

GOSTELTUR

KOMMUNIKATION FÜR DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT

Spanien

Natürliche Schönheit

S'arenal des Moro
Menorca, Balearen
(Mehr Info Seite 20)

MÄRZ 2020

4
NEUE HOTELS
2020



HM Ayrón Park



beach,
fun &
whala!

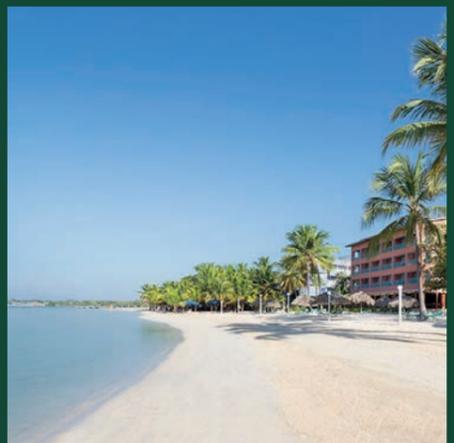
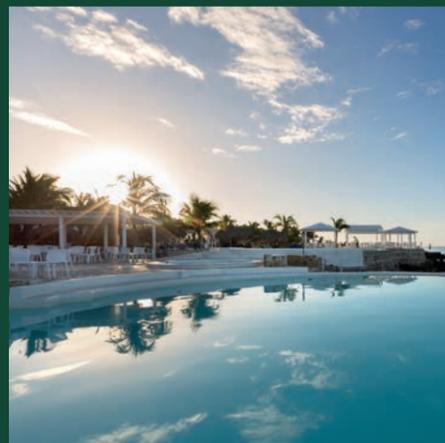
whala!fun

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

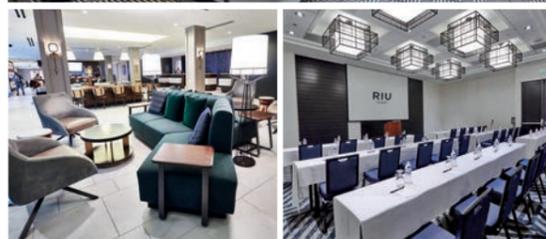
DOMINIKANISCHE REPUBLIK: whala!bocachica | whala!bayahíbe | whala!bávaro | whala!urban punta cana
MALLORCA: whala!beach | whala!fun | whala!isabela

HM hotels

whala!hotels



Neue Eröffnung in San Francisco



WILLKOMMEN IM HOTEL RIU PLAZA FISHERMAN'S WHARF

Das Hotel Riu Plaza Fisherman's Wharf befindet sich in der Nähe vom Pier 39, eines der bekanntesten Viertel von San Francisco und bietet Ihnen die besten Dienstleistungen für einen unvergesslichen Aufenthalt.

- 531 voll ausgestattete Gästezimmer
- Restaurant und Bar mit Frühstücksbuffet, Mittag- und Abendessen a la carte
- Fitnessraum
- 11 Konferenz- und Meetingräume
- Swimmingpool im Außenbereich, Sonnenterrasse mit Liegen
- WiFi im gesamten Hotelbereich gratis

Information und Reservierungen: Tel: + 1 415 362 55 00 | sales.fw@riu.com

BERLIN · DUBLIN · GUADALAJARA · MADRID · MIAMI · NEW YORK · PANAMA · SAN FRANCISCO

As you like it

RIU
PLAZA

Editorial

Authentisch natürlich, überraschend einzigartig

In einem Moment, in dem die Tourismusbranche auf der ganzen Welt darum bemüht ist, ein zukunftsfähiges und nachhaltiges Modell zu entwickeln, arbeitet Spanien mit einem Engagement an diesem Ziel, das über jede Modeerscheinung hinausgeht. Das Land wertet seine Ressourcen auf, schützt seine spektakuläre Landschaft und sorgt für das Wohlbefinden von Besuchern und Einwohnern.

Eine Reise nach Spanien ist auch 2020 ein Grund zur Freude für Millionen Deutsche, die die wunderbaren Strände in noch besserem Zustand vorfinden: gepflegter, sicherer, moderner und besser zugänglich, mit zahlreichen Wassersportmöglichkeiten. Dazu kommen das Kulturerbe des Landes und Angebote rund um Shopping, Gastronomie oder Weinreisen, das ständig erneuert wird.

