.gsmhotels.es	47 7.208
GARBI HOTELS	PASSEIG DE GRACIA 61 1º-1ª	BARCELONA	932722085	galleryhotels@galleryhotels.com	www.galleryhotels.com	3 291
GARDEN HOTELS	POTOSI, 7	GIRONA	977367704	admin@hotelesgarbi.com	www.hotelesgarbi.com	7 1.259
GARGALLO GRUPO HOTELERO	MENESTRALS 5	BARCELONA	971888400	info@gardenhotels.com	www.gardenhotels.com	14 2.863
GF HOTELS	VIA LAETANA, 23-4º	BARCELONA	932689060	admin@gargalhoteles.es	www.gargalhoteles.es	19 1.518
GHI HOTELS	AVENIDA DEL ATLANTICO 6. URB. GOLF DEL SUR	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922371308	reservas.hotel.turquesa@gema-hotels.com	www.gfhotels.com	4 960
GIGIA HOTELS	AVENIDA BRUSELAS, 16	TENERIFE	922716754	angelomas@gfhotels.com	www.gfhotels.com	5 1.598
GOLDEN HOTELS	ANSELMI CAME, 121 BAÑOS	BARCELONA	937664941	direccioncomercial@goriapalacet.com	www.gfhotels.com/es/	3 744
GR HOTELS	LAS MARGARITAS, S/N	LAS PALMAS	928128500	comercial@gardenhotels.com	www.gloriapalacet.com	4 1.138
GRAN ISIA HOTELS	MARCOMI, 16	BARCELONA	937671626	info@grhotels.com	www.gardenhotels.com	6 1.866
GRUP SOTERAS HOTELS	BALMES, 7 7ºD	BARCELONA	933040244	info@gruphotels.com	www.grhotels.com	4 338
GRUPO ABADES	AVDA. DEL GOLF 1 APART. IUTLANDIA	MALLORCA	971691900	bookings@granisia.com	www.granisia.com	4 495
GRUPO ANFI	PASSEIG DE LA MARINA, 212	BARCELONA	936651900	toni.lopez@grup-soteras.com	www.grup-soteras.com	5 436
GRUPO BALI	AVDA. ANDALUCIA, EDIF. LIBRA. APTO. CORREOS, 115. LOJA	GRANADA	902323800	abades@abades.com	www.abades.com	6 632
GRUPO CABOT	BARRANCO DE LA VERGA, S/N	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	928152990	info@anf.es	www.anfi.es	5 985
GRUPO CABOT	PASEO CASTELLANA, 140-5º. EDIF. LIMA	MADRID	915902860	eventos@arhotels.com	www.arhotels.com	4 536
GRUPO CABOT	LUIS PRENDES, 4	ALICANTE	966813612	comercial@grupobali.com	www.grupobali.com	3 1.122
GRUPO CABOT	PASEO LONDRES, 74	PALMA DE MALLORCA	971865364	booking@cabot-hotels.com	www.cabot-hotels.com	3 160
GRUPO CABOT	AVDA. MARINEROS DE VILLADYOSA, 19 BAÑOS	ALICANTE	965851121	umercial@hoteles-cosablanca.com	www.hoteles-cosablanca.com	13 2.634
GRUPO CABOT	PORTA DE LA MOREIRA 14	ALICANTE	966613418	comercial@huertodelaura.com	www.huertodelaura.com/	2 153
GRUPO CABOT	VENDRELL, 2	TARRAGONA	977380405	comunicacion@bersol.es	www.bersol.es	10 1.464
GRUPO CABOT	PASEO MARITIMO 15	MALLORCA	971585564	info@lopesan.com	www.levantehotels.com	4 381
GRUPO CABOT	ALCALDE ENRIQUE JORGE, S/N	GRAN CANARIA	902099935	info@lopesan.com	www.lopesan.com	20 7.463
GRUPO CABOT	PASEO DE GRACIA 51, PRINCIPAL	BARCELONA	934342126	barcelona.comercial@grupegp.com	www.pierrehvacances.es	35 6.200
GRUPO CABOT	RECOGIDAS, 53	GRANADA	958209861	direccion@gruporeino.com	www.gruporeino.com	4 160
GRUPO CABOT	MAJOR, 12	TARRAGONA	977350150	info.hosteria@gruporeside.com	www.gruporeside.com	4 436
GRUPO CABOT	CTRA. ARTA- PTO. ALCUDIA, 68	MALLORCA	971850061	central@grupotel.com	www.grupotel.com	35 6.267
GRUPO CABOT	CONSTANTI REBALAIGUA, 7	GIRONA	972347000	salonso@guaitarhotels.com	www.guaitarhotels.com	7 1.081
GRUPO CABOT	RIERA D'EN JORDA S/N	BARCELONA	972828986	oficina@hoteles.com	www.hoteles.com	18 4.500
GRUPO CABOT	NUMANCIA, 185-1ª PLANTA	BARCELONA	934304147	h1@h1hotels.com	www.h1hotels.com	60 15.975
GRUPO CABOT	CTRA. DEL RINCON S/N CENTRO CIAL LAS ARENAS	BARCELONA	928491712	reservas@hoteles.com	www.hoteles.com	7 603
GRUPO CABOT	DIPLUTACION, 264	LAS PALMAS	971264250	reservas@hoteles.com	www.hoteles.com	4 496
GRUPO CABOT	CARABELA, 7	MALLORCA	971579020	info@helios-hotels.com	www.helios-hotels.com	4 1.090
GRUPO CABOT	AVDA. DIAGONAL, 626, 2º 1ª	BARCELONA	932541390	hg@upohg.com	www.hoteles.com	11 1.077
GRUPO CABOT	AVDA. DE LA HISPANIDAD, 2-4	MADRID	915790220	javier.sanchez@hilton.com	www.3.hilton.com/en/index.html	5286 1.170.747
GRUPO CABOT	ESTANVOL, 18	MALLORCA	971587512	info@hoteles.com	www.hoteles.com	29 6.483
GRUPO CABOT	JAJUME III, 26, ENTLO 2F	PALMA DE MALLORCA	971425586	secretaria@hoteles.net	www.hoteles.net	18 2.958
GRUPO CABOT	BENITO ARIAS MONTANO, 1 ESCALERA 1.3ª. OFICINA 2	MADRID	923438747	comercial@hospederiasdeextremadura.es	www.hospederiasdeextremadura.es	8 270
GRUPO CABOT	PZA. MARQUES DE SALAMANCA, 10	BADAJOS	914362766	hospes@hospes.com	www.hospes.com	9 475

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanlagen spezialisierte Bauunternehmen



HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels Zimmer
HOTEL ANIA	AVDA. GRAN VIA, S/N	MURCIA	968337889	reservas@anias@hotelania.com	www.hotelania.com	2 253
HOTEL ARAUCARIA (HOPOSA)	DE LA VELA, 6	MALLORCA	971866127	hoposa@hoposa.es	www.hoposa.com	14 777
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. DE LA DIPUTACION, S/N	CADIZ	956815266	comercial@hace.es	www.hace.es	5 580
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	CTRA. DE LA PROVIDENCIA, 566	ASTURIAS	985133909	begonamart@hotelesbegona.com	www.hotelesbegona.com	3 374
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. FILIPINAS, 10	ALICANTE	965853950	reservas@hotelesbenidorm.com	www.hotelesbenidorm.com	3 790
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	PASEO DE LA CASTELLANA, 177	MADRID	915670023	hccm@hotelescenter.com	www.hotelescenter.com	9 1.204
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	FINCA LOS CUAREZOS, S/N	CANTABRIA	942679332	olimp@hotelescantabria.com	www.hotelescantabria.com	3 206
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. MARQUES DE LOS VELEZ, 12	MURCIA	968238400	hoteles@churra.net	www.elchurra.net	2 177
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. MATAPANONERA, 11	MADRID	914320111	comunicacion@hoteleselba.com	www.hoteleselba.com	15 2.802
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. FDO. TARRAGONA, 27, 1º	MALLORCA	971657189	gavimar@gavimar.com	www.gavimarhotels.com	3 555
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	LAS SIRENAS, 17	MALLORCA	971132300	info@hotelesglobales.com	www.hotelesglobales.com	40 276
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	ARAGON, 281 5º 1ª	BARCELONA	934675857	compras@hoteles2.com	www.hoteles2.com	4 864
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. DEL SOL, ANTIGUA CN. 340, RM 215.6	MÁLAGA	952579757	comercial@holidayworld.es	www.holidayworld.es	4 864
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	FRANCIA, S/N POL. IND. CIUDAD DEL TRANSPORTE	CASTELLON	964394497	reservas@ntur.com	www.hoteles-ntur.com	7 877
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	PZA. MANUEL CANO, 2	GRANADA	958287447	reservas@hoteles-ma.es	www.hoteles-ma.es	2 261
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	MOYANO, 8	CASTELLON	964772770	refes.sociales@marinador.com	www.marinador.com	7 1.347
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. PAPA LUNA, 96	CASTELLON	964480914	reservas@hotelesmediterraneo.com	www.hotelesmediterraneo.com	3 392
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	VIRGEN DE LUJAN, 8	SEVILLA	954088205	hmdicrom@hotelesmonte.com	www.hotelesmonte.com/es/	3 277
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. LUIS CASAS 32	PONTEVEDRA	986733399	honor@hotelesnorat.com	www.hotelesnorat.com	4 151
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	ESTEROS, 3	HUELVA	959311250	comercial@hotelespato.com	www.hotelespato.com	2 194
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	PASEO DE LA SABICA, 40	GRANADA	958225575	reserva@hotelesporcel.com	www.hotelesporcel.com	6 690
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	ESPERANTO, 9	ALICANTE	965850200	posidon@hotelesposidon.com	www.hotelesposidon.com	8 1.770
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	LAPIPA 1, EDIF. CENT. LOCAL 3	ALICANTE	965853040	central@hotelessh.com	www.hotelessh.com	16 1.884
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	GREMÍ VELLUTERS, 21	ILLES BALEARS	971274822	saintmichel@saintmichel.net	www.saintmichel.net	16 2.634
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AV. COMUNIDAD VALENCIANA, 22	MADRID	914263941	comercial@h-santos.es	www.h-santos.es	12 2.783
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	AVDA. ZABALGANA 1	ALICANTE	965850660	publicidad@servigroup.es	www.servigroup.com/es	19 4.818
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	MINERVA, 15	ALAVIA	945188800	silber@hoteles-silken.com	www.hoteles-silken.com	26 3.385
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	ALAMEDA DE SANTA EUFEMIA, 24 ENTLO.	MALLORCA	971894089	tommas.massar@servigroup.net	www.hoteles-silken.com	10 3.385
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	PUEBLO CANARIO LOCAL 404	SEVILLA	954155144	info@hotelesvar.com	www.hotelesvar.com	3 201
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	SABINO DE ARANA, 27	TENERIFE	922790964	comercial@husa.es	www.hovma-hotels.com	7 1.708
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	GREMÍ FUSTERS, 33-3ª PTA. 312 B	BARCELONA	935101300	central@ibhotels.com	www.ibhotels.com	8 518
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	GENERAL RIERA 154	PALMA DE MALLORCA	971495129	central@ibhotels.com	www.ibhotels.com	8 763
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	RAMON Y CAJAL, 2	PALMA DE MALLORCA	971077000	press@iberostar.com	www.iberostar.com	100 31.824
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	ALBACETE, 3 9ª PLANTA. Edif. TORRE ILUNION	IBIZA	971343614	info@ibiza-feeling.com	www.ibiza-feeling.com	5 400
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	SAN JOSE 21	MADRID	913839494	marketing@lunihotels.com	www.lunihotels.com	25 4.137
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	ARAGON, 71	SEVILLA	954217207	info@insotel.com	www.insotel.com	3 251
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	BROADWATER PARK	IBIZA	971195150	info@insotel.com	www.insotel.com	7 2.412
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	MENDEZ NUÑEZ, 1	BUCKINGHAMSHIRE	4400189512000	jesus.salmeron@ing.com	www.ing.com	5070 749.721
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	CALO DIES CORRAL, S/N, URB. CALA ESMERALDA	SEVILLA	954293820	info@intergrouphotels.com	www.intergrouphotels.com	6 362
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	VICENTE CIEFUERO, 9	MALLORCA	971837474	reservas@inturhotel.com	www.inturhotel.com	7 1.107
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	EMILIO CARRERE, 5	IBIZA	971311500	headoffice@ivishotels.com	www.ivishotels.com	8 1.504
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	CTRA. ALICANTE - CARTAGENA KM. 17.200	MADRID	915913322	central@izahotels.es	www.izahotels.es	4 600
HOTEL ARAUCARIA (HACE)	CTRA. ALCUDIA-ARTA, 1	ALICANTE	966690236	central@jshotels.com	www.jshotels.com	3 256
HOTEL ARAUCARIA (HACE)		MALLORCA	971851206	central@jshotels.com	www.jshotels.com	10 1.437



Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanierungen spezialisierte Bauunternehmen

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels Zimmer
KEY HOTELS	VIA AUGUSTA, 95	TARRAGONA	977236000	berenguer@key-hotels.com	www.key-hotels.com	2 137
LABRANDA HOTELS & RESORTS	MEETING POINT SPAIN 1, C/TEOMALDO POMER, SN 2ª PLANTA, 1217	LAS PALMAS	9728143668	helena.labranda@labranda.com	labranda.com	60 16800
LOUVRE HOTELS	VILLAGE 5, ETAGE 5, PLACE L'ELIPE	FRANCIA	33(0)142914600	pressrelouvrehotels@ouvre-hotels.com	www.louvre-hotels.com	1.170 97.000
LITI HOTELS	AV. ARQUITECTO GOMEZ CUESTA, 3	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922794513	sales@liti.de	www.liti.de	21 5.303
LUIS HOTELS	ANDA, DETALIA, 8	LAS PALMAS	928774050	diva@luis-hotels.com	www.luis-hotels.com	2 227
MAC HOTELS + PURE SAULT LUXURY HOTELS	GREMIO TINTOREROS, 25 A	ILLES BALEARS	971010930	info@mac-hotels.com	www.mac-hotels.com	3+2 1440-242
MACIA HOTELS	ZACATIN, 25	GRANADA	958285806	centrareservas@maciahoteles.com	www.maciahotels.com	8 869
MAESTIC RESORTS	PASSEIG DE GRACIA, 68	BARCELONA	934881717	info@hotelmaestic.es	www.hotelmaestic.es	10 679
MANOLI HOTELS	ANDA, FRANCA S/N URB. MIL PALMERAS	ALCANTE	965321822	reservas@manolithotels.com	www.manolithotels.com	3 343
MAR HOTELS GROUP	GRAN VIA ASIMA 1	ILLES BALEARS	971436688	info@marhotels.com	www.marhotels.com	8 1.143
MARITIM HOTELS	AGUSTIN DE FOYA, 167ª PUERTA 6-ESCALERA D	MADRID	912337756	info.res@maritim.de	www.maritim.com	49 15.687
MARRIOTT INTERNATIONAL INC.	C/RA. GENERAL TF-47, KM 9	SANTA CRUZ DE TENERIFE	922126000	reservations.abama@tzcarlton.com	www.abamahotels.com	96 27.108
MATAS ARNALOT GRUPO	BASSA RODONA, 3	BARCELONA	938940320	info@matasarnalot.com	www.matasarnalot.com	2 141
MAXI HOTELS	LOPEZ RUBIO, EDF. TUNDIDORES, 12	GRANADA	958015580	info@maxihotels.com	www.maxihotels.com	3 124
MED PLAYA CADENA HOTELERA	PASSEIG GENERAL MENDOZA, 1 PLANTA 6	GIRONA	972205212	info@medplaya.com	www.medplaya.com	16 3.888
MEDIUM HOTELS	PROVENÇA, 288 S/ATICO	ALCANTE	965867669	direccion@medimahoteles.com	www.medimahoteles.com	3 467
MEDSUR HOTELS	ANDA MARINA BAWA, 23	BARCELONA	932096640	comercial@mediumhotels.com	www.mediumhotels.com	5 285
MELIA HOTELS INTERNATIONAL	GREMI BOTERS, 24 POL. IND. SON CASTELLO	ALCANTE	965854712	info@medsur-hotels.com	www.medsur-hotels.com	5 276
MIX HOTELS	BLAISE PASCAL, S/N EDF. U PLANIA 1 OFICINA 17 (PARC B1)	PALMA DE MALLORCA	971224400	comunicacion@melia.com	www.meliahotelsinternational.com/es	321 80.861
MILL HOTELS	BARTOLOME CALATELL, 23	MALLORCA	971261634	bsastre@millhotels.com	www.millhotels.com	5 313
MONARQUE HOTELS	BARQUILLO, 36	MADRID	913084610	centra@monarquehoteles.es	www.monarquehoteles.com	6 1.050
MONTENAR GRUPO	GENARO RIESTRA, 8	ASTURAS	985400100	info@hotelesmontenar.com	www.hotelesmontenar.com	3 270
MS HOTELS	LOS NIDOS, 23	MALAGA	952384700	amaragua@ms-hotels.com	www.ms-hotels.com	4 267
MUR HOTELS	LUIS DORRESTE SILVA, 95	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	928296666	info@grupomur.com	www.murhotels.com	4 614
NEST STYLE	ANDA DEL CID, 25 1º OF. 6	VALENCIA	963261291	www.neststylehotels.com	www.neststylehotels.com	2 65
NEW MAUBITIUS HOTELS LIMITED (BEACHCOMBER HOTELS)	BOTANICAL GARDEN STREET	CUREPIPE	2306019000	beachcomber@chot.com	www.beachcomber-hotels.com	9 2.100
NH HOTEL GROUP	SANTA ENGRACIA, 120	MADRID	914519718	reservas@nh-hotels.com	www.nhotelgroup.com	385 59.682
NORDOTEL	C/RA. GRAL DEL SUR, KM 44	LAS PALMAS	928157170	centra@nordotel.com	www.nordotel.com	17 4.842
NOZAR HOTELS & RESORTS	COMTE BORRELL, 124	BARCELONA	934146660	adela.alonso@nozarsorts.com	www.botaullresort.com	7 530
NUÑEZ NAVARRO HOTELS	COMTE DURGELL, 230	BARCELONA	935522620	comhotels@nuñez.com	www.ni-hotels.com	12 1.117
OASIS HOTELS & RESORTS	GOBELAS 17, URBLLA FLORIDA	MADRID	913778333	reservas@oasis-hotels.com	www.oasis-hotels.com/	5 3.439
OCA HOTELS	MIGUEL FERRO CAVEIRO S/N	A CORUÑA	981107005	calidad@ocahotels.es	www.ocahotels.com	25 1.332
OD HOTELS	ATENAS 30-46	IBIZA	971591214	javier.tor@odgroup.es	odgroup.es	8 483
OHTELS	TERREB, 13 EDF. VENTURA PARK LOCAL 1	TARRAGONA	977352225	administracion@ohiels.es	www.ohiels.es	16 4.065
OIA HOTELS	GRAN VIA ASIMA 45ª PL. POL. SON CASTELLO	ILLES BALEARS	971436455	oia@oiahotels.com	www.oiahotels.com	5 822
OLIVA HOTELS	PLAZA CATALUNYA, 19	BARCELONA	933168700	info@olivahotels.es	www.olivahotels.es/	4 670
OLYMPIA GRUPO	MAESTRO SERRANO, 3	VALENCIA	963033392	info@olympiagrup.com	www.olympiagrup.com	5 353
ONA HOTELS	COMTE BORRELL 230, 3º	BARCELONA	933930630	anna.camalfor@onacorporation.com	www.onahotels.com	30 3373
ONIX HOTELS	GRAN VIA DE LES CORTS CATALANES, 967-981	BARCELONA	933034154	sales@onixhotels.com	www.onixhotels.com	3 165
PABISA HOTELS	AV. FRAY JUAN LABRES, 10	MALLORCA	971743266	secretariageral@pabisa.com	www.pabisa.com	4 762
PALAFOX HOTELS	MARQUES DE CASAIMENEZ, S/N	ZARAGOZA	876541130	dirmarketing@palafoxhotels.com	www.palafoxhotels.com	6 921
PALMA HOTELS	PISEGO MALLORCA 32 A. ENTLO.	ILLES BALEARS	971213533	comercio@palia.es	www.palia.es	7 1.517

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanierungen spezialisierte Bauunternehmen



HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels Zimmer
PALLADIUM HOTEL GROUP	ANDA, BARTOLOME ROSSELLO, 18	ILLES BALEARS	971976486	marketing@palladiumhotelgroup.com	www.palladiumhotelgroup.com	44 14.000
PANDORAM HOTELS	CERVANTES, 19 BAOIZO.	MADRID	913694850	info@pandoramhotels.com	www.pandoramhotels.com	6 330
PARADISE HOTELS & RESORTS	APTOS. LAGO TAURITO S/N URB. TAURITO	LAS PALMAS	928565263	reservas@paradiseresorts.es	www.paradiseresorts.es	3 445
PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA	JOSE ABASCAL, 2-4, 6º PL	MADRID	915166700	www.parador.es	www.parador.es	97 6.125
PESTANA HOTEL GROUP	RUA JAU, 54	LISBOA	31521842001	www.pestana.com	www.pestana.com	94 12.000
PETIT PALACE HOTELS (HIGH TECH HOTELS & RESORTS)	PASEO DE LA CASTELLANA, 163, 5º	MADRID	915159450	reservas@petitpalace.com	www.petitpalace.com	35 2.080
PLAYASOLIBRIA HOTELS	METGE JAUME SERRA, S/N	IBIZA	971304078	info@grupoplayasol.com	www.playasolibriahotels.com	36 4.137
PORT AVENTURA HOTELS	AV. ALCALDE PERE MOLAS, KM 2	TARRAGONA	977779000	info@portaventura.es	www.portaventura.es	5 2.078
PORTBLUE HOTELS & RESORTS	GREMI DE CIRUGIANS I BARBERS, 48 PISO 2 PUERTAF	ALCANTE	965867863	comercial@portblue.es	www.portblue.es	9 1.486
POSADAS DE ESPAÑA	LORGE IUAN 9	MADRID	971897430	marketing.online@portblue.com	www.portbluehotels.com	8 1.135
POUSADAS DE COMPOSTEIA	VIRRE DA CERCA, 27	MADRID	915771735	central@posadasdeespana.com	www.posadasdeespana.com	4 344
PREMIUM SUITES	DIPUTACION 195	A CORUÑA	981569350	info@posadasdecompostela.com	www.posadasdecompostela.com	6 112
PRESTIGE HOTELS	ANDA, NORO, 45	BARCELONA	934534119	info@akosuite.com	www.premiumsuihotels.com	3 99
PRINCESS HOTELS	MENENDEZ PELAYO, 7	LAS RIOJA	942270638	info@pretur.com	www.prestige-hotels.com	6 954
PRINCEHOTEL	ANTONIO GAUDI, 62	TARRAGONA	977318959	www.prince-hotels.com	www.prince-hotels.com	22 9.952
PROSOL ENTREMARES	DEL TER 27, POL. SON FLUSTER	PALMA DE MALLORCA	971706070	prinsol@prinsol.es	www.prinsol.es	5 958
PROTUR HOTELS	ALMIRANTE, 16	MADRID	915226599	f.nunez@lmash.com	www.entremares.es	4 561
PY HOTELS	AV. PAPAGAYO 22	MALLORCA	971587520	info@proturhotels.com	www.proturhotels.com	17 3.561
QJIO HOTELS	ARDEMANOS 13	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	928519300	asistente.direccion@qhoteles.com	www.pyhotelsandresorts.com	6 1.101
R2 HOTELS	ARTISTAS CANARIOS, 8	MADRID	913553200	comercial@qhoteles.com	www.qhoteles.com	2 118
RFAEL HOTELS	MENDEZ ALVARO, 30	MADRID	928546050	reservas@2hotels.com	www.2hotels.com	7 1.192
RICE HOTELS	ANDA, REYES CATOLICOS, 30	BURGOS	942222300	angela.dier@ricehotelsburgos.com	www.ricehotelsburgos.com	7 936
RIU HOTELS & RESORTS	LLAUT S/N, RIU CENTRE	MALLORCA	971743030	press@riu.com	www.riu.com	90 42.497
ROBINSON HOTELS	ROBINSON CLUB CAJA SERENA	MALLORCA	971695904	region@robinson-ep.com	www.robinson-ep.com	5 1.611
ROOMMATE HOTELS	ENRIQUE ALZAMORA, 6º	ILLES BALEARS	971213093	central@roc-hotels.com	www.roc-hotels.com	23 5.593
ROSAMAR HOTELS	VELAZQUEZ, 50, 3ª PLANTA	MADRID	913995777	info@room-matehotels.com	www.room-matehotels.com	35 2908
SABINA HOTELS	PAU CASALS 8-10	GIRONA	972364422	rosamar@rosamarhotels.com	www.rosamarhotels.com	5 830
SALLES HOTELS	POL. IND. PAEC, 4	GIRONA	972622663	reservas@salleshotels.com	www.salleshotels.com	9 901
SANDOS & MARCOMFORT HOTELS	ANDA, PRINCIPES DE ESPAÑA, 1 NAVE 1 BAOS, ES FIGUERAL	PALMA DE MALLORCA	971783300	marketing.sur@sandos.com	www.sandos.com	12 4.508
SANSI HOTELS	ANDA PEARSON, 1-3	BARCELONA	932063880	pedralbes@sansshotels.com	www.sansshotels.com	3 277
SARDINERO HOTELS	PZATALLA, 1	CANTABRIA	942271100	www.gruposardinero.com	www.sardinero.com	4 408
SB HOTELS	PLAZA EUROPA 9-11, PLANTA 24	BARCELONA	935011400	oficina@central@sbhotels.es	www.sbhotels.es	8 1.492
SBH HOTELS & RESORTS	ANDA AGUSTIN MILLARES, 2	LAS PALMAS	928875982	comercial@sbhfrue.com	www.sbhfrue.com	9 3.186
SEASIDE HOTELS	AVENIDA DE MOYA 8	LAS PALMAS	928763508	marketing@seaside-hotels.com	www.seaside-hotels.com	11 2.175
SELENTA GROUP	AV. DIAGONAL 662-664, PLANTA 2- MODULO D	BARCELONA	936003030	www.seleнтаgroup.com	www.seleнтаgroup.com	6 2.900
SENIATOR HOTELS & RESORTS	ANDA, FARO SABINAL, 341	ALMERIA	950627175	info@playasenator.com	www.playasenator.com	35 7.858
SENSES HOTELS	VIA REY SANCHO, 11	MALLORCA	971031031	comercial@senseshotels.com	www.senseshotels.com	4 420
SERAMAR HOTELS	ANDA, 16 DE JULIO, 85 POL. SON CASTELLO	MALLORCA	971431266	dir.comercial@seramarhotels.com	www.seramarhotels.com	4 820
SEROTEL HOTELS	PARIS, 120	BARCELONA	933636363	correo@serotel.es	www.serotelhotels.com/	37 4.180
SERHS TOURISM, S.A	GARBI 88-90	BARCELONA	937629301	info@serhs-tourism.com	www.serhs-hotels.com	9 1.130
SERRANO HOTELS	ANDA, GUA AGULLA, 123	MALLORCA	971564312	comercial@seranohotels.com	www.seranohotels.com	5 710

Die Hoteliers vertrauen uns
Wir sind das einzige
auf Hotelanierungen spezialisierte Bauunternehmen

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

Name	Anschrift	Provinz	Tel +34	E-mail	Web	Hotels	Zimmer
SEVATUR	DORAMAS, 4	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	978152777	seatur@seatur.com	www.seaturhotels.com	8	1.744
SH-HOTELS	URB. SANTO TOMAS, PARCELA H9	MENORCA	971370531	shhotels@shhotels.com	www.sh-hotels.com	9	943
SIR-HOTELS	DOCTOR ROMAGOSA, 1 BAJO	VALENCIA	963373951	sh@sh-hotels.com	www.sh-hotels.com	3	508
SIRENIS-HOTELS & RESORTS	VOORBURGVAL 271-45	ILLES BALEARS	971312512	info@sirenishotels.com	www.sirenishotels.com	5	374
SOHO BOUTIQUE-HOTELS	D/S CUBELLS 32	PALMA DE MALLORCA	952383055	obenjume@sobhotels.com	www.sobhotels.com	2	772
SOLIM INVEST/AQUA HOTEL & OHIA BOUTIQUE HOTELS	CTRA. PALMA-VALLDEMOSSA KM.7, 4 EDIF. LOGITRAVEL	MALAGA	95225577	obenjume@sobhotels.com	www.sobhotels.com	15	545
SOHO BOUTIQUE-HOTELS	ALAMEDA PRINCIPAL, 45 1ª	MALAGA	95225577	obenjume@sobhotels.com	www.sobhotels.com	9	1.900
SOM-HOTELS	AVENIDA DEL MAR, 16	BARCELONA	937678211	info@somhotels.es	www.aquahotel.com	5	202
SPRING-HOTELS	3º PLANTA EDIFICI DISSET, PARC BIT	MALORCA	971284284	uep@somhotels.es	www.somhotels.es	3	1.076
STILL-HOTELS	PASEO CALREDES S/N	TENERIFE	922961111	spring@springhotels.com	www.springhotels.com	7	911
SUN COMFORT GROUP	GRAN VIA ASIMA, 4-7º POL. SON CASTELLO	PALMA DE MALLORCA	971207114	comercial@stillhotels.com	www.stillhotels.com	3	215
SWEET-HOTELS	AVDA. GASADO DEL AISAL 26	VALENCIA	965852453	booking@sun-comfort.com	www.sun-comfort.com	3	707
THE LEADING HOTELS OF THE WORLD	GLORIETA CARRASCO, BLOQUE 3-5 ESC. 1 BAJO	VALENCIA	965852453	direccion@sweethotels.com	www.sweethotels.com	7	221
THOMAS COOK HOTELS & RESORTS	CORREOS, 8	MALAGA	952058450	comercial@symhotels.com	www.symhotels.com	2	447
TORRE DE CANYAMEL-HOTELS	AVDA. PALMA DE MALLORCA, 45 1ºD	MALORCA	987410058	comercial@symhotels.com	www.symhotels.com	3	301
TORSE-HOTELS	AVDA. PALMA DE MALLORCA, 45 1ºD	MALORCA	971850033	hbb@hbhotels.com	www.hbhotels.com	16	2.650
TRH-HOTELS	AVDA. PORTUGAL, 2	MADRID	915591750	hbb@hbhotels.com	www.hbbhotels.com	375	-
THE TOTAL EXPERIENCE	VIA ALEMANIA 14-6º	MADRID	928240038	pabloguillen@hoteleslethe.com	www.hoteleslethe.com	21	2.197
THOMAS COOK HOTELS & RESORTS	ORENSE, 85 EDIF. LEMINGTON	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	977841134	info@secenthotels.com	www.thomascookhotelsandresorts.com	180	35000
TORRELUZ-HOTELS	AVDA. ANSITE, 3. PLANTA 1	FRANKREIHT	95024399	info@torredecanyamel.com	www.torredecanyamel.com	4	118
TUDANCA-HOTELS	THOMAS COOK PLATZ, 1	MALORCA	962872060	torreluz@torreluz.es	www.torreluz.es	3	132
TUGASA	TORRE DE CANYAMEL-HOTELS	ALMERIA	911697850	info@torsehotels.com	www.torsehotels.com	2	436
UNICO-HOTELS	PLAZA FLORES, 3	VALENCIA	911697850	carlos.nunez@travelodge.co.uk	www.travelodge.es/	5	621
UNIVERSAL-HOTELS	SAN RAFAEL, 1-3	MADRID	913430318	info@trhotels.com	www.trhotels.com	8	1.247
URH-HOTELIERS	SANTA LEONOR, 34	BURGOS	947506011	reservasarant@hotelesstudanca.com	www.hotelesstudanca.com	4	219
URH-HOTELIERS	HERMOSILLA, 57	CADIZ	956305611	info@lugasa.com	www.lugasa.com	9	182
VALLADOLID-HOTELS	CTRA. MADRID-IRUN, A-1 KM 153	BARCELONA	933104363	info@uniconhotels.com	www.uniconhotels.com	3	266
VELADA-HOTELS	PARQUE GONZALEZ HONTORIA, SN	MADRID	977171746	central@universalthotels.es	www.universalthotels.es	16	1.992
VERTICE-HOTELS	PIAZA URQUINAONA, 6 PLANTA 13	ILLES BALEARS	97727858	info@urh-hotels.com	www.urh-hotels.com	3	167
VIR-HOTELS	GREMIO CIRUJANOS Y BARBEROS, 25 EDIF. GENEUM BICOQUE B PLANTA 3	MADRID	972217858	info@urh-hotels.com	www.urh-hotels.com	13	1.050
VIVA-HOTELS & RESORTS	AVDA. ALEXANDRE ROSSELLO, 29 ENTLO	MADRID	977032000	comercial@valentinhotels.com	www.valentinhotels.com	10	2.526
VP-HOTELS	PL. MARQUES DE CAMPS, 1	GIROMA	983298811	comercial@hotelesvalladolid.com	www.hotelesvalladolid.com	3	78
WEARE-HOTELS & MORE	LUZ 5	MADRID	913756000	www.veladahotels.com	www.veladahotels.com	2	243
ZAFIRO-HOTELS	MINEZ DE ARCE, 11	MADRID	971302804	ibizaplaza@verticehotels.com	www.verticehotels.com	3	398
ZENIT-HOTELS	ALCALA, 476	IBIZA	956063100	dtor.comercial@verticehotels.com	www.verticehotels.com	5	685
ZI-HOTELS	TARRAGONA, S/N, PLAYA DE FIGUERETAS	SEVILLA	928391517	info@virkhotels.com	www.virkhotels.com	7	1.330
	REPUBLICA ARGENTINA, 1	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	914902650	info@vincchotels.com	www.vincchotels.com	39	5.663
	RAFAEL CARRERA, 18, 2 C	MADRID	971869500	info@hotelesviva.com	www.hotelesviva.com	7	1.387
	AVANEL SEGURA, 11 EDIF. A BAJO, CEN. NEG. ALBATROS ARROYO VEGA	MADRID	915605292	marketingmanager@vphoteles.com	www.vphoteles.com	5	479
	AGUSTIN ARGUELLES, 1	MADRID	917892600	info@zafirohotels.com	www.zafirohotels.com	2	543
	GRAL. DIAZ PORLIER, 101	MADRID	971897006	central@zenithotels.com	www.zenithotels.com	12	2.987
	WEARE-HOTELS & MORE	MADRID	902474902	reservas@zhotels.com	www.zhotels.com	25	2.059
	MAR LESTANY, 35	MADRID	964401040			5	1.247
	PIA. ARAGON, 2. 1ª PLANTA	ZARAGOZA					
	COLONIA EUROPA, S/N	CASTELLON					

Man setzt auf die Diversifizierung des Angebotes

DIE SPANISCHEN STÄDTE ENTWERFEN STRATEGIEN, UM SICH EINEN PLATZ IM SHOPPINGTOURIMUS ZU SICHERN

Shoppingtourismus wird immer mehr zur Priorität für Reisende. Für viele sind die Shoppingmöglichkeiten sogar ausschlaggebend bei der Wahl des Reiseziels. Die spanischen Gemeinden und Städte kennen diesen Trend und arbeiten daran, ihre Angebote zu verbessern, um dieses Segment der Reisenden anzuziehen.

Deutschland ist nach Großbritannien der zweitwichtigste internationale Quellenmarkt für die Tourismusbranche in Spanien. Die meisten Reisenden wählen die Modalität des Badetourismus, aber es gibt auch ein Segment mit anderen Interessen und Eigenschaften. Es handelt sich um den kosmopolitischen Touristen, ein Typ von Reisenden, der von Turespaña - öffentliche Institution für die Tourismuswerbung - in Deutschland eher identifiziert wurde als in jedem anderen Land. Dieser Reisende zeichnet sich durch seinen Hang aus, jedes Erlebnis intensiv zu genießen und dabei besonderen Wert auf Städtetourismus, Gastronomie und Shopping zu legen. Eben im Bereich Shopping hat Spanien einiges zu bieten.

Herausragend in Europa

Barcelona und Madrid sind die wichtigsten Shoppingziele in Spanien. Wie aus einem Bericht der Tourismusschule Ostelea hervorgeht, teilen sich die beiden Städte den zweiten Platz der beliebtesten Städte für Shoppingreisen in Europa. Übertroffen werden sie von London, liegen aber vor Paris. Mit dem Ziel, ihre Position zu festigen, hat die Stadt Barcelona eine neue Strategie für 2019 entworfen, dabei geht

es darum, Routen und Erlebnisse in der ganzen Stadt anzubieten, ausgehend vom Hafen bis zur Avenida Diagonal, der bekanntesten Einkaufsmeile. Auch die Stadtteile Creu Cuberta, el Raval oder Glòries gehören dazu, wo sich viele traditionelle Geschäfte befinden.

Die spanische Hauptstadt will mit neuen Angeboten ihre Position in diesem Segment stärken. In der neuen Anlage Canalejas im Stadtzentrum wird derzeit eine Luxus-Ladengalerie gebaut, die Ende 2019 eröffnet werden soll, mit der Absicht, sie zu einem Magneten für den Luxus-tourismus zu machen. Auf 15.000 Quadratmetern, die auf drei Stockwerke verteilt sind, sollen Prestigemarken Mode, Schmuck, Accessoires und Kosmetik anbieten. Die Anlage umfasst auch ein Hotel, das erste Four Seasons in Spanien, sowie eine Luxus-Wohnanlage.

Mehr Möglichkeiten

Auch Puerto Banús in Marbella (Málaga) ist bei den ausländischen Touristen sehr beliebt, um dort ihre Einkäufe zu erledigen, viele Marken allererster Klasse haben hier Geschäfte eröffnet. Eine gute Ergänzung für alle, die auch die Vorzüge des Badetourismus genießen wollen. Von Tag zu Tag kommen neue Destinationen hinzu, die sich den Shopping-Trend zunutze machen wollen. Castilla-La Mancha hat den Produktclub Shoppingtourismus ins Leben gerufen, um den Reisenden noch mehr Gründe zu bieten, Toledo und die anderen Städte und Gemeinde der Region zu besuchen. Dem Produktclub gehören Kunsthandwerker, traditionelle Geschäfte, Bäckereien und Konditoreien, Modeschöpfer, Künstler, Märkte und Weinkellereien an. ■



Für viele Reisende ist Shopping eine der besten Erfahrungen, um eine Destination zu erleben und zu genießen.

Ilunion Hotels, die einzige Hotelkette, die mit Fug und Recht von sich behaupten kann: Hotels, bei denen alle dazugehören



Im Mittelpunkt der neuen Werbekampagne der spanischen Hotelkette **Ilunion Hotels** steht das Motto „Hotels, bei denen alle dazugehören“. Menschen mit Behinderungen werden in ihre Einrichtungen integriert, wobei die Hotelkette gleichzeitig auf einen absolut barrierefreien Tourismus setzt – ein weltweit einzigartiges Modell. Konkret bedeutet dies: Jeder zweite Mitarbeiter der Hotelkette hat eine Behinderung. Außerdem verfügen alle **Ilunion Hotels** über das Universelle Barrierefreiheitszertifikat (UNE 170001-2).

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die Mitarbeiter der Hotelkette, denn sie sorgen mit ihrer Begeisterung und ihrer tagtäglichen Arbeit dafür, dass diese Welt etwas gerechter wird und Barrieren überwunden werden können. Vier von über 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der **Ilunion Hotels** berichten in einem Video darüber, mit wie vielen

Emotionen und Herausforderungen die Arbeit in der Hotelkette verbunden ist und wie sie ihre Aufgaben trotz Behinderung meistern – Vorurteile sind hier fehl am Platz. Diese vier Schicksale wurden im Rahmen eines freiwilligen internen Wettbewerbs ausgewählt, an dem über 150 Mitarbeiter teilgenommen haben.

Alle diese Beispiele verdeutlichen, dass der Erfolg von **Ilunion Hotels** ohne Teamarbeit und gegenseitige Unterstützung undenkbar wäre, und dass eine Behinderung keine Barriere ist, sondern dass behinderte Menschen auf Details achten, die die große Mehrheit nicht bemerkt – und dies ist ein sehr wertvoller Vorteil. Dies bezeugt auch Diana, eine der vier Protagonisten: „Hier arbeiten wir alle Hand in Hand, wenn ich etwas brauche, helfen die anderen mir, und ich stehe auch immer zur Verfügung.“ Und genau das macht diese Hotelkette aus. Diese Menschen, die

ein großartiges Team bilden.

Das Video ist ein Dank an alle Kunden, die die berufliche Integration von Menschen mit Behinderung ermöglichen und erinnert sie daran, dass auch sie durch ihre Übernachtung in einem Ilunion Hotel zum Erfolg der Werbekampagne und ihrem Motto beitragen: Hotels, bei denen alle dazugehören.

Neben dem Video hat die Hotelkette ein Buch mit 20 Schicksalen der über eintausend Mitarbeiter herausgebracht. Dieses Buch liegt in diesem Jahr in den Zimmern der Hotelkette aus. Sandra, Luis, Rosa und Abel berichten neben weiteren Mitarbeitern offenherzig über ihr Leben innerhalb und außerhalb ihres Hotels. Das Buch erzählt nicht nur die Geschichten dieser Mitarbeiter – es ist gleichzeitig eine Hommage an ihren Einsatz und ihren Leistungswillen und ein großes Dankeschön an die über zwei Millionen Kunden im Jahr. Die Werbekampagne richtet sich auch mit großem Erfolg nach innen. Daher können Kunden überall in den **Ilunion Hotels** und auf der Website die verschiedenen Protagonisten und ihre Schicksale entdecken. Hierfür wurden verschiedene Szenen online und offline erstellt. Und das Video wird natürlich über den hoteleigenen Kanal (Kanal 0) ausgestrahlt.

Auf der Website von **Ilunion Hotels** (www.ilunionhotels.de) und in den sozialen Netzwerken können Sie sich näher über diese Kampagne informieren und einige der über eintausend Mitarbeiter kennenlernen, die den Erfolg dieses weltweit einzigartigen Modells ermöglichen.

“Bei meiner früheren Arbeit hatte ich niemanden, und jetzt sind mir meine Kollegen ans Herz gewachsen”

Wenn Sie in einem Ilunion Hotel übernachten, sorgen Sie dafür, dass alle dazugehören können. Herzlichen Dank, dass Sie uns und alle unsere Mitarbeiter unterstützen und damit zum Erfolg unseres einzigartigen Modells beitragen. Herzlichen Dank dafür, dass dieses Motto zu 100 % auf uns zutrifft:

Hotels, bei denen alle dazugehören.
www.ilunionhotels.com



VAL

Impulse für die Schaffung neuer und differenzierter Produkte

Die Region Valencia setzt auf den Erlebnistourismus

Sie ist eine Vorbilddestination für den Badetourismus im Mittelmeerraum, aber das Angebot der Region Valencia ist noch viel größer und vielseitiger: von Kultur und Sport bis hin zu einer anerkannten Gastronomie, die eine immer herausragendere Rolle bei Freizeitangeboten einnimmt. Damit der Besucher auch nichts verpasst, sondern alle Möglichkeiten der Region ausschöpfen kann, gibt es einen ganzen Katalog an Erlebnissen.