Spanien ist heute ein innovatives Reiseziel, das darauf brennt, seinen Besuchern die Geheimnisse seiner Geschichte zu zeigen, seine unterhaltsamen, spirituellen oder lustigen Traditionen, seine ausgezeichnete Kochkunst, seine Weine und die damit verbundene Kultur in allen Ecken des Landes. Dieses Angebot bezieht sich auf Freizeit und Business, denn die Destination stärkt ihre Positionierung im Bleisure-Segment. Das zeigt sich an den vollen Eventkalendern, den Möglichkeiten in den Städten und bei den spektakulären Urlaubshotels, in deren Renovierung und konzeptuelle Neugestaltung Milliarden von Euro investiert worden sind.

Die Aktivitäten am Reiseziel sind der wahre Gipfel der Erlebnisse, die Spanien auf allen Ebenen zu bieten hat: vom Klettern, Canyoning, Bungee Jumping oder Windsurfen für die Abenteurer bis hin zu ruhigeren Beschäftigungen wie Wandern, Radfahren, Reiten oder die Beobachtung von Vögeln am Tag und der Sterne in der Nacht.

Im ersten Sommer nach der Schließung eines der Reiseveranstalter, der jedes Jahr die meisten Besucher ins Land brachte, setzen die großen deutschen Veranstalter entschieden auf die spanischen Destinationen. Sie erhöhen die Flugkapazitäten und nehmen neue Resorts und Hotels in ihr Angebot auf und wissen dabei genau, dass sie ihren Kunden maximale Qualität und unvergleichliche Aktivitäten garantieren können. Ein Zeichen des Vertrauens und der Treue gegenüber dem schönsten Reiseziel im Mittelmeerraum.



Spanien bleibt führendes Reiseziel für Familien. Foto: Santa Eulària des Riu, Ibiza.

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
Esther Mascaró - Editor in chief:
redactorjefe@hosteltur.com · @esthermascaró

MADRID
José Manuel de la Rosa - Intermediation:
josemanuel.delarosa@hosteltur.com · @MaDelarosa

José Luis Ortega - Intermediation & Hotels:
jose.luis.ortega@hosteltur.com · @jlhosteltur

Carmen Porras - Economy & Cruise ships:
carmen.porras@hosteltur.com · @carmenhosteltur

Vivi Hinojosa - Innovation & Hotels:
vivi.hinojosa@hosteltur.com · @vivi_hinojosa

SEVILLA
Ángeles Vargas - Intermediation & Hotels:
angeles.vargas@hosteltur.com · @angelesvargaspe

PALMA DE MALLORCA
Diana Ramón - Transports & Economy:
diana.ramon@hosteltur.com · @dianaramonv

Taiana González - Hotels & Intermediation:
taiana.gonzalez@hosteltur.com · @taianahosteltur

BARCELONA
Xavier Canalis - Innovation & Economy:
xavier.canalis@hosteltur.com · @XavierCanalis

CUBA
María Eugenia Cobas - corresp@enet.eu

DIGITAL:
Ángeles Vargas - Coordinadora
angeles.vargas@hosteltur.com

Responsible for social media and community:
Lola Buendía - lola.buendia@hosteltur.com
@loluabuendia

NEW PROJECTS:
Ángela de Lara - angela.delara@hosteltur.com
@AngelaDeLara

ADVERTISING: Central:
Ángus López - angus.lopez@hosteltur.com
Tel.: 971 73 20 73

Madrid: Juan Carlos Martín
juancarlos.martin@hosteltur.com · @JCHosteltur
Tels.: 647 45 75 75 - 91 366 25 37

Barcelona: Iván Vega
ivan.vega@hosteltur.com · @ivanvegagarcia
Tel.: 93-4731693

Baleares: José Godoy
jose.godoy@hosteltur.com · @josehosteltur
Tel.: 971-73 20 73