Die Region Valencia schloss das Jahr 2018 mit Rekordzahlen, was den internationalen Tourismus angeht. Konkret reisten 9,2 Millionen ausländische Besucher in die Region, 3,2% mehr als im Vorjahr, wie aus den Daten des Nationalen Statistikamtes (INE) hervorgeht. Eine Bilanz, bei der die gute Entwicklung des deutschen Marktes hervorsteht, der der Destination treu blieb und einen Zuwachs von 7% brachte, während er auf gesamtspanischem Niveau um 4% zurückging. Mit dem Ziel, diesen Markt treu an sich zu binden und sein Volumen noch zu steigern, präsentiert sich die Region auf der ITB, um das vielseitige Angebot an Erlebnissen darzubieten, insbesondere im Hinblick auf bestimmte Gästeprofile, die im Kommen sind, wie der kosmopolitische und der sportliche Reisende. Im Rahmen des Standes von Turespaña wirbt die Region für ihre Gastronomie, Kultur

„
Der deutsche
Tourismus
legte trotz des
generellen
Rückgangs in
den wichtigsten
spanischen
Destinationen
in der Region
Valencia im Jahr
2018 um 7% zu

und Strände, stellt sich aber auch im Pavillon für den LGBT-Tourismus vor, wo Benidorm sehr präsent ist.

Neue Strategie

Seitdem man die Strategie CreaTurisme ins Leben gerufen hat, ist eines der wichtigsten Ziele der Region, neue Produkte über den Badetourismus hinaus zu schaffen und den Reisenden immer mehr Erlebnisse bei ihrem Besuch zu bieten. Die diesjährige Teilnahme an der ITB dreht sich um die Vermehrung und Diversifizierung von Erlebnissen.

CreaTurismo ist eine Werbe- und Kommerzialisierungsplattform, die 450 Produkte umfasst und deren Ziel es ist, das Angebot zu stärken und die Differenzierung des Tourismus in der Region voranzutreiben, indem man Erlebnis-Produkte schafft und die Unternehmen in die Entscheidungsfindung einbindet.

Angesehene Gastronomie

Eine der wichtigen Referenzen für das Tourismusangebot der Region ist zweifellos ihre Gastronomie, ein herausragender Vertreter der Mittelmeerküche. Um dieses Segment auf globaler Ebene und unter einem gemeinsamen Dach zu fördern, hat Turismo de la Comunidad Valenciana die Marke 'L'Exquisit Mediterráneo' geschaffen.

„Diese neue Marke wertet unsere Gastronomie auf und lenkt das Augenmerk auf die außerordentliche Qualität unseres Landes und unseres Lebensstils“, betonte der regionale Tourismussektar Francesc Colomer. Die Gastronomie sei das Ergebnis des Zusammenspiels aller Akteure im gesamten Bereich der Region.

Die Küche ist „ein Vertreter der Mittelmeerdiet, mit vielen erstklassigen Produkten und Rezepten, die in Verbindung zur Landschaft und zur Geschichte des Meeres, der Landwirtschaft und des Gebirges, zu den römischen, moslemischen und christlichen Traditionen stehen. Diese fließen in die Küche von heute ein, die überall anerkannt ist und ihre eigene Identität aufweist“, so der Politiker.

Valencia

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der deutschen Besucher in der Stadt Valencia beträgt 3,2 Tage, im Jahr 2018 stieg sie im Vergleich zum Vorjahr um 5,9%, was das wachsende Interesse dieses Marktes für die Stadt zeigt. Die Besucher, die dieses Jahr nach Valencia reisen, erwartet ein intensives Kulturgeschehen, allen voran das 30. Jubiläum des Valencianischen Instituts für Moderne Kunst (IVAM) –ein wichtiger Vertreter der Museen der Stadt–, in dem in den kommenden Monaten zahlreiche Veranstaltungen und Ausstellungen stattfinden werden. Es gibt auch Veranstaltungen kulinarischer Natur, zum Beispiel den World Paella Day am 20. September, der in diesem Jahr zum zweiten Mal gemeinsam von Behörden, Organisationen und Unternehmen organisiert wird, um Valencia auf internationaler Ebene als gastronomisches Reiseziel bekannt zu machen. Es ist



Die Paella ist das bekannteste Gericht der Küche Valencias, aber deren kulinarischen Angebote sind sehr vielseitig und umfassen eine Mischung aus Tradition und Innovation.

„
Eines der
wichtigsten Ziele
der Region ist es,
neue Produkte zu
schaffen und den
Reisenden immer
mehr Erlebnisse
bei ihrem Besuch
zu bieten

eine Hommage an eines der bekanntesten Gerichte der Welt. Im letzten Jahr wurde aus diesem Anlass unter dem Hashtag #WorldPaellaDay aus 40 Ländern getwittert, neun Stunden lang war dies der trending topic auf Twitter.

Andererseits geht die Stadt auf die Tendenz ein, dass immer mehr Menschen mit Haustier verreisen, und ist die erste spanische 'Pet Friendly'-Destination. In diesem Zusammenhang hat man eine Website geschaffen, auf der die User einen Führer mit den Orten und Einrichtungen finden, wo Haustiere willkommen sind: Transport, Hotels, Parks und Restaurants, dazu kommt eine Aufstellung von Tierärzten und –kliniken für den Notfall. Sandra Gómez, Vorsitzende der Stiftung Turismo de Valencia, betont, dass diese Strategie auch eine Förderung des Familientourismus bedeutet, denn „immer mehr Familien wollen ihre besten Freunde nicht zu Hause lassen“, wenn sie in den Urlaub fahren.

Im April kommt die internationale Wanderausstellung 'Harry Potter: The Exhibition' nach Valencia, die überall, wo sie bisher zu sehen war, große Erfolge gefeiert hat. Valencia ist die einzige spanische Stadt, in der diese Ausstellung im Jahr



Valencia ist eine Stadt mit intensivem Kulturgesehen. In diesem Jahr werden hier zahlreiche Ausstellungen, Konzerte und Stadtfestivals stattfinden.

2019 zu sehen ist, und zwar in der Stadt der Künste und der Wissenschaften.

Alicante

Sport und Gastronomie sind die touristischen Flaggschiffe Alicantes in diesem Jahr 2019 – abgesehen von den schönen Stränden. Die Costa Blanca wird dieses Jahr zum Epizentrum großer spanienweiter und internationaler Veranstaltungen, wie zum Beispiel der Trial-Weltmeisterschaft, des Tennisturniers ATP Challenger Trofeo Juan Carlos Ferrero oder der Spanienmeisterschaft im Rallye.

Das kulinarische Angebot ist ebenfalls ein wichtiges Thema an der Costa Blanca – nicht von ungefähr gibt es in der Provinz 11 Restaurants mit insgesamt 15 Michelinsterne. Alicante wurde zur "Gastronomie-Hauptstadt des Mittelmeerraums 2019" gewählt, eine Ernennung, die die Organisation zahlreicher Veranstaltungen das ganze Jahr über bedeutet, um die einheimischen Produkte vorzustellen.

Die Stadt wurde darüber hinaus zusammen mit Beirut zum ständigen Sitz der Akademie für Gastronomie des Mittelmeerraums ernannt. Dabei handelt es sich um eine Organisation, die die kulturellen, kulinarischen und touristischen Verbindungen zwischen ihren Mitgliedsländern stärken und gemeinsame Projekte

„
Der deutsche
Tourismus
legte trotz des
generellen
Rückgangs in
den wichtigsten
spanischen
Destinationen
in der Region
Valencia im Jahr
2018 um 7% zu

te ins Leben rufen will.

Man darf auch nicht vergessen, dass im Dezember 2015 die Gemeinde Denia in der Provinz Alicante von der UNESCO zur "Kreativen Stadt der Gastronomie" ernannt wurde. Diese Auszeichnung hat sie zu einem gastronomischen Vorbild im westlichen Mittelmeerraum gemacht, wo die besten Produkte aus dem Meer und vom Land aufeinandertreffen.

Castellón

Die große Neuigkeit von Castellón de la Plana ist in diesem Jahr das Modell für intelligente und nachhaltige Strände im Bereich Grao, auf den sich das Angebot der Stadt für den Badetourismus konzentriert und der 4.500 Meter Sandstrände umfasst. Ziel ist es, das Modell des Badetourismus hinter sich zu lassen und ein neues Modell voller Erlebnisse zu schaffen, wobei Vernetzung und Sensorisierung eine große Rolle spielen. Das Projekt sieht unter anderem die Einführung von Überwachungsdrohnen, Lokalisierung von Personen und Objekten, sensorisierten Flaggen und verknüpften Notfalldienste vor.

Die neue Marke 'Gastronomisches Castellón' andererseits soll das kulinarische Angebot fördern, das Meer, Gebirge und Landwirtschaft unter einen Hut bringt. ■

Gran Canaria, märchenhafte Insel



unserem Vorschreiten wechseln sich ihre Farben ständig, wie auf einem sprichwörtlichen Miniatur-Kontinent: vom pechschwarzen Vulkangestein im Norden der Insel bis zum goldenen und feinen Sand der Strände im Süden.

Im Zentrum stoßen wir auf Schluchten und steile Bergpässe, üppige und dichte Wälder mit grünen Kanarischen Kiefern und feuchte Lorbeerwälder mit feingliedrigen Ästen.

Auf den Gipfeln des Inselkerns erhebt sich majestätisch das Naturdenkmal des Roque Nublo auf einer Höhe von über 1800 Metern. Sein symbolischer Charakter macht ihn zum Wächter und Beschützer der Insel.

Die Dünen von Maspalomas bilden das perfekte Ende unserer Reise. Kurvenreiche Berge aus Sand, ideal, um sich in ihnen zu verlieren und eine malerische Kulisse mit endlosen Stränden, deren Weiten pure Gegensätze bilden.

Auf dieser märchenhaften Insel existiert nicht ein einziger Tag, an dem die Landschaft dieselbe bleibt.

Heute beginnt eine neue Reise. Wir haben einen weit entfernten Ort entdeckt, mitten in den Gewässern des Atlantischen Ozeans. Eine Insel, die geschützt durch ihre hohen Klippen, anmutige und wilde Gefilde beherbergt, geformt durch die flammenden Zungen heute tief schlafender Drachen. Eine Insel mit Stränden aus feinstem Sand und Fantasiewäldern, aus denen die Stille dringt.

Nur wenige Flugstunden von der Iberischen Halbinsel entfernt, führt das Abenteuer Sie an diesen facettenreichen Ort, den versunkene Vulkane am Grund des Atlantik vor Millionen von Jahren hervorgebracht haben.

Gran Canaria erzählt eine Geschichte von kontrastreichen und vielseitigen Landschaften. Mit



mygrancanaria
gctourism
visitgrancanaria

www.grancanaria.com | www.grancanaria.com/blog

Golden Tulip Barcelona

Das neue und besonders nachhaltige Hotel im Herzen der Stadt



Die ZT Hotel Group ist Eigentümer und Verwalter von den mehr als 2000 Hotelbetten in Peñíscola (Castellón), daher zählt sie zu den führenden Tourismusunternehmen an dieser beliebten Urlaubsort und feiert dieses Jahr ihr 50. Jubiläum.

Im Jahr 2017, haben sie ihr zweites Hotel in Barcelona eröffnet, das Golden Tulip Barcelona. Die 4-Sterne-Einrichtung liegt im 22. Distrikt von Barcelona und verfügt über 158 moderne und freundliche Zimmer. Somit bietet die Group ihren Gästen in Barcelona bereits 314 einladende Zimmer an.

Dieses neue Hotel kennzeichnet eine interessante Wende in der Produktstrategie bei ZT Hotels, da es so konzipiert und gebaut wurde, dass die neuesten und wichtigsten Fortschritte im Bereich der Energieeffizienz und Umweltverträglichkeit Anwendung fanden und somit die höchste Energieeffizienzklasse "A" erreicht wurde.

Zu den Innovationen gehören unter anderem die besondere Gebäudeverkleidung mit einer photokatalytischen Farbe, Lärmschutz- und

Wärmeschutzwände, die sowohl Außen als auch Innen angebracht sind, Sonnenkollektoren zur eigenen Stromerzeugung, eine Abwasser- und Abwasseranlage, durch die deutliche Einsparungen erzielt werden, die Verwendung von biologisch abbaubaren Produkten in den Reinigungs- und Wartungsverfahren, eine zentral gesteuerte Klimatisierungsanlage, die sich außerhalb des Hotels befindet, ein Abfallmanagement mit Druckluftsystem, Sonderparkplätze für Elektrofahrzeuge sowie nachhaltiges Zubehör in den Zimmern und Räumen des Hotels. Zum anderen orientieren sich alle vom Hotel angebotenen Dienstleistungen an der Nachhaltigkeit. Schon nachdem der Gast das erste Mal das Hotel betritt, bei dem Check-in, wird er über die Eigenschaften und Dienstleistungen im Hotel informiert, im Hotelzimmer und im Allgemeinen während seines gesamten Aufenthaltes wird versucht den Gast zur Zusammenarbeit anzuregen, als wesentlicher Teil zur Erfüllung unserer umweltbewussten Ziele. Des Weiteren wird an einem nachhaltigen Catering gearbeitet mit ökologi-

schen und regionalen Produkten aus fairem Handel. So kann der Gast unserer Anliegen nicht nur aktiv unterstützen, sondern lernt Produkte aus der einheimischen Küche kennen.



Das Angebot wird durch vier spezielle Veranstaltungsräume für soziale und berufliche Zwecke abgerundet. Je nach Bedarf gibt es Räume in verschiedenen Größen und Formaten. Die Veranstaltung von Events in einer so besonderen und zauberhaften Stadt wie Barcelona bietet eine Reihe von Möglichkeiten, gleichzeitig hat das Hotel die nötigen Anlagen und Ausstattung, damit ihr Event ein voller Erfolg wird. Schließlich „the last but not the least“ besitzt das Hotel noch eine Dachterrasse mit Pool und Bar, ideal um einen Besuch der Stadt bei einem Drink und erfrischenden Bad ausklingen zu lassen. Zweifelsohne wird das Hotel Golden Tulip Barcelona in der Zukunft Vorreiter der nachhaltigen Entwicklung im Sektor sein und Sie sind herzlich dazu eingeladen, Teil dieses Projekts zu werden.

GOLDEN TULIP

BARCELONA

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



Building Sustainability



PR

Der Produktclub Introducing Castellón wächst durch seine neue B2B-Plattform

Castellón ist eines der wichtigsten und bekanntesten Reiseziele Spaniens, richtete sich aber bis vor wenigen Jahren fast ausschließlich an das spanische Publikum, bei dem die Qualität der Strände, der Gastronomie und des touristischen Angebotes hoch geschätzt ist.

Der Produktclub Introducing Castellón wurde im Jahr 2017 von den wichtigsten Hotelunternehmen der Region ins Leben gerufen, die die Eröffnung des neuen Flughafens von Castellón zum Anlass nahmen, mit dem Club die Schaffung und internationale Kommerzialisierung touristischer Produkte der Provinz voranzutreiben und dadurch die Arbeit der wichtigsten internationalen Reiseveranstalter und Reisebüros zu unterstützen.

Seit dem letzten Jahr wurde, über das Hotelangebot hinaus, nach und nach auch das Zusatzangebot der wichtigsten touristischen Gemeinden der Gegend aufgenommen. Aktuell repräsentiert der Produktclub mehr als 20.000 Bettenplätze in den wichtigsten Küstengebieten - Vinarós,



Peñíscola, Alcossebre, Oropesa del Mar...-, im Landesinneren - Morella, Montanejos, Cincorres...- sowie in den Städten - Castellón, Villareal und anderen. Dazu kommen mehr als 150 Aktivitäten, die es zu erleben gilt (Weinkellereien, Ölmühlen, Museen, Restaurants, Sportzentren...). In diesem Jahr 2019 hat der Produktclub eine B2B-Plattform - www.travelcastellon.com - ins Leben gerufen, um den Reisebüros Informationen über dieses breite Angebot zur Hand zu geben und gleichzeitig dessen Buchung zu erleichtern. Das

komplette Angebot ist hier in XML verfügbar, so dass jedes Reisebüro einfach damit umgehen kann, und das an 24 Stunden des Tages. Über die Plattform wird außerdem einmal pro Monat ein Newsletter an alle Reisebüros, die sie nutzen, verschickt, um ihnen Neuigkeiten und Information über bedeutende Veranstaltungen in der Region zu vermitteln. So verfügen sie jederzeit über die aktuellsten Informationen zur Destination und können entsprechend gut ihre Kunden beraten. Castellón ist ein ideales Reiseziel für die Agenturen und Veranstalter, die gerne weiterhin Reisen nach Spanien anbieten wollen, aber gleichzeitig neue Produkte mit echt mediterranem Gefühl suchen, die Qualität und Professionalität des Angebotes garantieren.

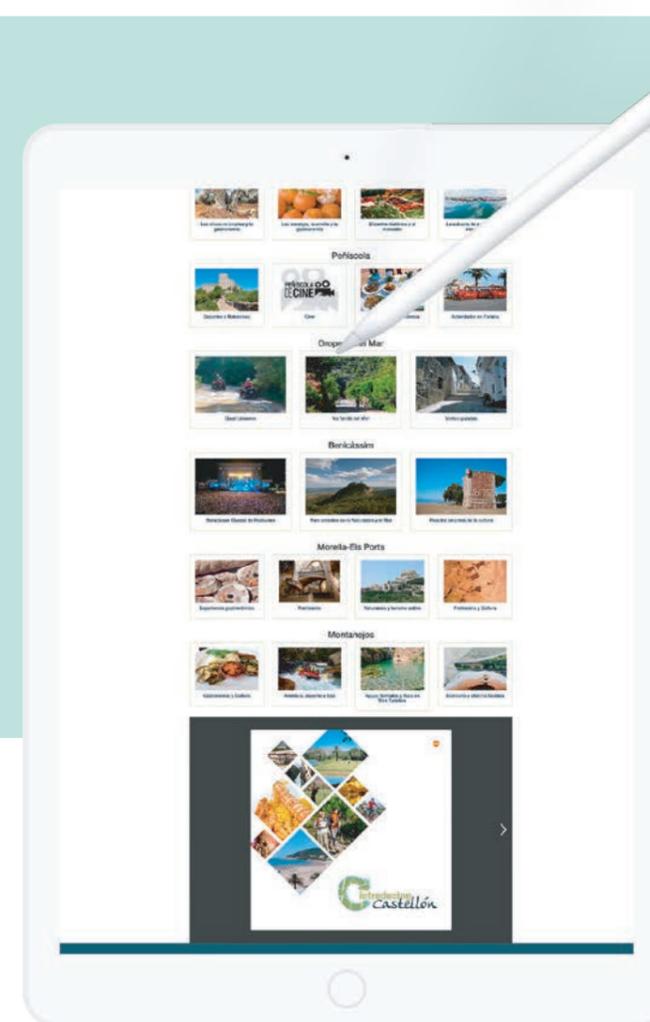


INFORMATIONEN:
www.travelcastellon.com



Exklusiv für
Reiseagenturen

DIE EINZIGE PLATTFORM MIT ALLEN INFORMATIONEN ZUR PROVINZ CASTELLÓN!



- + Mehr als 600 angeschlossene Reiseagenturen
- + Mehr als 100 Reiseangebote
- + Mehr als 17.000 Betten mit XML-Schnittstelle.
Ihre Provision: 15%!
- + Sofortige Bestätigung

*Beantragen Sie Ihr Login unter:
booking@travelcastellon.com*

MIT UNTERSTÜTZUNG DES
HOTELVERBANDES UND
TOURISMUSVERBANDES DER
PROVINZ CASTELLÓN



www.travelcastellon.com



Madrid und Barcelona sind die Vorreiter der Branche, aber auch andere Destinationen wie Palma mit seinem neuen Kongresszentrum spielen eine wichtige Rolle

EIN LEISTUNGSFÄHIGES UND EFFIZIENTES KONGRESSREISEZIEL

„ Die Einnahmen, die dieses Segment in Spanien einbringt, sind in vier Jahren um 43,6% gestiegen, wie das Spain Convention Bureau mitteilt

Spanien ist weltweit eines der beliebtesten Reiseziele für Kongresse, Tagungen und Incentives. Das Land hat wichtige Wettbewerbsvorteile wie das ausgezeichnete Netz moderner Infrastrukturen, das Hotel- und Zusatzangebot und den im Vergleich zu den Wettbewerbern immer noch vernünftigen Preis der Dienstleistungen – mit all dem kann sich Spanien als weltweite Größe in diesem Bereich positionieren. Außerdem setzt die Branche auf Innovation, um die Events mit Hilfe der neuesten Technologien und Lösungsansätzen noch nachhaltiger zu machen.

Spanien ist weltweit die Nummer vier, was die Organisation von wichtigen internationalen Kongressen und Meetings angeht, vor Spanien kommen die USA, Deutschland und Großbritannien. Im Jahr 2017 war Spanien somit um einen Rang nach oben geklettert und verzeichnete 564 große internationale Veranstaltungen, wie die **International Congress and Convention Association ICCA** feststellte. Was die Zahl der Teilnehmer angeht, war Spanien nach den USA Nummer zwei mit 327.996 Besuchern bei Veranstaltungen. Der wichtigste Fakt ist aber, dass

Spanien bereits seit zehn Jahren eines der fünf wichtigsten Kongressreiseziele weltweit ist.

Die wirtschaftlichen Einnahmen, die dieses Segment in Spanien mit sich bringt, sind in vier Jahren um 43,6% gestiegen, wie das **Spain Convention Bureau** mitteilte. Die fast 25.000 Veranstaltungen mit knapp 4 Millionen Teilnehmern brachten Einnahmen von über 6,1 Milliarden Euro.

Madrid und Barcelona

Die Pfeiler des Angebotes rund um Kongresse, Meetings und Incentives sind Madrid und Barcelona, auch wenn es viele andere wichtige Destinationen im ganzen Land gibt.

Madrid konnte in den letzten Jahren seine Führungsposition im Tagungstourismus festigen und wurde mit dem World Travel Award als beste europäische Destination in diesem Bereich ausgezeichnet. 15,4% der 6,7 Millionen internationalen Touristen, die im letzten Jahr Madrid besuchten, taten das aus geschäftlichen Gründen. Mehr als 1,5 Millionen Reisende besuchten im letzten Jahr Katalonien aus beruflichen oder geschäftlichen Gründen. Bar-

celona verzeichnete wieder Rekordzahlen im MICE-Bereich mit 2.134 Kongressen und Tagungen (10,5% mehr) und 675.000 Teilnehmern (14% mehr).