LAYOUT: David Molina
david.molina@hosteltur.com · @davidhosteltur

PHOTOGRAPHY: Archivo Hosteltur

PRINTING: Ingrama, S.L.
HERAUSGEBER
Ideas y Publicidad de Baleares, S.L.
Joan Miró, 79 - 07015 Palma de Mallorca,
Baleares
Tel: 971 732073 - Fax: 971 737512
Depósito legal: PM298-1994
Member of **APP** Asociación de Prensa Profesional

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



Gute Vernetzung und der Wettbewerb im Mittelmeerraum sind die wichtigsten Themen

Spanien setzt weiterhin auf die Bindung eines treuen Touristen, der ganzjährig reist

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Das Jahr 2019 hat sich verabschiedet und viele große Herausforderungen sowohl für Spanien als auch für seine wichtigsten Quellenmärkte hinterlassen; in diesem Jahr 2020 müssen sich Destinationen und Unternehmen weiterhin um einen Tourismus mit mehr Kaufkraft bemühen, der außerdem die Ausdehnung der Saison ermöglicht und nach Spanien kommt, um die Vielfalt der touristischen Produkte des Landes auszuprobieren.

Spanien empfing 2019 rund 83,7 Millionen Touristen, 1,1% mehr als im Vorjahr, darunter 11.176.545 Deutsche mit einem Rückgang um 2,1%. Deutschland war nach Großbritannien und vor Frankreich der zweite Quellenmarkt für die spanischen Reiseziele, wie aus dem Jahresbericht des spanischen Nationalen Statistikamtes hervorgeht. Auf den Balearen hält sich der deutsche als der stärkste Markt -55,5% aller Touristen kommen aus Deutschland-, auf den Kanaren ist Deutschland die Nummer zwei mit einem Anteil von 19,9%.

Es ist zu beachten, dass der Rückgang der Zahl deutscher Touristen im

Jahr 2019 eine gewisse Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr bedeutet, als der deutsche Markt um 4,1% verlor; im Gegensatz dazu schneidet der britische Markt schlechter ab. Was den deutschen Markt angeht, sagt **Arturo Ortiz Arduán**, Botschaftsrat im **Spanischen Fremdenverkehrsamt (OET) Berlin**, das **Turespaña** angehört, im Gespräch mit Hosteltur: „Wir haben hier einen reifen, sehr stabilen Markt vor uns, dessen mögliche Veränderungen nicht abrupt sind. Aspekte, die kurz- und mittelfristig seine Entwicklung beeinflussen können, sind die bereits bekannten: demographische Entwicklung und Bevölke-

rungsverschiebung im Westen des Landes, Abwägung des Preis-Leistungs-Verhältnisses der angebotenen Produkte und Dienstleistungen, mehr Sorge um die Nachhaltigkeit -sowohl, was Umwelt als auch Gesellschaft angeht-, die sich zwar noch nicht in der Buchung entsprechend nachhaltiger Reisen niederschlägt, aber doch nach und nach das Verhalten der Touristen verändert und sie zu Geschäftsmodellen und Destinationen hinleitet, die offen auf Nachhaltigkeit setzen“. Außerdem suche man auch in diesem Markt immer intensiver online nach Reisezielen und buche diese auch im Internet.

Der Wettbewerbsdruck und der Faktor Klima bleiben weiterhin bestehen. „Das Verhalten unserer Wettbewerber im östlichen Mittelmeer könnte uns weiterhin Touristen in den preissensibelsten Segmenten abspenstig machen; das Klima (vor allem im Frühling und zu Sommerbeginn) könnte über die Entscheidung für ein Reiseziel bestimmen, indem man beschließt, im Land -oder sogar zu Hause- zu bleiben, anstatt ins Ausland zu reisen; die angemessene Anpassung zwischen Nachfrage und Vernetzung; oder unvorhersehbare konjunkturelle Faktoren, die nichts mit dem Tourismus zu tun haben, jederzeit auftauchen und sich auf den Reisemarkt auswirken können (z.B. die Entwicklung der Situation des Coronavirus)“ - all das nennt Ortiz als Elemente, die sich auf die bevorstehende Saison auswirken können. Dennoch versichert er, dass „die Nachfrage nach Reisen nicht von der plötzlichen Pleite eines der wichtigsten Reiseveranstalter beeinträchtigt wird, denn die Verbraucher setzen weiterhin Vertrauen in die restlichen touristischen Akteure“.