Darüber hinaus stellte Barcelona einen neuen weltweiten Rekord auf: es war die Stadt, die weltweit die größten Kongresse aufnahm. Damit setzt sich Barcelona an die Spitze der von der ICCA aufgestellten Liste, die traditionell immer von Paris und Wien angeführt wurde.

Palma im Aufschwung

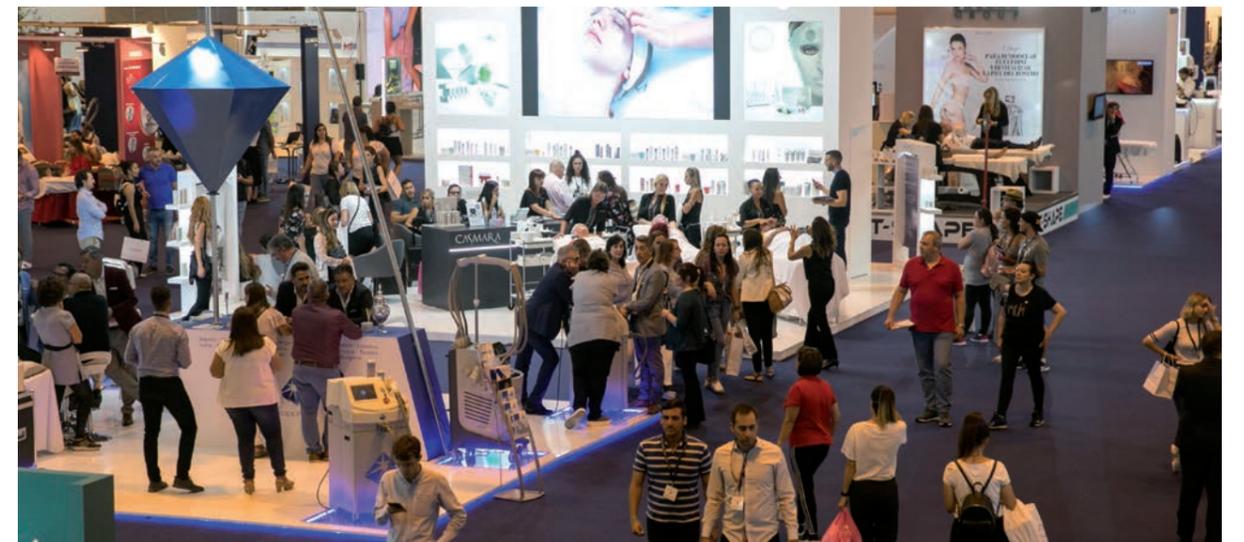
Mit der Eröffnung des Kongresszentrums von Palma hat der Business-tourismus auf Mallorca einen starken Aufschwung erlebt. Im ersten komplett geöffneten Jahr 2018 fanden im Kongresszentrum 226 Veranstaltungen mit 76.678 Teilnehmern statt, dabei wurden 15,3 Millionen Euro eingenommen, die wirtschaftliche Auswirkung für die Stadt wird auf rund 25 Millionen Euro beziffert. In nur zwei Jahren ist der Kongresstourismus in Palma um 45% gestiegen.

Die Events, die im Kongresszentrum von Palma stattfanden, kamen zu 71% aus Spanien, 12% aus Deutschland und 7% aus Großbritannien. Der Vizepräsident und Vorstandsvorsitzende von **Melia Hotels International** (die das Zentrum führt), **Gabriel Escarrer**, erklärte vor kurzem,

dass die Zahlen, über die Erfüllung der wirtschaftlichen Ziele hinaus, ganz klar gezeigt haben, „wie wir es geschafft haben, die Anlage zu einem unverzichtbaren Katalysator für Innovation, Kultur und sozialen Zusammenschluss zu machen“, indem hier Foren zu Themen wie Wirtschaft, Solidarität und Erziehung ebenso wie Firmenveranstaltungen, Preisverleihungen, Galas und Konzerte stattfinden. Dies mache die Aktivität dynamisch und sei ein Mittel gegen die saisonale Abhängigkeit.

Bemerkenswert ist auch die Aktivität des dem Kongresszentrums angeschlossenen Hotels, Melia Palma Bay. Hier stiegen im Jahr 2018 insgesamt 102.000 Gäste ab, die durchschnittliche Belegungsquote der Zimmer lag bei 63,7%.

Eines der Elemente, durch die das Kongresszentrum von Palma de Mallorca hervorsteht, ist die Nutzung erneuerbarer Energien für den kompletten Betrieb sowie die hohe Recyclingrate, denn 60% aller Abfälle werden recycelt. Im Jahr 2018 wurde das Kongresszentrum von Palma beim XIII. Preis Eventoplus mit der Goldmedaille für die beste Eventlocation ausgezeichnet. Das Hotel seinerseits wurde bei den XII. Roca-Preisen für Innovation bei Hotels als bestes Kongress- und Tagungshotel in Spanien 2018 ausgezeichnet. ■



Das Kongresszentrum von Palma hat im ersten kompletten Jahr seit seiner Eröffnung insgesamt 226 Veranstaltungen aufgenommen.

Thomas Cook und TUI stärken ihre Konzeptmarken

Die deutschen Reiseveranstalter setzen mit eigenen Produkten weiterhin auf

SPANIEN

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Spanien hat sich als beliebtestes Reiseziel der Kunden der großen deutschen Reiseveranstalter bestätigt. Diese vertrauen auch in diesem Jahr auf die Qualität und Vielseitigkeit Spaniens, um auch die anspruchsvollsten Kunden zufrieden zu stellen. Immer mehr wählen die Konzerne darüber hinaus besondere Orte auf den Kanarischen Inseln, den Balearen oder auf dem spanischen Festland, um dort ihre eigenen exklusiven Produkte anzubieten.

Thomas Cook Deutschland hat gegenüber Hosteltur festgestellt: „Seit Jahren steht Spanien in der Gunst der Thomas Cook-Gäste ganz oben“. Auch 2018 „war Spanien das meistgebuchte Urlaubsland. Die gefragteste Destination war Mallorca und auch im Sommer 2019 ist Mallorca wieder die unangefochtene Nummer eins als beliebteste Einzeldestination deutscher Urlauber“. Thomas Cook hat auch ein erhebliches Plus bei der Nachfrage nach dem spanischen Festland festgestellt, insbesondere für die Destinationen Andalusien, Cádiz und Málaga. Grund für den

Erfolg sind die „hervorragende touristische Infrastruktur mit einem breiten und differenzierten Angebot, hohe Hotelstandards sowie eine gute Erreichbarkeit“. Thomas Cook ergänzt das Portfolio mit eigenen Konzepthotels, zu denen die Lifestyle-Marke Casa Cook gehört, die 2016 gegründet wurde, oder Cook's Club, der im letzten Jahr erfolgreich eingeführt wurde. Für den kommenden Sommer sind einige Neueröffnungen dieser Marken geplant, darunter eine Casa Cook auf Ibiza und der Cook's Club Palma Beach auf Mallorca. Die Casa Cook Ibiza ist eines der Hotels, die großes Interesse auf den Ba-

learen hervorrufen. Im Februar startete die Gruppe eine Kampagne, um mehr als 100 Arbeitsplätze in diesem spektakulären Hotel zu besetzen. Es handelt sich um die erste Casa Cook in Spanien, ein Boutique-Hotel nur für Erwachsene mit 189 Zimmern in der Gemeinde San Antonio. Rechtzeitig zur Sommersaison wird auch die Marke Sentido neue Hotels auf Mallorca ins Portfolio aufnehmen, nämlich Sentido Mar Blau, Sentido Aparthotel Diamant und Sentido Hotel Diamant. Auf dem spanischen Festland kommen 23 neue Hotels dazu, darunter 10 an der Costa Blanca. An der Co-

sta Daurada, Costa Brava und Costa Blanca gibt es insgesamt 72 Hotels im Neckermann-Katalog Spanien & Portugal. Außerdem bieten 64 Hotels 100% Kinderrabatt an, des Weiteren bietet die Gruppe 66 All Inclusive-Hotels, 24 Hotels an der Costa del Sol und elf an der Costa de la Luz. Der Familien-Katalog von **Neckermann Reisen** nimmt sechs neue Hotels in Spanien auf, zum Beispiel das Sunwing Arquineguin Seafront (Gran Canaria). Insgesamt umfasst der Katalog 178 Hotels, davon 37 neue.

der Urlaubsdestination spielt und die sich im Urlaub ‚wie Zuhause‘ fühlen möchten“.

Die Marke Cook's Club richtet sich an eine neue Generation von Reisenden, insbesondere Millennials, die von ihrem Urlaub mehr erwarten als ein standardisiertes Strandhotel, die Wert legen auf ansprechendes Design, Individualität, Qualität und eine lockere, familiäre Atmosphäre. Die neue Hotelmarke wurde im Juni 2018 eingeführt und revolutioniert „die standardisierte Hotellszene in klassi-

der Gäste in Häusern dieser Marken Neukunden sind. Ab Sommer 2019 stehen neun Cook's Clubs zur Auswahl, darunter der Cook's Club Palma Beach an der Playa de Palma auf Mallorca.

Was die Produkte angeht, bietet der Veranstalter neben bereits erfolgreich eingeführten Konzepten wie „Mein Zimmer“ und „Meine Sonnenliege“ (Gewinner des deutschen Exzellenz-Preises 2019) als neuen Service den „Late Check-out“ bis 20 Uhr in 52 Hotels in Spanien, Griechenland und der Türkei.

Top1 für TUI Deutschland

Spanien spielt auch für **TUI Deutschland** eine wichtige Rolle und ist weiterhin Top 1 im Winter 2018-19, wie aus dem Bericht **TUI Holiday Atlas** hervorgeht. Der Reiseveranstalter wird im Sommer 2019 einige große Neuerungen in seinem Angebot auf den spanischen Inseln einführen. Und er weitet sein Angebot weiter aus, vor allem mit eigenen Hotels in den Segmenten Familien und Adults Only. Auf den Kanaren, konkret auf Teneriffa, kommen zum Sommer 2019 der gerade modernisierte Suneo Club Tamaimo Tropical und Splashworld Villa Mandi an der Playa de las Américas ins Programm.

In Esquinzo auf Fuerteventura wird das ehemalige Amber Beach Hotel als AluaVillage Fuerteventura wieder eröffnet. Das Hotel wird exklusiv von TUI vermarktet und ist ein wahres Paradies für Paare und Familien, wie der Veranstalter mitteilt. Eine weitere Neuerung auf der Insel sind die Apartments Palm Garden in Jandia. Auf dieser Insel hat der Veranstalter im Dezember den total modernisierten Robinson Club Jandia Playa als Adults Only wieder eröffnet, in den mehr als 20 Millionen Euro investiert wurden. Es handelt sich um einen Klassiker des TUI-Angebotes, der im Jahr 1970 erstmals eröffnet wurde. Jetzt wurde das als „Turm“ bekannte



Thomas Cook versichert, Spanien und insbesondere Mallorca bleiben das beliebteste Reiseziel der Deutschen.

Die Gruppe informiert, dass Spanien in diesem Sommer seine Führungsstellung behalten wird, gefolgt von der Türkei, die aufgrund erheblicher Nachfragezuwächse wieder auf den zweiten Platz kommt, und Griechenland auf Platz drei.

Stärkung für die eigenen Marken

Thomas Cook wird eine Reihe neuer Hotels eröffnen und seine eigenen Marken stärken. Im Hinblick auf die Casa Cook auf Ibiza erklärt der Veranstalter, „mit dieser Marke entspricht Thomas Cook dem Wunsch von über 80 Prozent der Strand- und Badeurlauber, für die die Unterkunft eine maßgebliche Rolle bei der Wahl

schen Urlaubsorten mit einem neuen Konzept, das nichts mit dem Klischee der spießigen Pauschalreise zu tun hat und eine neue Zielgruppen für Veranstalterreisen erschließen soll“. In diesem Sinne bringen diese Hotels aktuelle Trends aus der Stadt an den Strand und zeichnen sich aus durch modernes und schlichtes Design, lokales und internationales Essen (Streetfood-Style ohne feste Essenszeiten in der „Cantina“), hochwertige Drinks an der Bar „Captain Cook“, die mit dem Pool das Zentrum des Geschehens bildet, und DJs, die den ganzen Tag für Musik am Pool sorgen. Dazu kommt ein „exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis“. Thomas Cook betont, dass rund 80%

Gebäude komplett umgebaut und hat 140 Zimmer auf zehn Etagen, darunter 26 Suiten. Dazu kommt eine Sky Bar mit Infinity-Pool und Chill Out Bereich. Neu sind auch der moderne WellFit® Spa, ein Restaurant und eine Lifestyle-Boutique.

Auf Lanzarote wird gerade das TUI Family Life Flamingo renoviert und ab Juli 2019 wieder eröffnet. Für Paare und Familien übernahm TUI vor kurzem –ebenfalls exklusiv– die Bungalows Río Playa Blanca an der Playa Blanca. Das Riu Palmeras de Gran Canarias wird ebenfalls renoviert und Mitte August als Riu Palace Palmeras mit All Inclusive-Angebot neu eröffnet.

Eine der wichtigsten Neuerungen von TUI auf Mallorca ist das Sensimar Don Pedro mit vier Sternen in Cala San Vicente, das nach einer Rundumrenovierung wieder eröffnet wird – mit einer neuen Rooftop-Bar. Neu im Programm sind das Riu Playa Park, das im April im Herzen der Playa de Palma eröffnet wird; das TUI Family Life Coma Gran in Sa Coma; und das Best Family Green Garden in Cala Ratjada. Alle haben vier Sterne. Ganz neu gebaut, mit modernen Juniorsuiten und Panoramablick vom Rooftop-Pool aus, wird das Grupotel

Playa de Palma Prestige der Kategorie vier Sterne Plus ebenfalls an der Playa de Palma eröffnet.

Auf Ibiza bietet TUI neu den kürzlich renovierten Suneo Club Caribe im Zentrum von Es Cana; auf Menorca kommt ein wahres Schmuckstück zum Portfolio hinzu, das Hotel Torrabenc mit vier Sternen in einem alten, traditionell menorquinischen Landarbeiterhaus in der Nähe von Alaior, das zu einem Luxushotel zwischen Weinfeldern mit Meerblick umgebaut worden ist.

Ebenfalls auf Menorca nimmt der TUI-Reiseveranstalter **Airtours** das Lago Resort mit vier Sternen neu ins Programm auf. Es liegt in einer der schönsten Anlagen der Insel, in der Nähe des Sporthafens mit seinen Bars, Restaurants und einem Einkaufszentrum. Die Cala'n Bosch ist nur ein paar Meter entfernt, 10 Minuten braucht man bis zur Playa de Son Xoriguer, die ideal für jegliche Art von Wassersport ist. Dieses elegante Hotel –nur für Erwachsene über 16 Jahre– bietet eine entspannte Atmosphäre, vom eigenen Beach Club aus hat man einen spektakulären Blick, Entspannung findet man am Pool mit Chill Out Musik oder auf der Terrasse mit Bali-Betten.



Das Robinson Jandía Playa auf Fuerteventura wurde Ende des Jahres nach einer Komplettrenovierung wieder eröffnet.

Auf der spanischen Halbinsel bereitet man für Juni 2019 die große Eröffnung des Riu Plaza España in Madrid für Städtereisende an. Im Urlaubssegment ist die Neuigkeit das TUI Sensimar Zahara Beach in Zahara de los Atunes an der Costa de la Luz. Es handelt sich um ein neu gebautes Haus, das im Frühling in dem kleinen Fischerdorf als Adults Only Hotel eröffnet wird. Eine Neueröffnung nach der Renovierung ist der Suneo Club Villa Dorada mit drei Sternen Plus in Salou an der Costa Dorada.

Allianz für Mallorca

Mallorca war viele Jahre lang für die deutschen Reiseveranstalter das wichtigste Einzelreiseziel in Spanien. Für die Insel hat 2019 **Schauisland-Reisen** eine Kampagne unter dem Motto **“Mallorca freut sich auf dich”** gestartet, um die Buchungen für den Sommer anzukurbeln, erklärte der Reiseveranstalter gegenüber Hosteltur.

Zusammen mit einigen der wichtigsten Partner wie **BQ Hoteles, Fergus Hotels, Iberostar, Viva Hotels, Zafiro Hotels** und **Sidetours** habe man eine „sehr starke Kampagne“ ins Leben gerufen, damit sich die Gäste auf Mallorca willkommen fühlen. Sie läuft bis Anfang März in den wichtigsten Medien –Fernsehen, Radio, Magazine, Presse– sowie auf Bannern auf Flughäfen und in deutschen Städten. Die Spots zeigen schöne Bilder von der Insel mit Sonne und Meer, die angenehme Erinnerungen hervorrufen.

Neue Marken für Erlebnisse

Im Fall der **FTI Group** ist dieses Jahr die wichtigste Nachricht die Ankunft ihrer neuen Marke **Club Sei** auf Lanzarote in der Saison 2019–20, eine der wichtigsten Neuerungen der eigenen Hotelkette **MP Hotels**. Damit will man die Basis für ein ganz neues Clubkonzept legen, das es den Gästen ermöglicht, ihre eigenen

Geschichten zu schaffen und zu erleben. Die neue Marke wird gleichzeitig in Spanien und in der Türkei auf den Markt gebracht und beruht auf dem Konzept ‘All-Experiences-Included’.

Club Sei hat acht Grundpfeiler, die genau durchdacht sind, um den modernen Reisenden zufrieden zu stellen und ihm alles zu bieten, das er sich für seinen Urlaub wünscht. Erlebnisse zwischen digitaler Welt und Nomadendasein, Erlebnisse, die gleichzeitig privat und sozial sind, aktiver Sport in Kombination mit entspannenden Therapien, großzügige Räumlichkeiten, gastronomische Locations, die angelegt sind, als gehe man über einen Markt, und personalisierte Aktivitäten, mit denen man ein Publikum jeder Alterklasse erfreuen kann.

„Ich freue mich sehr über die Lancierung des Club Sei und das damit verbundene Potential, denn er lässt das traditionelle Clubkonzept wieder aufleben und schafft es gleichzeitig, die neuen Generationen und den modernen Reisenden anzuziehen“, sagte **Roula Jouny**, CEO von MP Hotels und Generaldirektorin der FTI Group bei der Präsentation der Marke Ende Januar. „Wir haben mit dem bekannten Dr. Cem Kinay, Kopf und Gründer von Magic Life, zusammen gearbeitet, um eine frische Marke zu schaffen und die Bedürfnisse der Konsumenten einer neuen Ära zu erfüllen. Wir vertrauen darauf, dass Club Sei den Grundstein für eine neue Ära der Clubs legt“. Die Marke soll ein junges, energiegeladenes Publikum ansprechen, das auf der Suche nach einem Resort ist, in dem man etwas erleben kann.

Wie Hosteltur von MP Hotels erfuhr, wird MP Hotels mit dem neuen Club Sei auf den Kanaren mit insgesamt vier ihrer fünf innovativen Hotelmarken präsent sein. Abgesehen von der Hauptmarke Labranda Hotels & Resorts gibt es ein Hotel der Marke



Das Design Plus Bex Hotel in Las Palmas de Gran Canaria ist Teil des Angebots von MP Hotels, der Hotelkette der FTI Group.

Lemon & Soul, die sich an ein vorrangig junges Publikum mit kleinerem Budget richtet, sowie das Design Plus Bex Hotel in Las Palmas de Gran Canaria. Dieses Hotel wurde mit dem Integrierten System Tourismusqualität in Destinationen (Sicted) ausgezeichnet, eine Auszeichnung, die die Provinzregierung von Gran Canaria in Anerkennung gehobener Qualitätsstandards vergibt. Dazu kommt das El Lemon & Soul Hotel Cactus Garden an der Playa de Jandía auf Fuerteventura.

Auch auf den Balearen hat die FTI Group einige exklusive Hotels in ihr Portfolio aufgenommen, zum Beispiel das THB Cala Lliteras in Cala Ratjada oder das Only Adults Hotel Roc Oberoy in Paguera – beides auf Mallorca.

Attraktive Preise zur Gewinnung von Buchungen

Alltours kündigte Ende des letzten Jahres an, dass die Einnahmen 2018 zwar generell gestiegen, die Buchungen für Spanien aber um rund 7% gesunken seien. Dennoch sei es immer noch das wichtigste Reiseziel, das von 875.000 Kunden gebucht worden war.

Der Besitzer der Gruppe, **Willi Verhuvén**, führte diese Situation vor al-

lem auf den Preisanstieg der Hotels auf den **Balearen** und **Kanaren** zurück, ebenso auf die Tourismussteuer auf den Balearen, die Auswirkungen der Pleiten von **airberlin** und **Niki** und die geringeren Buchungen für die Kanaren im Winter.

Für den Sommer 2019 hat der Reiseveranstalter –inklusive seiner Onlinemarkte für dynamische Pauschalreisen **Byebye**– seine Hotelkapazitäten auf 15.000 Hotels ausgedehnt, 2018 waren es noch 10.800. Es wird exklusive Hotels in Spanien, Griechenland, der Türkei und in Bulgarien geben, dazu kommen einige neue Destinationen. Der Veranstalter kündigte an, dass man die Preise in den Alltours-Katalogen für Spanien und Tunesien um 1,2% senken konnte, nachdem die Hotelpreise gesenkt wurden.

Auch **DER Touristik** gab bei der Präsentation der Programme für den Sommer 2019 seinem Vertrauen in die spanischen Destinationen zum Ausdruck. Man rechne mit guter Nachfrage für Mallorca, wo die Gruppe fünf Hotels mit eigenen Marken führt. Der CEO für Mitteleuropa, **René Herzog**, sagte, Spanien führe die Top 5 der beliebtesten Reiseziele 2019 an, vor der Türkei, Griechenland, Ägypten und Tunesien. ■

KAT

Deutschland bleibt der dritte Quellenmarkt für die regionale Tourismusbranche

Katalonien bietet alle Produkte, von denen deutsche Besucher sich angezogen fühlen

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

Deutschland ist ein strategisch wichtiger Markt für Katalonien, es ist der dritte Quellenmarkt für die Region, wobei er im Jahr 2018 einen leichten Rückgang erlebte, was die Zahl der Besucher und auch ihre Ausgaben anging – ebenso wie im restlichen Spanien.

Im ganzen letzten Jahr reisten 1,4 Millionen Deutsche nach Katalonien, das waren 10% weniger als 2017, ein Jahr mit „spektakulären“ Ergebnissen, wie die Katalanische Tourismusagentur **Agencia Catalana de Turismo** erklärt. Der Tourismus aus Deutschland brachte der Region im letzten Jahr knapp über 1,2 Milliarden Euro ein, 4,2% weniger als im Jahr zuvor. „Obwohl die Zahl der deutschen Besucher und die Summe der Ausgaben im Jahr 2018 zurückgingen, ist zu betonen, dass die durchschnittlichen Ausgaben pro Person im Vergleich zu 2017 um 6,4% auf 855 Euro stiegen“.

Die ATC betont die positiven Erwartungen für den deutschen Tourismus in diesem Jahr: es wird erwartet, dass in 2019 insgesamt 71 Millionen Deutsche

reisen werden (+2%) und 75 Milliarden Euro ausgeben werden (+3%). „Auch die Indikatoren der touristischen Nachfrage für dieses Jahr sind positiv. 56% der Deutschen erwarten eine stabile wirtschaftliche Situation, 25% erwarten, dass sich ihre Situation verbessert und 19% glauben, sie wird schlechter“.

Viele Produkte im Angebot

Die ATC erklärt, dass Katalonien all die Produkte anbietet, von denen sich die deutschen Reisenden angezogen fühlen. Mediterranes Klima, ein großes und vielseitiges Tourismusangebot mit wertvoller Kultur, erstklassiger und international berühmte Gastronomie und vielfältige Natur, das ganze gestützt von Infrastrukturen auf hohem europäischen Standard.

Die katalanische Organisation für Tourismuswerbung hat beschlossen, das Jahr 2019 der Kultur und dem Kulturerbe zu widmen, sowohl materieller als auch immaterieller Art. „Wir führen die Strategie der letzten Monate 2018 fort und werden uns auf sechs große Routen durch Katalonien konzentrieren: die Pyrenäen, von den Spitzen bis zum Meer; Entlang des Mittelmeers; Weltkulturerbe, vom Gebirge bis zum Meer; Was Katalonien verbirgt: von der Küste Richtung Osten; Die Kultur weist den Weg; und Von Barcelona bis in die katalanischen Pyrenäen“.

Der neue Marketingplan für dieses Jahr hat ganz klare Vorgaben für die saisonale Entzerrung der Aktivität in den großen Städten wie Barcelona sowie an der Küste, was die Verteilung der Besucher in der Neben- und Wintersaison angeht. „In diesem Sinne konzentrieren wir unsere Werbestrategien auf die Vielzahl von Produkten: Kultur, Gastronomie und Aktivtourismus, also Reisen, die man im Herbst und Frühjahr unternehmen kann und die durch touristisch weniger stark frequentierte Gebiete führen“.

Ein weiteres Ziel, das der Plan vorgibt, ist die Fortsetzung der Förderung des MICE-Tourismus, den man über Barcelona hinaus auch in andere Städte und Ortschaften bringen will, die passende Infrastrukturen aufweisen.

Die Vorteile Kataloniens

Katalonien ist ein nahes Reiseziel, das von den meisten deutschen Flughäfen aus gut zu erreichen ist. In der Hochsaison gibt es mehr als 260 Flüge pro Woche. Die Entfernung ist außerdem nicht zu groß, dass man sie nicht auch mit dem Auto oder mit dem Wohnmobil zurücklegen könnte.

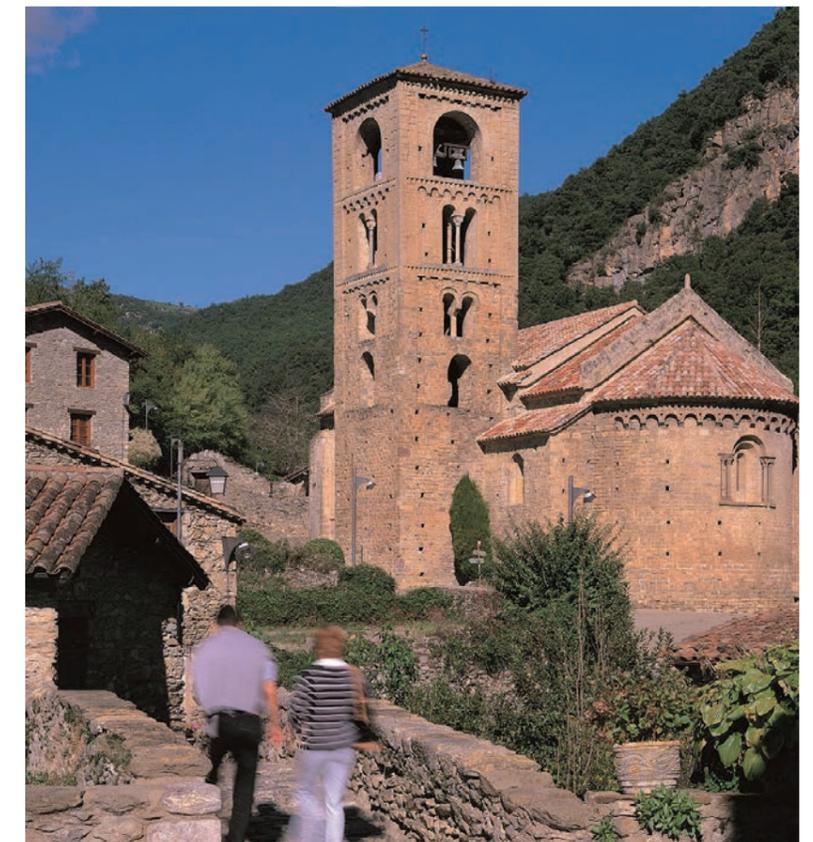
Die Region bietet den deutschen Besuchern vielseitige touristische Infrastrukturen, die den hohen europäischen Qualitätsstandards entsprechen. Hier finden die Reisenden aus Deutschland einen breiten Fächer an Urlaubserlebnissen, für die sie keine weiten Strecken auf sich nehmen müssen.

Multikanal- Strategie

Die ACT betont, dass die Werbestrategie im deutschen Markt immer viele Kanäle umfassen muss. „Wir konzentrieren uns direkt auf das spezifische Verhalten des Marktes und setzen daher auf eine Multikanal-Werbung: wir bedenken die traditionellen Kanäle und steigern gleichzeitig nach und nach unsere Präsenz in den neuen Kommunikationskanälen und auf den digitalen Plattformen“. In dem Sinne hat die Agentur den Blog www.katalonien-tourismus.de ins Leben gerufen, der sich direkt an den deutschsprachigen Markt richtet. „Es ist ein gutes Instrument, vor allem in den Phasen, in denen man Inspiration und Information sucht, wenn einmal die Entscheidung für das Reiseziel getroffen ist. Das ist besonders deshalb wichtig, weil die meisten Deutschen, die Katalonien bereisen, ihre Reise selber organisieren“.

"

Die Vorschläge Kataloniens für die deutschen Touristen umfassen wertvolle Kultur, erstklassige Gastronomie und Vielfalt der Natur



Beget Pirineo, Teil einer der großen Routen.



Die Stadt führt die graphische Darstellung einer Umarmung als neues Identitätsmerkmal ein

MADRID UMARMT

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Madrid präsentiert sich auf der ITB als die „Stadt der Umarmung“. Das neue graphische Symbol steht für Gastfreundschaft und ein herzliches Willkommen. Tatsächlich schaffen es die Bewohner Madrids mit ihrer offenen Art, dass sich Besucher gleich nach der Ankunft mit der Stadt identifizieren, egal, wer sie sind oder woher sie kommen. Paris ist die Stadt der Liebe, New York die Stadt, die niemals schläft, Rom die ewige Stadt – Madrid will als die Stadt der Gastfreundschaft bekannt sein.

Das neue Zeichen soll zu einem Symbol der Offenheit werden, das ganz Madrid repräsentiert und ihr Image durch Bilder stärkt, die sie als Stadt auszeichnen, die ihre Besucher willkommen heißt. Damit werden Werte und Eigenschaften hervorgehoben, die Madrid von anderen Reisezielen abheben.

Es ist eine Stadt, die umarmt und für die Feiern des **Gay Pride** wirbt, was ihren offenen und toleranten Charakter auf-

zeigt, ebenso für einige ihrer Monumente als Symbole für das große und vielfältige Kulturangebot. Tatsächlich sehr präsent ist auch die Kandidatur der **Achse Prado-Retiro** für die Aufnahme in die Liste des Weltkulturerbes, wo sich Kultur und Natur auf unvergleichliche Weise verbinden.

Madrid ist eine Stadt, die Tausende von Plänen und guten Ausreden bietet, um sie kennen zu lernen oder neu zu entdecken,

nicht zuletzt wegen des außergewöhnlichen Angebots an Events. Der Führer **‘Save the date 2019’** listet rund Hundert Termine des Jahres 2019 auf: Ausstellungen, Theater, Musik, Sport, Events, Veranstaltungen für Familien, Kongresse, Messen und andere Aktivitäten. Hundert Gründe, die spanische Hauptstadt zu besuchen – einige davon sind bereits bekannt, werden aber jedes Jahr neu überarbeitet, andere sind einmalige Ereignisse, wie zum Beispiel das **200. Jubiläum des Prado** oder das **Finale der UEFA Champions League**.

Die Digitalisierung der Tourismuswerbung, auf die die Stadtverwaltung setzt, zeigt sich am Webportal für Tourismusfachleute (www.esmadrid.com/en/trade), das im letzten Jahr sehr gut aufgenommen wurde. Es handelt sich um ein Instrument, das Zugang zu neuen Broschüren, Neuigkeiten, Events oder Tourismuskarten der Stadt gewährt. Auch andere digitale Instrumente werden gefördert, zum Beispiel das offizielle Tourismusportal der Stadt **esMADRID.com** oder die App **Unentbehrliche Kunstspromenade**.

Madrid, Stadt des Fußballs

Madrid war schon immer dem Fußball eng verbunden – mit dem Club **Real Madrid**, dreizehnmaliger Europameister, und anderen bekannten Teams wie **Atlético de Madrid** oder **Rayo Vallecano**. Das Finale der Weltmeisterschaft 1982 fand hier statt. In diesem Jahr wird die spanische Hauptstadt wieder zur Stadt des Fußballs, wenn das wichtigste Event der Fußballwelt ausgetragen wird: das Finale der **Champions League**.

Madrid wird schon zum fünften Mal Austragungsort dieses wichtigen Sportereignisses, das insgesamt achtmal in Spanien stattgefunden hat. Zuletzt bestritten Inter Milan und Bayern München das Finale im Stadion Santiago Bernabéu, dieses sagenhafte Spiel hatte zuvor schon im Sánchez Pizjuán in Sevilla und im Camp Nou in Barcelona stattgefunden.

Dieses Mal findet das Finale am 1. Juli im **Wanda Metropolitano**, dem neuen Sta-



Madrid wirbt für den Gay Pride als Zeichen für den offenen und toleranten Charakter der Stadt. Foto: Biniam Ghezai © Madrid Destino.

Madrid wird dieses Jahr zur Stadt des Fußballs – am 1. Juni findet das Champions-League-Finale im Wanda Metropolitano statt

dion des Atlético de Madrid statt. Hier werden die beiden Endspielgegner um die begehrteste Trophäe der Sportwelt kämpfen.

Es wird das erste große internationale Finale im Metropolitano-Stadion sein, das im September 2017 eingeweiht wurde. Madrid hat dann die Möglichkeit, erneut ihre Verpflichtung gegenüber der Welt des Sports zum Ausdruck zu bringen, wie sie es bereits anlässlich anderer Ereignisse getan hat. Alle Besucher dieses Finales werden die Gastronomie und Kultur der Stadt erleben, vor allem aber ein einzigartiges Gefühl, willkommen zu sein.

Der deutsche Markt

Im Jahr 2018 besuchten 264.303 Deutsche die spanische Hauptstadt, 2,2% mehr als im Vorjahr, wie aus den Umfragen zur Belegung von Hotels und Tourismusapartements des Nationalen Statistikamtes INE hervorgeht. Man registrierte 601.100 Übernachtungen deutscher Gäste, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 2,27 Tage.

Die guten Flugverbindungen zwischen Madrid und Deutschland begünstigen den Besucherstrom zwischen beiden Ländern. Derzeit gibt es 19 Verbindungen zwischen Madrid und acht deutschen Städten: Berlin, Köln, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München, Nürnberg und Stuttgart. ■

EXT

Eine neue Marke wirbt für die Aktivitäten, die man an 1.500 Kilometern Süßwasserküste unternehmen kann

Extremadura setzt die Wasservorräte als wichtiges Element des Angebotes ein

Abgesehen von ihrem reichen historischen und kulturellen Erbe hat die Extremadura großartige natürliche Ressourcen und zahlreiche gastronomische Routen, eine Menge Faktoren, die sie zu einem Reiseziel machen, das man nicht missen sollte.

Zu diesen Ressourcen gehören 1.500 Kilometer Süßwasserküste, die sich ideal für zahlreiche Aktivitäten anbieten – sowohl sportlicher Art als auch, um zu entspannen und zu genießen.

Die Region präsentiert sich als Destination, die respektvoll mit der Umwelt umgeht und auf den Slow-Tourismus setzt, eine gute Option für die Reisenden, die Entspannung suchen. Tatsächlich wird sie von John Kester, dem Leiter des Programms für Statistik und Trends der **World Tourism Organization UNTWO** empfohlen, der in einer Studie bemerkt, sowohl Touristen, die große Menschenansammlungen

meiden wollen, als auch die, die schon alle wichtigen Touristenattraktionen kennen, sollten lieber alternative Reiseziele genießen. Neben anderen europäischen Regionen empfiehlt er dafür konkret die Extremadura.

Deutschland ist ein Markt, der für die Generaldirektion für Tourismus Priorität besitzt und der sich andererseits von den Aspekten Natur und Kulturerbe sehr angezogen fühlt, daher will man ihm die Möglichkeiten näher bringen, die Natur am Tag und in der Nacht zu genießen. In der Extremadura gibt es in Europa einzigartige Habitats für die Beobachtung von Vögeln, wie den Nationalpark Monfragüe, wo jedes Jahr die **Internationale Ornithologie-Messe (FIO)** stattfindet.

Die Nacht mit ihrem sauberen Himmel, fast ohne Kontamination durch künstliches Licht, ist ideal für Sternegucker. Sowohl das Biosphärenreservat Monfragüe als auch die Gemeinden der Provinz Badajoz –Olivenza,

Cheles, Alconchel, Táliga und Villanueva del Fresno am Ufer des Alqueva-Sees-, besitzen die Zertifizierung **Starlight**, die sie als ideal für die Beobachtung von Sternen auszeichnet.

Region der Kontraste

Es ist ein Land der Kontraste, der flachen Hochebene und der schroffen Berghänge. Extremadura ist außerdem die spanische Region mit den meisten Kilometern Süßwasserküste –1.500 Kilometer. Es gibt 52 natürliche Badeplätze, mehr als 50 natürliche Schwimmbäder, sieben Thermal-Kurbäder, Flusstourismus mit Schifffahrt auf den Flüssen Tajo, Alagón und Guadiana, ebenso kann man segeln, Kajak fahren, tauchen oder Sportfischerei betreiben. Um alle diese Möglichkeiten vorzustellen, hat man die Marke 'In den Gewässern der Extremadura' kreiert.

Andere Möglichkeiten

Im Bereich Sport- und Aktivtourismus gibt es sehr schöne Wander- und Fahrradrouten durch herrliche Landschaften und das für die Region typische Weideland.

Was Geschichte und Kultur angeht, kommt man um drei Stätten des Weltkulturerbes nicht herum: Mérida, das Kloster Real Monasterio de Guadalupe und Cáceres. Außerdem gibt es interessante Museen in der Region. Die Extremadura und die portugiesischen Regionen Centro und Alentejo werden in diesem Jahr eine gemeinsame Tourismusmarke ins Leben rufen, um auf internationaler Ebene für dieses einmalige Gebiet zu werben. ■



Die romanische Brücke von Alcántara überspannt den Tajo in Alcántara in der Provinz Cáceres.

CYL

Castilla y León konzentriert sich auf die Unterstützung seiner Tourismusunternehmer

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe

Das Ministerium für Kultur und Tourismus von Castilla y León setzt bei der ITB 2019 auf eine Strategie, die Promotion und Kommerzialisierung des Reiseziels verbindet. Dabei wird es von einer beachtlichen Präsenz von Unternehmen und Organisationen aus der Region unterstützt, darunter Vertreter aus Gastronomie, Kurbäder, Weinkellereien und Incoming-Agenturen.

In diesem Jahr lenkt man besonderes Augenmerk auf die großen Events von internationalem Interesse, die 2019 in der Region stattfinden, wie zum Beispiel die neue Ausgabe der Zeitalter der Menschheit –Las Edades del Hombre– in Lerma (Burgos); die sieben Weinrouten von Castilla y León, mit denen die Region spanienweit führend in diesem Produktclub ist; sowie die elf Stätten des Weltkulturerbes.

Aufgrund des Interesses am deutschen Markt und der Bedeutung der Messe hat Castilla y León einen eigenen 25 Quadratmeter großen Bereich im Stand von Turespaña, zu dem ein Bereich mit drei Arbeitstischen für Meetings sowie ein Tresen gehören. Damit reagiert die Region auf das wachsende Interesse von Unternehmen, die auf der Messe präsent sein wollen,



Die Region führt ihre Besucher an die Natur und die Traditionen heran. Braña-Hütte im Tal Valle de Laciana, León.

und bietet ihnen mehr Platz, um zu arbeiten, ihre Meetings abzuwickeln und für sich und die Region zu werben.

Zu den zahlreichen Reizen dieser spanischen Region gehören die Traditionen im ländlichen Bereich und die Möglichkeiten für einen nachhaltigen Tourismus. Wunderbare Routen wie die im Tal Valle de Laciana in León, Biosphärenreservat seit 2003, mit Villablino als wichtigste Stadt des Bezirks, überraschen die Besucher. Hier befinden sich die als Braña bezeichneten Hütten, die früher von den Viehhütern genutzt wurden und die für eine uralte Tradition stehen. ■

CLM

Castilla La Mancha zeigt seine weniger bekannten Seiten

Die Reize von Castilla La Mancha sind wieder auf der ITB in Berlin zu erleben. Als Mitveranstalter von Turespaña wird die Region an einem besonderen Stand mit zwei Theken und vier Arbeitstischen präsent sein.

Das wichtigste Ziel ist es, zu zeigen, dass das breite touristische Angebot der Region weit über Toledo hinausgeht, denn viele Reiseveranstalter kennen die Stadt und bieten sie als Reiseziel an, einige auch Cuenca – aber der Rest ist weitaus unbekannter. Daher sind für die ITB Meetings mit wichtigen Reiseveranstaltern geplant, und schon vor der Messe fand ein Fam-Trip zusammen mit dem Reiseveranstalter Gebeco und Rudolf Treidel statt, bei dem man die fünf



Eine der großen Neuigkeiten ist in diesem Jahr der Park Puy du Fou in Toledo.

Provinzen erkundete und Almagro, Sigüenza, Belmonte und die Region der Windmühlen besuchte.

Erst kürzlich präsentierte die Region einige Neuigkeiten hinsichtlich ihrer touristischen Produkte: den künftigen Themenpark Puy du Fou in Toledo, das Netzwerk der Gasthäuser und die

neuen Weinrouten. Der Park wird im August dieses Jahres in Toledo eröffnet. Es handelt sich um ein ehrgeiziges Projekt, in das bis 2028 insgesamt 242 Millionen Euro investiert werden sollen. Er soll eine besondere Attraktion für kulturell interessierte Touristen werden, hier werden Szenen aus der Geschichte Spaniens nachgestellt. Was das Netzwerk der Gasthäuser von Castilla-La Mancha angeht: dieses besteht seit Januar, die fünf Pioniere in diesem Bereich sind das Hotel&Spa Molino de Alcuneza in Sigüenza; der Palacio del Infante Don Juan Manuel Hotel&SPA in Belmonte; das Hotel Convento del Giraldo in Cuenca; das Boutiquehotel Adolfo in Toledo sowie die Hospedería Santa Elena in San Carlos del Valle. ■

Kuba: Die wichtigsten Ereignisse des Jahres 2018

Trotz der rückläufigen Ergebnisse des ersten Quartals hat Kuba seinen Platz als beliebtes Reiseziel behauptet. Zum Ende des Jahres legte die Destination wieder zu. Havanna steht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

Januar

Im gesamten Jahr 2017 reisten insgesamt 4.689.915 internationale Besucher nach Kuba – rund 655.000 mehr als 2016 –, womit sich die Berechnungen erfüllten, die man ein paar Monate vor dem Hurrikan Irma aufgestellt hatte. Diese Zahl umfasst auch mehr als 1,17 Millionen Reisende aus Nordamerika, ein Segment, das trotz der neuerlichen Anfeindungen der Insel durch seine Regierung ein Wachstum von



217,4% aufweist.

1. Januar– Ein neues Migrationsgesetz der kubanischen Regierung tritt in Kraft, das Formalitäten für Emigranten erleichtert und die Ein- und Ausreise von Auslandskubanern auf Freizeitschiffen über die Marinas Hemingway und Gaviota-Varadero erlaubt.