Außerdem betont er, „die Neigung zum Reisen und die Vorlieben der deutschen Touristen in Verbindung mit der wirtschaftlichen Lage -geringes Wachstum, aber ein robuster Arbeitsmarkt und steigende Reallohne- weisen darauf hin, dass es keine großen Veränderungen im



Spanien steht für unvergessliche gastronomische Erlebnisse. Foto: Turismo de Gijón/Ana Quirós.

Vergleich zum letzten Jahr geben wird und dass wir in dem Rahmen, in dem sich Spanien üblicherweise bewegt, weiterhin viele Besucher in unserem Land begrüßen werden. Im Gegensatz zum geliebten Touristen, der sich aufgrund der Preise dem östlichen Mittelmeerraum zuwendet, haben wir einen vorsichtigen, dem Reiseland Spanien treuen Touristen, der sich vom Lebensstil und den anderen Eigenschaften der spanischen Destinationen angezogen fühlt - dabei spielt der Preis nicht immer die Hauptrolle“.

Die Vernetzung überwachen

In den letzten Jahren „wurden wir Zeugen des Verschwindens wichtiger Unternehmen, und gerade in den

letzten Monaten haben wir den Bankrott von **Thomas Cook** oder kürzlich den Verkauf der **Condor** an **LOT** erlebt; daher wird man in den verschiedenen Etappen der Wertschöpfungskette sehr genau die Entwicklung der Nachfrage und die Lage der Konkurrenz verfolgen. Das Thema Vernetzung ist ein ganz wichtiger Aspekt, den man weiter überwachen muss, denn während sich die Nachfrage ganz schnell an die neuen Vermittler anpassen oder ihre Vorlieben aktueller Trends entsprechend verändern kann, braucht das Angebot -dazu gehören sowohl Reiseveranstalter als auch Fluggesellschaften, Hotels oder Destinationen, die mehr oder weniger an den Nachhaltigkeitswunsch ihrer Kunden ange-



OK RENT A CAR





OK Rent a Car Reiseziele

SPANIEN: A Coruña Alicante Asturien Badajoz Barcelona Bilbao Formentera Girona Granada Ibiza Madrid Malaga Mallorca Melilla Menorca Murcia San Sebastian Santander Santiago de Compostela Sevilla Valencia Valladolid Zaragoza

PORTUGAL: Faro Lissabon Porto **ITALIEN:** In Kürze

OKRENTACAR.ES

passt sind- mehr Zeit, um reagieren zu können“.

Turespaña als öffentlicher Organismus für Tourismuswerbung und Unterstützung der Unternehmen bei der Vermarktung setzt sich ein klares Ziel, erklärt Ortiz, nämlich „mehr sozialer Wohlstand durch höhere Rentabilität und Rücklauf aus der touristischen Aktivität“. Bei der Verfolgung dieses Zieles „konzentrieren wir unsere Bemühungen weiterhin auf die Gewinnung und Bindung eines Tourismussegments mit

Reiseveranstaltern läuft auf kurze Sicht ganz normal weiter“. „An dieser Art der Geschäfte kann man die Stabilität der Arbeit des Reisebüros und des Reiseveranstalters erkennen. Wenn Sie mich nach der Zukunft der Buchungen in Reisebüros fragen, dann sage ich, TSS Group sieht sie positiv. Heutzutage werden 80% aller organisierten Reisen über Reisebüros gebucht“.

Was Spanien und den deutschen Tourismusmarkt angeht, „kann man sagen, dass es sich hierbei



Die inländischen Verkehrsverbindungen werden ständig verbessert. Im Januar 2020 fand ein Meeting der AVE-Städte statt.

mehr Kaufkraft, dessen Reisevorlieben sich nicht allein auf den Bade-tourismus beschränken –der bleibt aber das beliebteste und wichtigste Element- und das uns dabei hilft, die Reisezeit über die Sommermonate hinaus zu erweitern, den Tourismus geographisch zu entzerren und hin zu weniger besuchten Gegenden zu leiten und das Spektrum der Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Tourismus zu erweitern“. Letzten Endes „zielen wir darauf ab, dass die Tourismuswerbung allen unseren Bürgern zugute kommt“.