10. Januar– Kuba reagiert auf neuerliche und ungerechtfertigte Reiseempfehlungen für US-Bürger. „Kuba ist ein sicheres, friedliches und gesundheitlich unbedenkliches Land“, betont das Minrex.

13. Januar– Caribbean Airlines, die Fluggesellschaft von Trinidad und Tobago, startet Linienflüge zwischen Puerto España und Havanna mit Zwischenlandungen in Barbados, Guyana und Granada.

18. Januar– Kuba wird auf der Internationalen Tourismusmesse Fitur 2018 mit dem Preis für Exzellenz als „Sicherstes Land für den Tourismus“ ausgezeichnet.

– Meliá Hotels International übernimmt die Leitung von vier Hotels in Cienfuegos und Camagüey und setzt damit ver-

stärkt auf das Segment des Kultur- und Architekturtourismus sowie Rundreisen.

19. Januar– Be Live Hotels nimmt weitere drei Einrichtungen in Kuba unter Vertrag und leitet damit jetzt sieben Häuser. Die Gruppe Globalia wird darüber hinaus ein Projekt mit Golfplatz, zwei Hotels, Tagungszentrum und Eigentumswohnungen in Angriff nehmen.

Februar

8. Februar– Élite Club Vacanze Group tritt in den kubanischen Markt ein. Das italienische Hotelunternehmen unterzeichnet einen Vertrag, um die Anlage Vedado Saint John's – Flamingo zu leiten und steuert Finanzierung bei.

9. Februar– Grupo Posadas kündigt ihren Gang in Kuba an die mexikanische Wertpapierbörse an. Sie hat einen Vertrag für die Leitung von zwei Hotels der Marke Fiesta Americana All Inclusive in Varadero und Holguín.

26. Februar– Regent Seven Seas Cruises kündigt an, dass zwei ihrer Kreuzfahrtschiffe auf acht Fahrten drei Häfen in Kuba anlaufen werden.



27. Februar– Carnival Cruise Line kündigt an, dass die Carnival Sensation im Jahr 2019 insgesamt 17 Fahrten von Miami nach Kuba antreten wird. Die Reisen umfassen je einen Tag Aufenthalt in Havanna.

März

1. März– Das Capitolio Nacional de Cuba, eine der architektonischen Ikonen Havannas, empfängt wieder Besuchergruppe in den ersten bereits restaurierten Bereichen.

4. März– Das US Department of State ignoriert zahlreiche Anträge, die Reiseempfehlungen für Kuba zu revidieren.

6. März– Sercotel Hotels kündigt die Einweihung des Sercotel Experience Cayo Santa María an, das zur Deluxe-Kollektion der Kette gehört. Es ist ihr sechstes Hotel auf der Insel.

8. März– Kuba hat nur vier Tage später als im Jahr 2017 die erste Million internationaler Reisender empfangen.

28. März– Der Bau der Punta Colorada Golf Marina im Westen Kubas hat begonnen. In der Anfangsphase wird das Projekt rund eine Milliarde Euro kosten.



31. März– Unternehmen des kubanischen Tourismusministeriums einigen sich mit den vietnamesischen Firmen Chao-Viglacera und Hanel auf den Bau eines Fünf-Sterne-Hotels sowie das Management einer älteren Einrichtung in Havanna.

April

5. April– Das Unternehmen Norwegian Cruise Line Holdings betont die Bedeutung der Insel für die Zunahme seiner Tätigkeit in der Karibik und erklärt Havanna zum „bevorzugten Reiseziel“.

13. April– Die Carnival Cruise Line erweitert die ursprünglich elf vorgesehenen Touren auf der erst kürzlich reparierten Carnival Paradise um zusätzlich 20 Fahrten ab Tampa.

19. April– Kuba wählt eine neue Regierung mit dem 57-jährigen Ingenieur Miguel Díaz-Canel Bermúdez als Präsident.

Mai

2. Mai– Das Kreuzfahrtschiff Victory I der nordamerikanischen Victory Cruise Line kommt auf seiner Jungfernfahrt von Miami aus mit 140 Passagieren nach Havanna. Weitere Anlegestellen sind Santiago de Cuba, Trinidad und Cienfuegos.

– Die 38. Internationale Tourismusmesse FitCuba2018 bringt mehr als 3.000 Teilnehmer und Gäste nach Cayo Santa María.

4. Mai– Der Tourismusminister präsentiert die Stadt Sagua

la Grande als neues Reiseziel für Touristen. Hier findet man die Hotels Sagua und Palacio Arenas sowie Wassersportmöglichkeiten in Isabela de Sagua.

5. Mai– Spanien wird als Ehrengast der FitCuba'2019 präsentiert, die in Havanna stattfinden wird und sich thematisch um den Veranstaltungs- und Incentivetourismus drehen wird.

14. Mai– Thomas Cook Airlines richtet wieder eine wöchentliche Direktverbindung zwischen Manchester und Santa Clara ein, eine Strecke, die seit 2013 nicht mehr angeboten wurde.

18. Mai– Kuba ordnet nach dem Tod von 112 Menschen beim Flugzeugabsturz einer Boeing-Maschine, die Cubana de Aviación an die mexikanische Global Air verpachtet hatte, eine zweitägige Staatstrauer an.

21. Mai– Das Mintur erklärt, Kuba hat bis zum 18. Mai zwei Millionen Besucher empfangen.

23. Mai– Kuba unterzeichnet einen Konzessionsvertrag mit der Global Ports Holding (GPH) für das Management des Kreuzfahrthafens von Havanna und die Erweiterung der aktuell zwei auf künftig sechs Terminals.

29. Mai– Wamos Air führt die Strecke Madrid-Guatemala wieder ein, die erstmals eine Zwischenlandung auf dem Internationalen Flughafen Juan Gualberto Gómez in Varadero einlegt.

Juni

8. Juni– Kempinski Hotels kündigt die Absicht an, mit mehreren neuen Projekten noch stärker auf Kuba zu setzen, vor allem im Bereich der Strandhotels.

12. Juni– Cubana de Aviación stellt Flüge in einige Städte im Osten des Landes ein, da sie aufgrund der Blockade der USA Schwierigkeiten hat, Apparate, Ersatzteile und spezifische Bestandteile für die Instandhaltung zu kaufen.

28. Juni– Die Regierung präsentiert den Generalplan und die Kommunikationskampagne anlässlich des 500. Jahrestages der Gründung der Villa de San Cristóbal in Havanna.

Juli

18. Juli– Das Projekt Punta Colorada Golf & Marina verkündet eine Agenda, um die ersten fertig gestellten Phasen im Jahr 2019 einzuweihen. Die Firma hat bereits Absichtserklärungen von 31 Marken, darunter große Hotelmarken wie Accor und Minor.

21. Juli– Der kubanische Präsident Miguel Díaz-Canel Bermúdez, ratifiziert den aktuellen Tourismusminister, Manuel Marero Cruz, in seinem neuen Kabinett mit 34 Mitgliedern.

31. Juli– Kuba führt neue Regelungen ein, um das Kulturerbe in wichtigen touristischen Gebieten zu schützen.

August

2. August– Bei einem Wettbewerb der Site Cruise Critic wird Havanna zum besten Reiseziel und besten Hafen sowie zum

Hafen mit den meisten Besuchern in der westlichen Karibik und der Riviera Maya gewählt.

9. August- Das Mintur erklärt, im Jahr 2018 sind bisher bereits drei Millionen internationale Besucher nach Kuba gereist.

11. August- Die Luxusfirma Seabourn wird die dritte Marke der Carnival Corporation sein, die Kuba anläuft. Das wird ab dem 4. November 2019 der Fall sein, wenn das Kreuzfahrtschiff „Sojourn“ die Insel von Miami und San Juan aus ansteuern wird.

23. August- Das US Department of State reduziert überraschend die Reisewarnungen für Kuba, die es seit Januar ausgesprochen hatte.

29. August- Im Rahmen ihrer Entwicklungsstrategie in der Region kündigt Copa Airlines die Eröffnung eines neuen Verkaufsbüros in Santa Clara an.

30. August- Kuba verzeichnet im Juli und August Rekorde einheimischer Besucher in Urlaubszentren wie Varadero, Santa Lucía, Guardalavaca und Jardines del Rey.



September

10. September- Das neue Luxushotel Iberostar Grand Packard öffnet seine Türen.

12. September- Kuba revidiert die Erwartungen hinsichtlich der Zahl internationaler Besucher angesichts der Verstärkung der restriktiven Politik der USA und verschiebt das Ziel, auf fünf Millionen Besucher zu kommen, auf das Jahr 2019.

19. September- MITM Américas-La Habana ermöglicht mehr als 4.000 Meetings zwischen Unternehmern, die mittel- und langfristig Geschäfte im Bereich MICE für mehr als 200 Millionen Euro nach sich ziehen werden.

28. September- Miguel Díaz-Canel Bermúdez verhandelt in New York mit Vertretern nordamerikanischer Unternehmen im Bereich Tourismus und Reisen.

Oktober

3. Oktober- Die Tourismusminister aus Kanada und Kuba treffen sich in Ottawa, um über die Herausforderungen, Strategien und Perspektiven der Branche zu sprechen, die

für beide Länder Priorität besitzen.

5. Oktober- Havanatur, S.A., eröffnet den ersten rein kubanischen Tourismusclub, Cubanísimo by Havanatur, im Hotel ROC Arenas Doradas in Varadero.

13. Oktober- Manuel Marrero erklärt offiziell Matanzas zur Tourismusstadt – nur wenige Stunden nach der 325-Jahr-Feier der Stadt, die sich in der Nähe von Varadero befindet.

– Miguel Fluxá, Vorsitzender der Grupo Iberostar, besucht zusammen mit dem kubanischen Präsidenten Díaz-Canel das neue Hotel Iberostar Grand Packard und bestätigt, dass sein Unternehmen weiterhin in Kuba investieren wird.

15. Oktober- Das Unternehmen Banyan Tree eröffnet das Angsana Cayo Santa María, sein zweites Hotel in Kuba.

17. Oktober- American Airlines und Havanatur unterzeichnen ein nie dagewesenes Abkommen, damit der kubanische Reiseveranstalter Flugtickets der Gesellschaft in seinen Reisebüros im Land vertreiben kann.

25. Oktober- Silversea Cruises, eine Marke für Luxuskreuzfahrten des Unternehmens Royal Caribbean, kündigt an, dass ihre Schiffe verschiedene Zwischenstopps in einigen kubanischen Häfen einlegen werden. In den Jahren 2019 und 2020 sollen 17 Kreuzfahrer anlegen.

31. Oktober- Bei der internationalen Messe Fihav 2019 präsentiert Kuba ein neues Paket mit 525 Projekten für ausländische Investoren, bei denen sich der Tourismus mit 187 Projekten als der Bereich mit den meisten Möglichkeiten erweist.

– Virgin Voyages, das exklusive Kreuzfahrtunternehmen der Virgin Group, kündigt an, dass es Havanna in das Programm seines ersten Kreuzfahrers, der Scarlet Lady, aufnehmen wird.

November

1. November- Kuba hat 703.519 Kreuzfahrtpassagiere empfangen, das sind fast 117.000 mehr als im Jahr zuvor.

10. November- Kuba hat in diesem Jahr bereits vier Millionen Touristen empfangen. Bis Ende des Jahres 2018 werden noch weitere 750.000 erwartet.

– JetBlue weiht die neue wöchentliche Verbindung Boston-Havanna ein. Es ist die einzige Fluggesellschaft, die eine Direktverbindung zwischen Kuba und Neuengland herstellt, sowie die erste, die Havanna mit vier US-Städten verbindet.

11. November- ROC Hotels kündigt seine Expansion in Kuba an. Der Präsident der Kette, Miguel Miralles, erklärt, er will sein Portfolio auf der Insel um die Anlage Punta Arenas-Playa Caleta in Varadero erweitern.

13. November- Jardines del Rey erhält neue Fluganbindungen von Seiten der russischen Gesellschaft Azur Air sowie der polnischen Linie Travel. Die Flüge werden alle zehn Tage durchgeführt. Das Reiseziel feiert sein 25jähriges Jubiläum mit einem Volumen von rund 50 Flügen pro Woche.

– Carnival Cruise Line kündigt an, dass seine Kreuzfahrt-



schiffe im Jahr 2020 Kuba auch von New York, Norfolk und Puerto Cañaveral aus anlaufen werden. Bisher kamen Schiffe von Miami, Fort Lauderdale, Tampa und Charleston aus nach Kuba.

15. November- Die USA fügen mehrere Hotels in Havanna, Varadero und Cayos de Villa Clara sowie Geschäfte und Einkaufszentren an ihre Liste der kubanischen Etablissements an, von denen sie ihren Bürgern abraten.

– In Havanna wird die zweite Konferenz der Nationalen Gewerkschaft der Arbeiter in Hotellerie und Tourismus in Kuba (SNHT) eingeweiht, die drei Tage lang die Herausforderun-

gen für die Branche analysiert.

16. November- Die nordamerikanische Agentur Cuba Travel Services weiht eine neue wöchentliche Charterverbindung zwischen Miami Cienfuegos ein, nachdem sie zwei Jahre lang Kuba nicht angefliegen hatte.

17. November- Iberostar Hotels & Resorts eröffnet das Iberostar Holguín, das erste Fünf-Sterne-Hotel der Kategorie Selection im Osten der Insel.

22. November- Während eines intensiven offiziellen Besuchs in Kuba weiht der spanische Regierungschef Pedro Sánchez das Businessforum ein, an dem fast 400 Unternehmer aus Branchen wie Tourismus, Dienstleistungen und Energie teilnehmen, darunter 249 aus Spanien.

Dezember

6. Dezember- Kuba weiht die Internetverbindung über Mobilnetzen ein. Der Service steht allen Kunden zur Verfügung, die ein passendes Telefon benutzen. Das Mintur verspricht, dass es 2019 in allen Tourismusgebieten Wifi geben wird.

– Die Fluggesellschaft Sunrise Airways mit Basis auf Haiti bietet eine neue Verbindung mit zwei Flügen pro Woche zwischen den Hauptstädten von Kuba und der Dominikanischen Republik.



NH HOTEL GROUP BIETET IHNEN EINEN PERFEKTEN AUFENTHALT IN HAVANNA

NH HOTEL GROUP OFFERS YOU A PERFECT STAY IN HAVANA

Ausgezeichnete Lage, außerordentlicher Service, herrlicher Blick und internationale Küche
Excellent location, extraordinary services, privileged view and international cuisine



NH CAPRI
LA HABANA · CUBA

Lassen Sie sich von der zeitgenössischen Architektur unseres Hotels überraschen, genießen Sie angenehme und unvergessliche Momente in Zimmern im Stil der 50er und lassen Sie sich vom Ausblick verzaubern. Ideal für Geschäftsreisende, Gruppen, Urlauber und Hochzeitsreisende.

Let us surprise you with the contemporary architecture of our hotel, enjoy cozy and unforgettable moments in rooms with 50's style and marvel with its views. Ideal for business people, groups, tourists and honeymoons.



NH COLLECTION
VICTORIA · LA HABANA

Lassen Sie sich von besonderen und ausgefallenen Räumlichkeiten und den eleganten Zimmern überwältigen. Erleben Sie einen makellosen Service, lassen Sie sich verwöhnen. Perfekt für Geschäftsreisende, Urlauber und Hochzeitsreisende.

Let yourself be dazzled by incredible sophisticated spaces and elegant rooms. Experience and let yourself be pampered with impeccable service. It is perfect for business people, tourists and honeymoons.

839 7200 / 537 8333 510 nh-hotels.es






7. Dezember- Das Online-Reisebüro Rumbo nennt Havanna als eine der 12 Städte, die 2019 am meisten gesucht werden – Grundlage für diese Aussage sind das Interesse der Touristen und andere Daten.

10. Dezember- Das Kreuzfahrtschiff MSC Armonia startet vom Hafen von Miami aus seine erste Fahrt nach Havanna mit Gästen aus den USA.

11. Dezember- Meliá Hotels International eröffnet sein viertes Hotel der Marke Paradisus in Kuba. Das prachtvolle Paradisus Los Cayos ist das erste Hotel in Cayo Santa María.

13. Dezember- Die nationale kubanische Fluggesellschaft Cubana de Aviación nimmt die Strecke Caracas-Holguín-Havanna wieder auf, die sieben Monate zuvor eingestellt worden war. Zuvor waren die internen Flüge nach und nach wieder aufgenommen worden.

14. Dezember- Das venezolanische Konsortium der Luftindustrie und Flugdienstleistungen (Conviasa) weiht eine neue Verbindung zwischen Havanna und Managua in Nicaragua ein.

17. Dezember- Die Fluggesellschaft Air Century der Dominikanischen Republik fliegt zweimal pro Woche zwischen Santo Domingo und Havanna.

21. Dezember- Ein ungewöhnliches extratropisches Tief

führt zu hohem Seegang und Überschwemmungen tiefergelegener Gebiete von Havanna, ohne dass es zu größerem Unglück kommt. Der Kreuzfahrtverkehr im Golf von Mexiko wird vorübergehend eingestellt.

22. Dezember- Kuba teilt mit, dass Marriott International das Hotel Inglaterra in Havanna in seine Luxuskollektion aufnehmen wird. Das Hotel wird ab dem 31. Dezember 2019 vom neuen Management übernommen.

26. Dezember- Der Tourismusminister informiert im Fernsehen über seine Arbeit. Er erklärt, dass eine Million Kubaner in Hotels im eigenen Land abgestiegen sind, der Tourismus im Jahr 2018 zugelegt hat und man für 2019 insgesamt 5,1 Millionen internationale Besucher erwartet.

28. Dezember- Bruno Rodríguez Parrilla, Minister für Außenbeziehungen (Minrex) teilt mit, dass die Zahl der Besuche von Auslandskubanern im Jahr 2018 um 20% auf insgesamt 567.000 gestiegen sei. Davon kamen mehr als 493.000 aus den USA.

31. Dezember- Aufgrund vorläufiger Zahlen stellt man fest, dass im Jahr 2018 insgesamt mehr als 4.740.000 internationale Besucher nach Kuba gereist sind. Damit stellt Kuba seinen eigenen Besucherrekord aus dem Vorjahr zum elften Mal in Folge selber ein. ■

HOTELS ALS *Kulturerbe* GRUPO HOTELERO **Islazul**
por toda Cuba

HOTEL DON FLORENCIO
SANCTI SPIRITUS

HOTEL RIJO
SANCTI SPIRITUS

HOTEL PLAZA
SANCTI SPIRITUS

HOTEL VUELTABAJO
PINAR DEL RIO



HAVANNA IST DAS GRÖßTE

Tropisch und liebenswürdig; kulturell und vielfältig; maritim und bewegt; attraktiv und unterhaltsam: Havanna ist eine faszinierende und prächtige Stadt.



Kuba stellte 2018 einen neuen Besucherrekord auf



Plaza San Francisco de Asís, La Habana.

Kuba stellte im Jahr 2018 bereits zum elften Mal in Folge seinen eigenen Besucherrekord des jeweiligen Vorjahres ein. Insgesamt reisten im letzten Jahr 4.732.280 internationale Touristen ein, das waren 1,3% mehr als 2017. Für 2019 rechnet man mit einer Fortsetzung des positiven Trends, denn das Jahr begann bereits mit einem Plus von 10%, bis Jahresende erwartet man 5,1 Millionen Touristen, das entspräche einem Anstieg von 7%.

Der Touristenstrom in den ersten vier Monaten des letzten Jahres war rückläufig, wobei man noch die Auswirkungen der durch den Hurrikan Irma ausgelösten Schwierigkeiten für die Vermarktung der Destination in der Saison 2017-2018 zu spüren bekam. Die Erholung der Branche auf der Insel begann im Sommer 2018, der einen globalen Anstieg von 5,2% im Vergleich zu 2017 und von 31% im Vergleich zum Jahr 2016 mit sich brachte. Das geht aus den

offiziellen Statistiken hervor, die der kaufmännische Leiter des Tourismusministeriums (Mintur), Michel Bernal, in einer Pressekonferenz vorstellte.

Die positiven Zahlen stabilisierten sich ab September mit einem Anstieg von 45%, weiter ging es mit einem Plus von 17% im Oktober und 18,5% im November. Die vorläufigen Daten, die am 18. Dezember erhoben wurden, verweisen auf einen Anstieg von 6% auf 4,5 Millionen Touristen, was bereits auf einen neuen Besucherrekord 2018 hinwies.

Wie die offiziellen Quellen zeigen, ist Kanada weiterhin der wichtigste Quellenmarkt für Kuba, bereits seit acht Jahren in Folge kommen von dort eine Millionen Touristen. Für 2019 werden 1,3 Millionen Touristen erwartet, damit würde man an den Rekord kanadischer Besucher aus 2015 anschließen.

Zweitwichtigster Markt ausländischer Touristen sind für Kuba die

USA, dessen Wachstum sich vor allem aus dem Kreuzfahrttourismus ergibt, die bevorzugte Art der US-Amerikaner, nach Kuba zu reisen. Bis zum 13. Dezember zählte Kuba genauso viele Besucher aus den USA wie im Vergleichszeitraum 2017.

Auffällig ist der Rückgang der Zahl der Reisenden aus den wichtigsten europäischen Märkten im Vergleich zu 2017, allen voran Frankreich, Deutschland und Italien. Spanien war eine Ausnahme, 2018 kamen in etwa genauso viele Reisende wie im Vorjahr. Dieser Rückgang wirkt sich negativ auf die Zahl der internationalen Bettenächte aus, also die Zahl der Übernachtungen in Hotels. Daher ist die Rückgewinnung des Volumens in diesem Bereich Mittelpunkt der Bemühungen des Mintur in diesem Jahr 2019.

Im letzten Jahr verzeichneten einige Märkte entscheidende Zuwächse, was den Touristenstrom nach Kuba angeht: Russen, Mexikaner, Brasilianer, Auslandskubaner, Chinesen und Kolumbianer.

Was die Reisewege angeht, informierte der kaufmännische Leiter des Mintur, dass die Einreisen auf dem Luftweg im letzten Jahr um 6% anstiegen, die wichtigsten internationalen Flughäfen sind nach wie vor Havanna und Varadero, gefolgt von Santa Clara und Jardines del Rey. Letztere war die Destination mit dem größten Aufschwung.

Gleichzeitig nahm die Zahl der Einreisen auf dem Seeweg um 48% zu, wobei Havanna der wichtigste Hafen war. Im Jahr 2018 kamen rund 850.000 Kreuzfahrtpassagiere nach Kuba. ■



Ein Flug, viele Ziele

Wähle das Erlebnis...



La Habana
Telf.: (53) 7838 4597
E-mail: comercial@opcional.cbtur.cu

Cayo Coco
Telf.: (53) 3330 1264
E-mail: comercial.cav@cubatur.cav.tur.cu

Holguín
Telf.: (53) 2443 0430, 2443 0170
E-mail: comercial@hog.cubatur.tur.cu

Cayo Largo
Telf.: (53) 4524 8258 / 18 / 4524 8006
E-mail: directorcayo@cubaturcayo.cubds.co.cu

Santiago de Cuba
Telf.: (53) 2271 4181 / 82 / 83
E-mail: noel.rosell@cubaturstgo.tur.cu

 Agencia de Viajes Cubatur
 @CubaturCuba

VERKAUFSFILIALE IM AUSLAND
Calle F No 157 e/ Calzada y 9na.Vedado.Plaza.La Habana Cuba.
Telf: (53) 78354115 E-mail: director@centra.cbt.tur.cu

www.cubatur.cu



Trotz allem DIE AMERIKANER REISEN WEITER NACH KUBA



Havanna.

Lic. Teodoro Cabrera
tjcmartin60@gmail.com

Nach einem Jahrzehnt, in dem der kubanische Tourismus relativ einfach Jahr für Jahr die eigenen Rekorde eingestellt hat, musste er sich im gerade zu Ende gegangenen Jahr sehr anstrengen, um knapp über die Vorjahreszahl von 4,7 Millionen Touristen zu kommen. Zum Jahresabschluss war die Zahl der Besucher aus Kanada –der wichtigste Quellenmarkt– um zwei Prozent gesunken, ebenso waren weniger Besucher aus Frankreich, Deutschland, Spanien, Großbritannien und Italien gekommen; dieser europäische Block war immer einer der Grundpfeiler der kubanischen Tourismusindustrie. Daher fühlt sich das Tourismusministerium dazu aufgerufen, neue Anstrengungen in dieser Region zu unternehmen. Dagegen stieg die Zahl der Besucher

aus Nordamerika an. Die US-Bürger haben es geschafft, die Gastfreundschaft der Kubaner trotz der Verfolgung durch ihre Regierung genießen zu können – das taten sie 2018 sogar noch mehr als im Vorjahr, als 1,17 Millionen US-Bürger die Insel besuchten. Es ist zu bemerken, dass es, abgesehen von der eisernen Wirtschaftsblockade gegen die Karibiknation seit 1962, den US-Bürgern seit den 90er Jahren auch noch untersagt ist, mit touristischen Absichten nach Kuba zu reisen. Die schüchternen Versuche der Regierung von Barack Obama, diese Regelungen allmählich zu durchweichen, werden von der Regierung Trump systematisch wieder zunichte gemacht. Diese untersagte private Reisen und veröffentlichte eine Liste von Orten und Dienstleistungen in Kuba, die für ihre Bürger tabu sind – diese Liste umfasst fast alle besten Hotels in Havanna und in anderen Destinationen im Land.

Die neuen Maßnahmen einer dem Präsidenten Trump nahe stehenden Machtgruppe, zu der einige der ältesten und entschlossensten Gegner der Kuba-Beziehung gehören, haben dazu geführt, dass weniger US-Amerikaner auf dem Luftweg einreisen können, was entscheidend zum sechsprozentigen Rückgang der gesamten Einreisen auf dem Luftweg in Havanna, Varadero, Santa Clara und Jardines del Rey beigetragen hat. Dagegen stieg aber die Zahl der Touristen, die auf dem Seeweg ins Land kamen, um 48%.

Der einfachste Weg

Im Jahr 2018 stellten die Kreuzfahrer in Kuba einen neuen Rekord auf. 29 Schiffe legten insgesamt 320 Mal in den Häfen von Havanna, Santiago de Cuba und Cienfuegos an, 595.000 Passagier gingen an Land – ohne die 210.000 Besatzungsmitglieder und Servicepersonal zu zählen. 195 von den insgesamt 320 Zwischenstopps in kubanischen Häfen wurden von Schiffen eingelegt, die aus den USA nach Kuba kamen, das entspricht 61%. Die großen nordamerikanischen Kreuzfahrtunternehmen hatten die enorme Nachfrage nach Kuba-Reisen schon lange entdeckt; aber die Tatsache, dass sie nicht von den Maßnahmen betroffen waren, die im November 2017 gegen den kubanischen Tourismus verhängt wurden, machte Kreuzfahrten schnell zum einfachsten Weg, das verbotene Land zu bereisen, ohne die neuen, noch wenig durchdachten Regeln zu verletzen. Ein Bericht vom 4. November jenes Jahres, der vom U.S. – Cuba Trade and



Baconao, Santiago de Cuba.

Economic Council, Inc. mit Sitz in New York erstellt wurde, schätzte die Einnahmen der drei Unternehmen, die Kuba anliefen (Norwegian, Carnival y Royal Caribbean), zwischen 2017 und 2019 auf 623 Millionen Dollar; demnach war vorgesehen, dass sie in der Zeit 286 Fahrten auf die Insel mit ins-

gesamt 455.000 Passagieren durchführen würden. Ende des Jahres erwiesen sich aber die Vorausberechnungen aufgrund der verstärkten Nachfrage als unrichtig. So hat zum Beispiel der Gigant Carnival Cruise Line –eine der drei Gesellschaften, die für die Studie berücksichtigt wurden-

seine Streckenplanung für die Insel auf fast hundert Reisen bis 2020 erweitert, bei denen sieben Häfen im Golf und an der Ostküste angelaufen werden.

Nach Kuba zu reisen ist noch legal
Viele Reiseveranstalter und Agenturen haben nach dem Studium der neuen Verbote beschlossen, dass sie das Reiseziel noch mit aller Sicherheit anbieten können. So gibt es eine interessante Arbeit von Bloomberg über die Möglichkeiten des kubanischen Marktes in der „Post-Obama“ Ära, die im vergangenen Juli veröffentlicht wurde; Chad Olin, Gründer und Leiter von Cuba Candela, einem Unternehmen für Luxusreisen auf die Insel, wundert sich, für wie viel Verwirrung die Ankündigung der neuen Einschränkungen mit sich gebracht hat. Aus dem Artikel geht hervor, dass es



Kuba, Essenz der Karibik, Luxus Europas









hostalbalear.com

trotz der allgemeinen Überzeugung für die Nordamerikaner tatsächlich immer noch möglich ist, individuell nach Kuba zu reisen – und gerade das ist die Spezialität von Olins Cuba Candela – und vieler anderer Unternehmen. Cuba Candela nutzt eine Gesetzeslücke, die es Unternehmen – nicht aber Einzelpersonen – ermöglicht, sich für Lizenzen für Verbindungen zwischen den Völkern zu bewerben oder die sogenannten Lizenzen Support for the Cuban People zu nutzen. Wie er sagt, braucht man für beide Gesetzeskenntnis, vor allem, weil die Lizenzen Support for the Cuban People bestimmte Voraussetzungen erfordern, die nur sehr vage formuliert sind. „Wir arbeiten mit den besten Anwälten des Landes an den Reisebestimmungen für Kuba, unsere Dokumentation wird von unserem Rechtsberater stets überprüft und für gut geheißen“, erklärt Olin.

Trotz allem ist für den normalen Nordamerikaner die Entscheidung, nach Kuba zu reisen, wieder zu einer komplizierten Angelegenheit geworden.

Die Rückkehr alter Methoden

Obwohl man nicht frontal den Gesellschaftspakt angreift, der zur Wiederaufnahme der bilateralen Beziehungen führte, ist es doch die Absicht der Regierung Trump, die vermeintlichen Zugeständnisse der Regierung Obama an die Insel wieder zurückzunehmen. Dies findet in einer Reihe politischer Maßnahmen Ausdruck, es gibt neue Formen für alte Druckmethoden und negativer Propaganda, die schon zuvor gescheitert waren, die aber zumindest vorübergehend den Tourismus beeinflussen können.

Obwohl das natürlich frustrierend ist, ist die neue Situation für Kuba nichts wirklich Neues. Man hat sich an die

Welle von Kreuzfahrttouristen angepasst – denen man eine Vielzahl von Ausflügen und Aktivitäten an Land anbietet – und vertraut darauf, in diesem Jahr die Rekordzahl von fünf Millionen internationalen Besuchern zu erzielen, ein Ziel, das man im letzten Jahr aufschreiben musste.

Die Insel verzeichnet eindrucksvolle Zuwächse bei neuen Märkten wie Russland (Zuwächse von 30%), Mexiko (23%), Brasilien (16%), Auslandskubanern (20%), China (10%) und Kolumbien (10%). Das Mintur hat in Europa noch viel Arbeit vor sich und lenkt den Blick auf potentiell interessante Märkte wie China, Japan, Indien oder Südafrika; gleichzeitig erforscht man neue Märkte wie Holland, Osteuropa, Skandinavien oder die Türkei.

Kuba lässt sich mit seinen ehrgeizigen Plänen für die Entwicklung des Tourismus nicht aufhalten. ■



Der Reiz der Tradition



Wo Geschichte und Kulturerbe zum Komfort werden. Erleben und entdecken Sie Kuba mit der Vertrautheit der Hoteles E von Cubanacán, die Ihnen Luxus in Städten des Kulturerbes bieten.



- hotel roc presidente**
Havana · Kuba

• Hauptbüro Spanien
Enric Alzamora 6, 8º
07002 Palma de Mallorca.
Tlf: (+34) 971 213 090
www.roc-hotels.com
- hotel roc arenas doradas**
Varadero · Kuba

• Zweigstelle Andalusien
Avda. Isabel Manoja 9
29620 Torremolinos.
Tlf: (+34) 952 051 308
www.roc-hotels.com
- hotel roc barlovento**
Varadero · Kuba

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



cubanacanHoteles
 @CubanacanHotel

www.hotelescubanacan.com / www.cubanacan.cu



HAVANNA: ECHT, WUNDERBAR UND EINZIGARTIG

Aloida Rodríguez Álvarez
Direktorin CIDTUR/FORMATUR

Als am 16. November 1519 unter dem üppigen Kapokbaum, der den Platz schmückte, die erste Messe und der erste Gemeinderat abgehalten wurde, war das Echte Havanna geboren, das aus der Verbindung des Alten und des Neuen Dorfes entstand. Diese Körperschaft hieß ab diesem Moment – und bis in alle Zukunft – San Cristóbal de La Habana. Eine der schönsten und am besten erhaltenen Städte der Welt, in der – genau wie in ihren herrlichen spitzengleichen Gitterwerken – der wunderbare Zauber ihrer Kolonialarchitektur mit der respektvollen Moderne ihrer neuen Gebäude verwoben ist.

Havanna, Wunderstadt, wie sie von Hunderten Menschen aus der ganzen Welt genannt wird, gibt sich vollständig denen hin, die in ihr wohnen, die sie besuchen oder durch sie spazieren. Sie ist der Stolz der Nation, bietet allen die Schönheit ihrer unterschiedlichen Landschaften dar und teilt sie mit ihnen, ebenso wie ihre kulturellen Güter und ihre einzigartigen Bewohner. Durch ihre großartige Bucht fahren heutzutage Kreuzfahrtschiffe, die hier einen Mutterhafen mit den besten nur erdenklichen Bedingungen vorgefunden haben. Ganz vorne, das unverwechselbare Schloss Tres Reyes del Morro – Stolz und Symbol der Stadt –, das mit seinem Leuchtturm die Seefahrer leitet und mit seinem Leuchtfeuer unsere Küsten bewacht.

Teil dieser Vision ist der wunderbare Boulevard Paseo de Prado, ein baumbeständiges Band mit Marmorbänken und Bronzelöwen, das den Wanderer zum Verweilen einlädt, ihn einige



Havanna.

Momente im Schritt innehalten lässt, um –die Meeresbrise genießend– die eindrucksvolle Kuppel des Kapitols zu bewundern, die gerade restaurierte Schule Rafael María de Mendive – in deren Hörsälen José Martí studierte–, die Nationale Ballettschule Fernando Alonso und die beeindruckende Fassade des alten Spanischen Casinos zu betrachten, das heute der Palacio de los Matrimonios ist.

Von hier aus kann er auch die Bollwerke sehen, die von der Burg San Salvador de la Punta übrig geblieben sind, oder die wunderbaren Hotels, die sich harmonisch in die Umgebung einpassen und an das historische Stadtzentrum des Alten Havanna angrenzen, ein Ort, den es zu teilen, bewohnen, pflegen und für die Zukunft zu bewahren gilt. Wie der Stadthistoriker Dr. Eusebio Leal Spengler in der Chronik vom 13. November 2014 festhielt: «...Im Oktober des Jahres 1994 unterzeichnete der Chefkommandant Fidel Castro das Gesetzesdekret 143, das dem Büro des Stadthistorikers im Einklang mit allen Organismen und Einrichtungen des Staates ... die höchste Verantwortung

dafür übertrug, das Legat einer der schönsten Städte der Welt zu retten, auch wenn dies Zeiten der Dringlichkeit und der Schwierigkeiten seien: die epische Hauptstadt der Kubanischen Revolution... » So ist es seither geschehen. Die Arbeit des Stadthistorikers von Havanna verdient die ewige Dankbarkeit der Kubaner. Seine unermüdlichen Bestrebungen zur Restaurierung und Erhaltung der Hauptstadt zählen auf die Unterstützung durch die Regierung und das Volk. Und Dr. Leal, ein leidenschaftlicher Kämpfer für diesen Traum, unermüdlicher Wächter der Beharrlichkeit, betont immer wieder: «Viele Menschen haben dieses Projekt im Lauf der Jahre unterstützt, ein wunderbares Projekt, ein Projekt der Träume, bei dem es darum geht, das Immaterielle, Ungreifbare mit dem Greifbaren, den Gewissheiten zu verbinden, der Monumentalität der Stadt, ihren Museen und Straßen einen Sinn zu geben und vor allem zu erreichen, dass die Menschen stolz auf Havanna sind, deren Geschichte es verdient, dass sie diesen Stolz verspüren.» Havanna ist auch ein Muss für Reisen-

de aus aller Welt. Mehr als 50 Prozent aller Besucher der Insel reisen über die Hauptstadt ein, daher ist sie es, die das Image des Tourismus in Kuba definiert. Faktoren wie das Wachstum des Hotelangebotes in diesem Gebiet wurden

rief er aus, nachdem er der Delegierten des Tourismusministeriums in der Hauptstadt, Xonia Beltrán, die Ernennung als Sitz der diesjährigen Messe überreichte. Ehrengast bei der FITCuba 2019 ist Spanien, das diese Ehre mehr



Gran Teatro von Havanna Alicia Alonso.

von der O.H. und dem Tourismusministerium der Republik Kuba (MINATUR), das am 21. April 1994 gegründet wurde und sein 25. Gründungsjubiläum feiert, mit extremer Vorsicht gehandhabt. Bei der Ausübung der Leitfunktionen im Bereich Tourismuspolitik ist die nachhaltige Tourismusedwicklung des Landes allererste Priorität, denn die abgasfreie Industrie muss verantwortungsvoll, nachhaltig und haltbar sein. Im Rahmen dieses Entwicklungsprogramms werden noch vor November 2019 im Alten Havanna die Hotels Prado und Malecón, das Gran Hotel und das Hotel Cueto ihre Türen öffnen. Die neuen Investitionen zielen darauf hin, ein sehr wettbewerbsfähiges und hochwertiges Hotelangebot aufzustellen, wie es zum Beispiel bei den Hotels Manzana Kempinski und Gran Packard der Fall ist. FITCuba 2019 dreht sich in diesem Jahr um die 500-Jahr-Feier der Hauptstadt, eine gute Gelegenheit für ihre Neuaufstellung als Reiseziel, wie der kubanische Tourismusminister, Manuel Marrero Cruz, beim Abschluss der 38. Tourismusmesse feststellte. „Havanna gibt es nur einmal!“,

“
Halte inne, Wanderer, diesen Ort schmückt ein Baum, ein üppiger Kapokbaum, vielmehr ein eindrucksvolles Zeichen der Bedachtsamkeit und des alten Glaubens der jungen Stadt» ()*“

als verdient hat. Von hier aus geht der Zuwachs der Besucherzahlen in Kuba aus, Unternehmen dieses europäischen Landes sind führend beim Hotelmanagement in Kuba. Es waren eben spanische Hotelunternehmen, die in einem grundlegend wichtigen Moment für das Land nach Kuba kamen und damals bis heute bedingungslos auf das Reiseziel setzten und dabei eine Vision der Verpflichtung verfolgten, wie vor Kurzem der Executive Vice President und Vorstandsvorsitzende von Meliá Hotels International, Gabriel Escarrer Jaume, betonte. Genauso bedingungslos setzte Hos-

teltur seit seiner Ausgabe 64 im Juni 1999 auf Kuba, in der erstmals die Sektion Kuba als fester Bestandteil der Druckversion erschien. Das war der Beginn einer produktiven und sinnvollen Zusammenarbeit des Verlags mit der kubanischen Tourismusindustrie. HOSTELTUR Cuba ist zu einem Vorbild für die Fachleute der kubanischen Tourismusindustrie geworden, sowohl im unternehmerischen, institutionellen als auch im akademischen Bereich. Seine Texte waren Inspiration für Tausende kubanische Tourismus- und Hotellerie-Studenten, die das Magazin voller Wissensdurst lesen, konsultieren und als Referenz angeben. Hosteltur hat Millionen von Lesern auf der ganzen Welt das Image der Destination Kuba vermittelt und die aufstrebende Entwicklung ihres Tourismus aufgezeigt. Es war und ist Vermittler der wichtigsten Vorkommnisse, Nachrichten, Events und Aktionen rund um den kubanischen Tourismus und hat sein wahres Bild in einzigartigen Fotos der touristischen Regionen, die Kuba zu einem Ausnahmereiseziel machen, vermittelt. Zwanzig Jahre nach diesem Tag können wir uns am besten auf die Worte des Stadthistorikers beziehen: «Das wichtigste ist, dass Hosteltur sich immer darum bemüht hat, das tiefe, echte Kuba zu finden, und es mit der dem Tourismus eigenen Sprache zu vermitteln (...), die es versteht, das Reizvolle mit dem Wissenswerten zu verbinden.»(**)

So ist das Jahr 2019 Grund genug dafür, auf diesen Seiten dem Tourismusministerium der Republik Kuba, Hosteltur und der Stadt der Säulen, die tausendfach **WUNDERBAR, ECHT UND EINZIGARTIG** ist, ihre verdiente Ehre zukommen zu lassen.

(*) Fragment der Inschrift am sagenumwobenen Kapokbaum auf der Plaza de Armas.

(**) Leal Spengler, E. (Junio 2009). Hosteltur hat sich bemüht, das echte Kuba zu finden. Hosteltur, Spezialausgabe 10. Jubiläum in Kuba, S.10-11.

Kuba: Mehr Technologie und Verknüpfungen in 2019

Dr. José Enrique Salgado Febles
Dr. der Mathematikwissenschaften und
Inhaber des Lehrstuhls für Tourismus an der
Universität Havanna

Kuba ist und bleibt eines der gefragtesten Reiseziele der Karibik. Wie das zuständige Ministerium informiert hat, soll die Insel im Jahr 2019 insgesamt 5,1 Millionen internationale Gäste empfangen und mehr als 3 Milliarden Dollar mit dem Tourismus einnehmen, das wären 17,6% mehr als im Jahr 2018.

Diese Zahlen sind ein Ansporn für die Behörden, sich neue Ziele in Sachen Qualität zu setzen und die Standards der Einrichtungen und Dienstleistungen für 2019 und die Folgejahre zu verbessern. Insbesondere drei Aspekte laden dazu ein, ein besseres Jahr 2019 zu erwarten.

1.- Mehr Investitionen und Technologie

Auch in diesem Jahr wird der Tourismus eine der aktivsten Branchen sein, was die Investitionen aus dem Ausland angeht. Heutzutage werden 75% der Hotelbetten im Land im Rahmen ausländischer Investition geführt. Das Tourismusministerium (Mintur) hat weitere 140 Projekte auf den Tisch gelegt, deren Ziel es ist, weltweit angesehene Hotelketten dazu zu bringen, Hotels zu managen und zu kommerzialisieren. Ziel ist es, das touristische Angebot zu diversifizieren, neue Märkte zu erschließen und auch die Zweige abseits des Hotelbereiches zu fördern, insbesondere die Entwicklung von Immobilienprojekten im Zusammenhang mit Golfplätzen, Marinas und technologisch hochentwickelten Themenparks.