Zukunft der Reiseveranstalter

Der Vorsitzende des deutschen Reisebüro-Vertriebsbündnisses **TSS Group, Manuel Molina**, erklärt im Gespräch mit dieser Zeitschrift, „das klassische Verkaufsmodell mit

im letzten Jahr nicht um eine sehr erfolgreiche Verbindung handelte. Andere klassische Reiseziele im Mittelmeerraum wie zum Beispiel die Türkei und Griechenland sind wieder zurück und sind durch ihr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis starke Konkurrenz. Daher sollte Spanien wieder intensiver für seine große Vielfalt in den Bereichen Badetourismus, Kultur und Gastronomie werben und bei den Deutschen den Wunsch wecken, dieses großartige Land kennen zu lernen“, meint Molina.

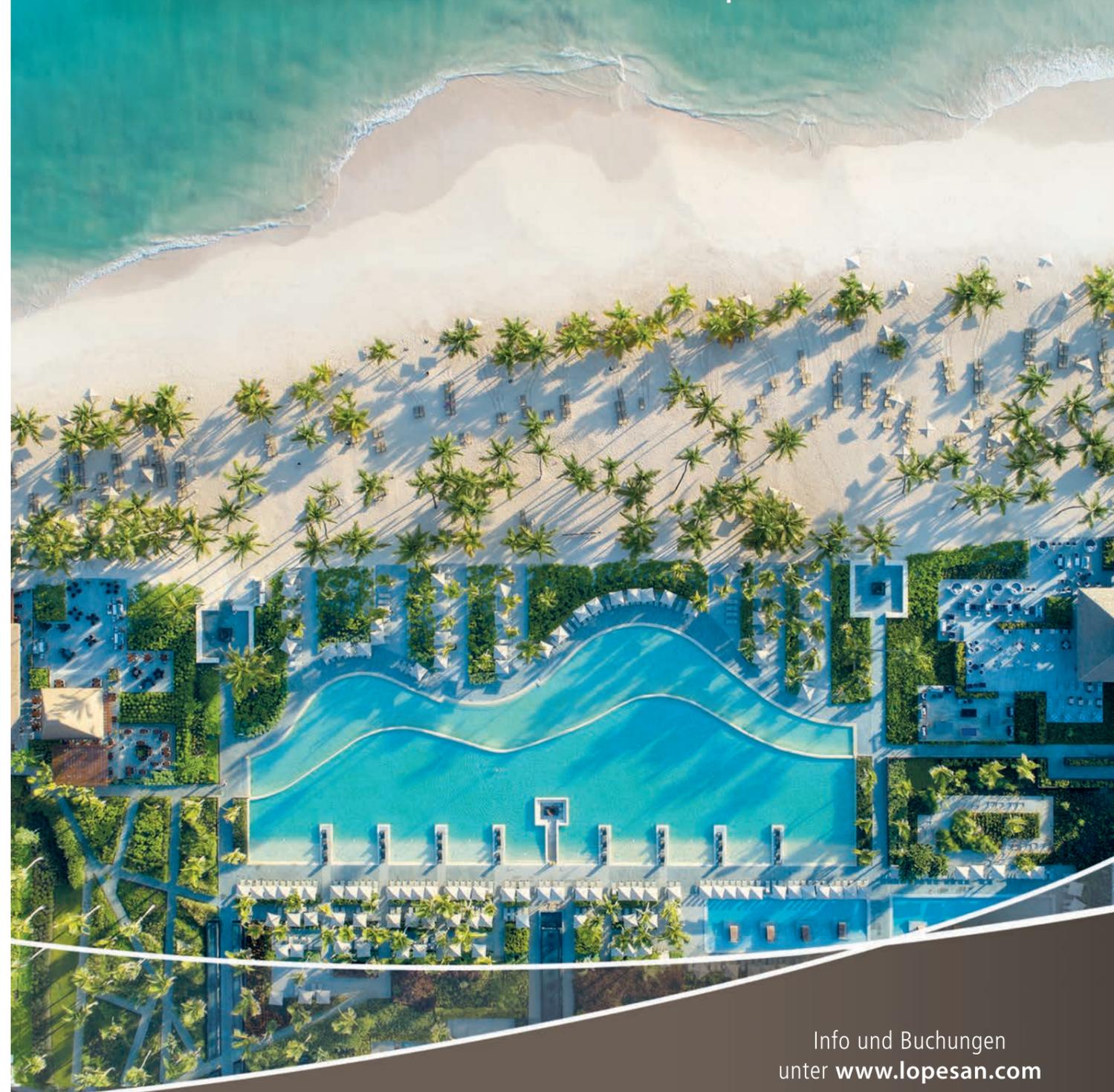
Seine Meinung zur Schließung von Thomas Cook: „Das war ein trauriges Ereignis, das einige Konsequenzen mit sich brachte. So viele Reisebüros, die jahrelang mit dem Reiseveranstalter zusammen gearbeitet haben, sowie viele Endkunden waren