Geplant ist, dass alle neuen Investitionen die Nutzung der Informations-

Die jüngste Geschichte der Internet-Dienstleistungen in Kuba



- Januar 2013**
Das Unterwasserkabel Alba1 wird für die Nutzung freigegeben und es werden erste Proben für den Internetverkehr durchgeführt.
- Dezember 2018**
ETECSA kündigt den Beginn der öffentlichen Dienstleistung von Internetverbindungen über Mobiltelefone an.
- Juni 2013**
Die ersten 118 Internet-Salons werden eröffnet, in denen man sich öffentlich ins Internet einloggen kann. Heute gibt es 670 im ganzen Land.
- September 2017**
E-Mail-Empfang in Haushalten wird auf andere Bereiche des Landes ausgedehnt. Heute ist er in mehr als 60.000 Haushalten unter Vertrag.
- März 2014**
Der E-Mail-Service auf Mobiltelefonen wird zugänglich gemacht.
- Dezember 2016**
ETECSA kündigt den Probelauf für den Empfang von E-Mails in Haushalten im Alten Havanna an.
- Juli 2015**
Die ersten 35 öffentlichen Wifi-Hotspots werden eröffnet. Heute gibt es mehr als 1.200.

und Kommunikationstechnologien fördern sollen, insbesondere das Internet. Damit will man Reisende ansprechen, die nicht auf die Nutzung dieser Technologien verzichten wollen, für die das Internet ein wichtiger Aspekt im Hinblick auf die Wahl des Reiseziels ist und die während ihres Aufenthalts ständig verbunden sein wollen.

2.- Präsenz im Web und in den Sozialen Netzwerken

Mit der Verbreitung des Internets und seiner mobilen Nutzung wird die Website zum wichtigsten Instrument für Marketing, Information und die Unterstützung der Kommerzialisierung der Unternehmen in der Branche. Die meisten Hotelketten, Reisebüros und ausländischen Reiseveranstalter, die mit Kuba arbeiten, bieten auf ihren Websites Informationen über kubanische Destinationen und touristische Produkte. Dazu gehören Meliá und Iberostar, die vor einiger Zeit eine gewisse Tendenz, das Angebot der Insel von dem anderer Destinationen zu trennen, überwunden haben.

Auch die kubanischen Tourismusunternehmen, Fluggesellschaften und Transportfirmen haben Websites, die vor allem der Werbung für das Reise-

ziel, seine Produkte und Dienstleistungen dienen. In den beiden letzten Jahren hat sich die Qualität der Inhalte, Bilder und Aktualisierungen erheblich verbessert. Einige haben sogar ein Niveau erreicht, das mit dem Durchschnitt ihrer Wettbewerber im Ausland vergleichbar ist.

Das Mintur entwickelt sorgfältig die Onlinewerbung der wichtigsten touristischen Gebiete des Landes, auch wenn die Qualität einiger Sites den Schönheiten der Insel noch nicht gerecht wird. Die Kampagne Das Echte Kuba hat für viele Fortschritte gesorgt, insbesondere durch die offizielle Website der Destination, CubaTravel (www.cuba.travel), die auch die Möglichkeit von Onlinebuchungen und -reservierungen zahlreicher Hotelketten bietet. Man erkennt ein gestiegenes Interesse, die Qualität, Aktualisierung und Positionierung der Sites zu verbessern und sich den Veränderungen der Algorithmen der Suchmaschinen, die die meisten Zugänge schaffen, anzupassen. Manager und kaufmännische Mitarbeiter sind bereits daran gewöhnt, die Daten, die ihre Sites hervorbringen, zu analysieren. Eine Aufgabe, die noch bevorsteht, ist vielleicht die Übersetzung der Sites in mehr Sprachen im

www.royaltonresorts.com
www.memoriesresorts.com
www.starfishresorts.com

BlueDiamond
Resorts

Variety of Resorts and Services in Cuba's
Major Tourist Destinations to satisfy all our Clients



HAVANA Memories Miramar Habana / Starfish Montehabana JIBACOA Memories Jibacoa VARADERO Royalton Hicacos / Sanctuary at Grand Memories Varadero / Grand Memories Varadero Memories Varadero / Starfish Cuatro Palmas / Starfish Las Palmas / Starfish Varadero CAYO SANTA MARIA Royalton Cayo Santa María / Sanctuary at Grand Memories Santa María Grand Memories Santa María / Memories Paraíso / Starfish Cayo Santa María / Starfish Tropical CAYO COCO Memories Flamenco / Memories Caribe HOLGUÍN Memories Holguín TRINIDAD Memories Trinidad del Mar



www.bluediamondresorts.com

Einklang mit den wichtigsten Quellenmärkten.

Andererseits gibt es eine intelligentere und aktivere Präsenz in den Sozialen Netzwerken. Noch bis vor ein paar Jahren gab es fast keine Referenzen kubanischer Tourismusunternehmen in den Sozialen Netzwerken. Heute erkennt man schon den Effekt einer Strategie für Werbung und Kommerzialisierung des Tourismus im so genannten Web 2.0.

Entsprechend der Gewohnheiten des neuen Touristen haben die zentralen Büros der kubanischen Hotelketten und Reisebüros offiziell community manager ernannt und in jedem Hotel gibt es einen Spezialisten, der die Präsenz in den Netzwerken überwacht und steuert. Die Meinungen der Touristen und die Rankings in den verschiedenen Kategorien dienen als Basis für Marketing- und Verkaufsstrategien und sind eine Möglichkeit, mit relativ geringen Kosten diese User als Kunden zu gewinnen.

Man kann schon einige Beispiele sehen. Hotels in Guardalavaca und Santa Lucía beantworten geschickt die Kommentare der Kunden auf Tripadvisor, und ein neuer "Blogger auf Facebook" wirbt für die Reize der Cubanacán-Hotels. Der Minister Marrero selber hat sein neues Twitter-Konto eingerichtet und folgt damit dem Beispiel und der Bitte des Präsidenten des Landes.

3.- Bessere Internetverbindung

Nichts von alledem wäre möglich, ohne die Infrastrukturen der Tourismuseinrichtungen und die Internetverbindung zu verbessern. Bisher ist der kabellose Zugang, bei den Touristen aus aller Welt am meisten gefragt, noch Zukunftsmusik.

Obwohl es so genannte Wifi-Bereiche in einigen Gebieten gibt, ist der kabellose Internetzugang in den wichtigsten kubanischen Hotels noch nicht generell verfügbar, in einigen Strand-Destinationen existiert er praktisch nicht. Nicht einmal das Terminal für internationale Flüge auf dem wichtigsten Flughafen des Landes bietet offenen

kabellosen Internetzugang.

Das Tourismusministerium hat informiert, dass man daran arbeitet, kabellosen Internetzugang in allen Bereichen aller Hotels des Landes anzubieten, ebenso wie an den Stränden und in Bussen. Dies sei Teil eines Prozesses der digitalen Umwandlung des Tourismus in Kuba, die ersten digitalen Destinationen des Landes sollen Cayo Santa María und Cayo Largo sein.

Für die Insel ist ein Programm sauberer Energien verabschiedet worden, mit dem man die Stromerzeugung von 4% auf 24% im Jahr 2030 steigern will, wobei ein Konsum von 30.000 Gigawatt in 2030 zugrunde gelegt wird; aktuell werden 20.000 Gigawatt verbraucht.

Die wichtigsten Investitionen, die man plant, sind 25 Biomasse-Dielektrika, die, an Zucker-Zentralen angeschlossen, im Jahr 2030 für die Produktion von 14% der Energie zuständig sein werden. Dafür wird man den Trester aus dem Zuckerrohr nutzen.

Die restlichen Projekte drehen sich um 13 Windparks, aus denen 6% der Energie kommen soll, 700 Megawatt sollen in Solaranlagen gebündelt werden und 56 sollen aus kleinen Wasserkraftwerken kommen.

Andererseits hat der nationale Markt der Telekommunikation einen enormen Aufschwung erlebt. Wie aus den Daten des Nationalen Statistikamtes (ONEI) und ETECSA hervorgeht, gibt es im Moment mehr als 5,3 Millionen Nutzer von Mobiltelefonen, von denen mehr als 2 Millionen seit dem 6. Dezember letzten Jahres über diese Geräte ins Internet gehen.

Schon seit einiger Zeit konnten sich Roaming-Nutzer in Kuba über das 3G-Netz ins Internet einloggen; jetzt wurde das Netz für alle Nutzer von Cubacel ausgeweitet, wodurch die Verbindung verbessert und die Preise für die Besucher gesenkt werden, denn die können sich über den Zugang von ETECSA einwählen, auch wenn sie kein Roaming bei ihrem Anbieter haben. Diese Situation wird dazu führen, dass im Land die Entwicklung neuer Apps für Telefone vorangetrieben wird, damit Reisende und Touristen sich informieren können und in jeder Destination die besonderen Attraktionen finden.

Schlussfolgerung

Die Eröffnung neuer Hotels und Ein-

richtungen im gehobenen und Luxussegment, die allmähliche Ausweitung des Zugangs zu den neuen Technologien und vor allem mobiles Telefonieren und Internet, die Einführung neuer Maßnahmen für die Ausweitung sauberer Energien und die so genannte „Aufgabe Leben“ gegen den Klimawandel, die den Schutz der Strände und Küsten zum Ziel hat – all das sind fundamentale Faktoren für eine erfolgrei-

che Strategie, um die Veränderungen handhaben zu können, die der verknüpfte und intelligente Reisende des 21. Jahrhunderts in den Märkten und Destinationen erforderlich macht.

Diese nationale Strategie wird man entsprechend der Entwicklung des Landes und der Prioritäten des Staates verfolgen, um Kuba mittelfristig zu einer intelligenten Destination zu machen. Trotz der aktuellen Mängel ist das Personal gut vorbereitet, was man an der großen Zahl der Personen sieht, die sich schon an die neuen Technologien angepasst haben. Eine kürzlich durchgeführte Studie der Weltbank bezeichnet Kuba als das Land Lateinamerikas, das am besten vorbereitet ist, um die neuen Telekommunikationstechnologien effizient zu nutzen – beim Vergleich von 157 Ländern weltweit kommt Kuba auf Platz 14.

Sicherlich wird die Reise- und Tourismusbranche auf Kuba im Jahr 2019, in der Hitze der Ereignisse rund um die 500-Jahr-Feier Havannas, große Schritte dabei machen, das Reiseziel im Internet zu stärken. Und obwohl es noch so viel zu tun gibt, wird man es schaffen. ■

Barceló

HOTEL GROUP

Varadero Resort By **Barceló**

Barceló Solymar
Occidental Arenas Blancas
allegro Palma Real



Kuba. Der beste Ort, er beste Urlaub

Wir von Barceló Hotel & Resorts machen jeden Ort zum besten Ort. Wir ziehen die Essenz aus der einheimischen Kultur, laden zum Entdecken der entlegensten Ecken ein und kümmern uns für unsere Gäste auch um die aller kleinsten Details. Nur so können wir erreichen, dass Ihr Urlaub zum besten Urlaub wird.



Carretera Las Américas Km 3.5
Varadero 1 Cárdenas 1 Matanzas 1
Cuba. Teléf. y Fax: (53 45) 66 8798

www.barcelo.com

Reservierungen:

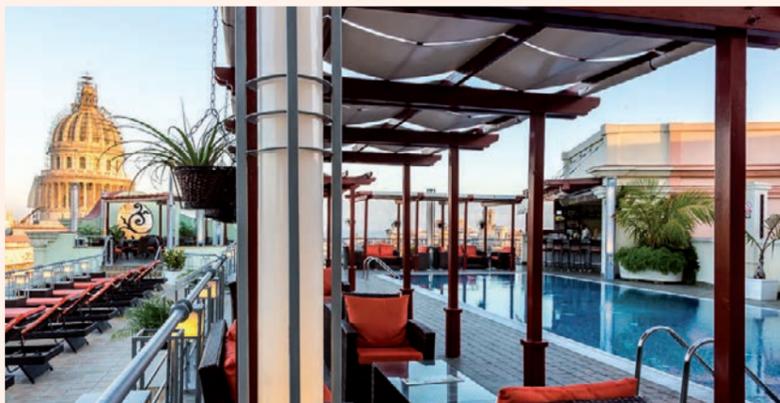
reserva@resortsolymar.gca.tur.cu
rsv@resortsolymar.gca.tur.cu
reservas@palmareal.gca.tur.cu

Hotel Saratoga Stets bei den Reisenden beliebt

Das Hotel Saratoga steht hoch in der Gunst der Reisenden, die den authentischen und traditionellen Komfort der kubanischen Kultur erleben wollen. Das Hotel startet ins Jahr 2019 mit neuen Angeboten, damit die Gäste im klassisch eleganten Ambiente des Hauses unwiederbringliche Momente erleben können.

Das Essen ist ein wichtiger Teil der Kultur jeder Gesellschaft, und die Beziehung zur aus der Natur kommenden Nahrung in Verbindung mit der technologischen Entwicklung haben sich darauf ausgewirkt, was und wie wir essen, wie wir an unsere Nahrung kommen und wie wir sie zubereiten. Der Wandel wirkt sich auch auf die Zeiten des Konsums aus, die Essenszeiten, wo wir essen und mit wem. Es ist eines der kulturellen Elemente, die einer Gemeinschaft, einem Volk und der Gesellschaft generell zu ihrer Identität verhelfen.

Dreizehn Jahre nach seiner Wiedereröffnung im Jahr 2005 und anlässlich des 499jährigen Bestehens von San Cristóbal de La Habana präsentiert das Hotel ein neues Konzept seiner gastronomischen Dienstleistungen. In seinen Restaurants, und insbesondere im Restaurant "Anacaona", findet der Gast im intimen, gemütlichen



Ambiente die attraktiven Angebote eines Menüs aus der Autorenküche. Geschaffen wurde es von Chefköchen aus Kuba und Spanien, die durch die mutige Mischung von Geschmäckern eine historische Fusion beider kulinarischen Kulturen zustande gebracht haben: süß, salzig, neue Texturen – Exquisites für den Gaumen. Und ja: **eine gute Präsentation ist wichtig.** Aber dabei darf man nicht vergessen, was wirklich wichtig ist, nämlich **der Geschmack:** «Nach spektakulären Präsentationen gibt es viele leere Teller». **Ohne Geschmack gibt es kein ausgezeichnetes Gericht,** da kann es noch so schön auf dem Teller dekoriert sein. Ziel ist es hier, eine traditionelle Küche mit eigener Identität in Havan-

na zu bieten und sich an die Spitze des guten Geschmacks zu setzen, um zu einem neuen gastronomischen Vorbild in der kubanischen Hauptstadt zu werden. Das Menü wird dem Gast die Geheimnisse erzählen, die nur die Chefköche durch die Aromen und die althergebrachte Kultur aus beiden Welten zu vermitteln wissen. Dabei spielen die Gerüche und Geschmäcker einfacher Zutaten wie Knoblauch und Rosmarin eine wichtige Rolle, die bei der Neuerfindung der traditionellen Küche ihre Magie ausüben.

Beim Essen im Restaurant Mirador des Hotels genießen die Gäste einen wundervollen Panoramablick, der jetzt durch eine Umgestaltung der Räumlichkeiten noch hervorgehoben wird. Das neue Ambiente ist komfortabler und farbenfroher und vermischt minimalistische Elemente mit den traditionellen Strukturen aus Holz und einer einzigartigen Vegetation, die auf unverwechselbare Weise die gesamte Terrasse umgibt.

Sowohl die Gastgeber als auch die Gäste spüren das neue Leben, das heute im Hotel Saratoga erwacht.



Saratoga
HOTEL

BB BlueBay
Hotels

Neue Reiseziele, die Ihre nächsten Geschichten inspirieren können

BlueBay Hotels wächst weiter. Insgesamt sind 12 Hotels in den Arabischen Emiraten, Kolumbien, der Dominikanischen Republik und Ecuador hinzugekommen, so dass unsere weltweite Präsenz nun 43 Reiseziele und 62 Hotels zählt. Ideale Orte, an denen neue Geschichten entstehen können. Erinnerungswürdige und einzigartige Momente, um der Fantasie freien Lauf zu lassen.

Let your story begin...
#mybluebay



BLUE DIAMOND ALSALAM RESORTS *****GL

Besuchen
Sie uns an
STAND 104
HALLE 22A



Le ROYAL
HOTELS & RESORTS

BLUE DIAMOND

BlueBay
HOTELS & RESORTS

bellevue
HOTELS & RESORTS

Residéal

BlueBay Vacation Rentals

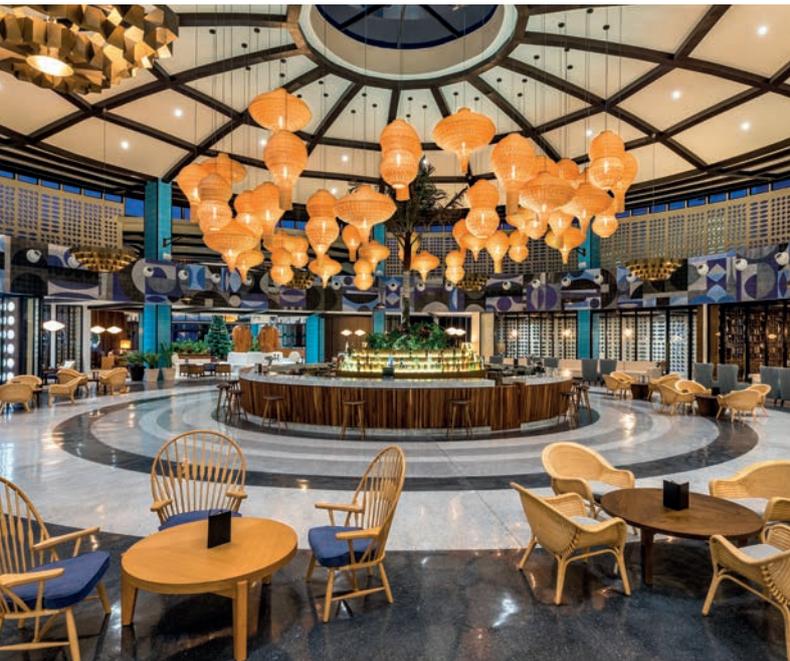
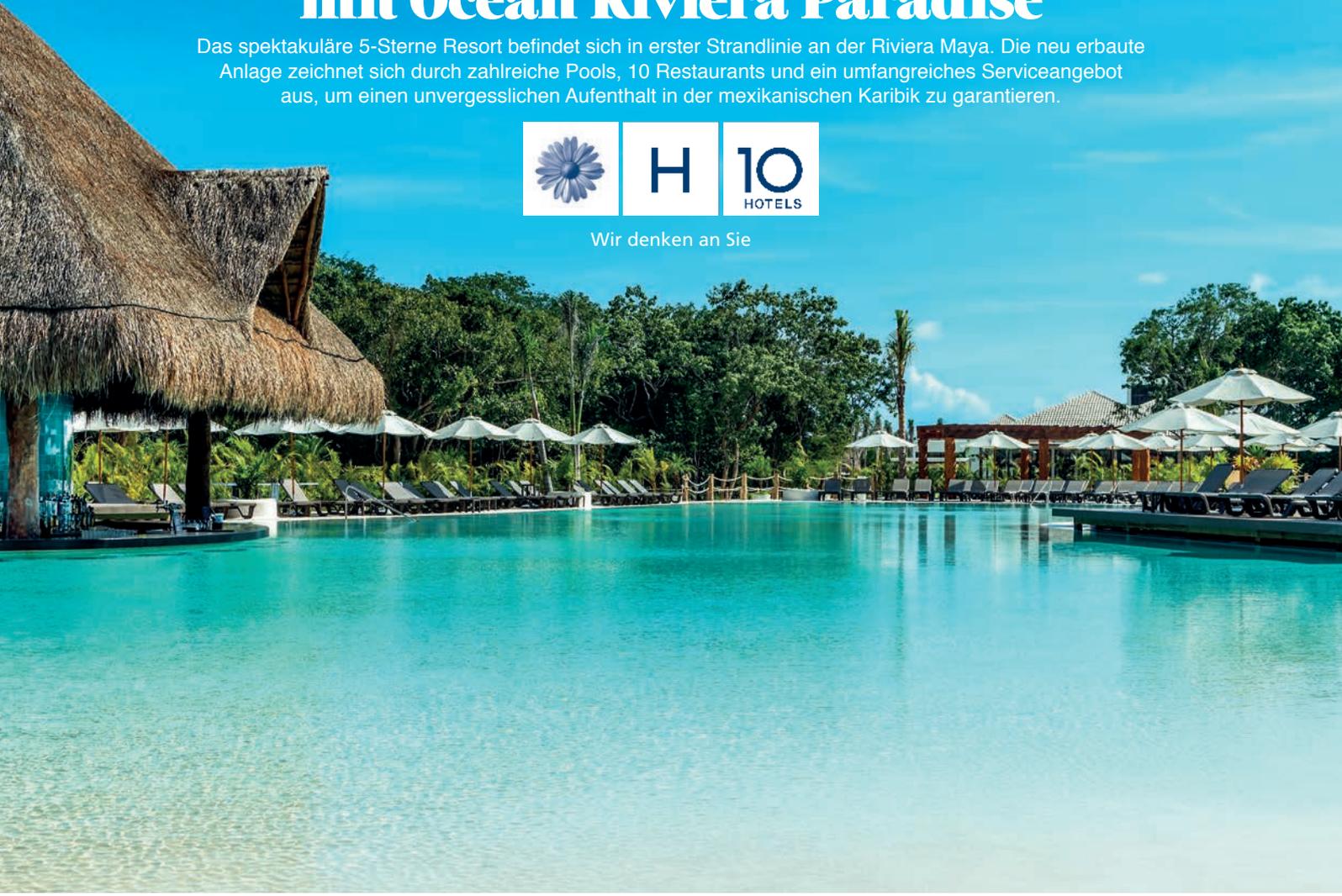
Ocean Riviera Paradise

Entdecke die Essenz der Karibik mit Ocean Riviera Paradise

Das spektakuläre 5-Sterne Resort befindet sich in erster Strandlinie an der Riviera Maya. Die neu erbaute Anlage zeichnet sich durch zahlreiche Pools, 10 Restaurants und ein umfangreiches Serviceangebot aus, um einen unvergesslichen Aufenthalt in der mexikanischen Karibik zu garantieren.



Wir denken an Sie



Crta. Federal Cancún Chetumal, km 296, Manzana 020, Lote 007-1, Playa Xcalacoco / 77710-Playa del Carmen / Riviera Maya, Mexiko

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

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

www.h10hotels.com