von dieser Insolvenz betroffen. In beiden Fällen hat es einen Vertrauensverlust gegeben, und daran muss man arbeiten, um wieder eine gute Grundlage für den Tourismusmarkt zu schaffen“.

Wie aus der Umfrage über Touristische Kapazitäten von Turespaña, die im Februar 2020 veröffentlicht wurde, hervorgeht, erwartet man für dieses Jahr eine weitere Verlangsamung; im Moment liegen die wichtigsten Quellenmärkte im Februar und März zurück, die Flugkapazitäten von Deutschland aus liegen um 12,7% hinten, so dass noch 1.867 Sitzplätze bleiben; im Falle Großbritanniens fallen sie um 4,8% zurück. Aber bis zur Hochsaison ist noch Zeit. Man muss darauf hinweisen, dass der letzte Steckbrief, den Turespaña zum deutschen Markt erarbeitet hat –Datum November 2019– eine Zunahme der älteren deutschen Bevölkerung zeigt, mit einer Vorliebe für naturnahe und nachhaltige Reiseziele. In der Hinsicht hat der spanische Markt sicherlich eine Trumpfkarte, die ihm dank seines großen und weiter wachsenden Angebotes in diesen Bereichen zugute kommt.

Die Zahlen der deutschen **DRV** zeigen, dass 2019 ein Rückgang der deutschen Reisetätigkeit Richtung Spanien stattfand, im Gegensatz dazu legten einige Wettbewerber zu. Dennoch ist zu bedenken, dass das Land das Geschäftsjahr mit einem neuen Tourismusrekord von knapp 84 Millionen Besuchern abgeschlossen hat und die Behörden ihre Bemühungen nicht auf Wachstum um jeden Preis konzentrieren, sondern dabei vielmehr Wert auf nachhaltiges Wachstum legen und Touristen anziehen wollen, die das Angebot in Sachen Kultur, Shopping, Aktiv- und Sporttourismus schätzen, ebenso wie die ausgezeichneten Infrastrukturen und die erheblichen Investitionen in die Erneuerung des Hotelangebotes. ■

Entdecken Sie die Magie des Lopesan Costa Bávaro Resort, Spa & Casino, in der Dominikanischen Republik



Info und Buchungen unter www.lopesan.com



Scannen Sie diesen Code um das neue Video zu sehen



BÁVARO · PUNTA CANA · DOMINICAN REPUBLIC

Die spanischen Küsten bieten ein Plus an Luxus

Die Beach Clubs heben das Stranderlebnis auf ein neues Level

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

Balibetten und Designerliegen, Menüs mit exquisiten sommerlichen Fusion-Tapas oder den besten Paellas, Open Bar für Cocktails und sogar Champagner – alles direkt am Meer unter der heißesten Sonne Europas. Dieses Erlebnis zieht sich bis in die Abendstunden hin und ist in den besten Strandhotels Spaniens gerade sehr angesagt: der Trend der Beach Clubs. Diese „luxuriösen Strandbuden“ haben zusammen mit anderen hochwertigen Dienstleistungen das Erlebnis der Badereiseziele auf ein neues Level gehoben.

Spanien, Europas Reiseziel Nummer eins für alle, die auf der Suche nach Stränden und dem besten Klima sind, bietet an seinen Küsten über Sonne und Meer hinaus ein großes und vielseitiges touristisches Sortiment mit zahlreichen Möglichkeiten, angefangen bei verschiedenen Wassersportarten bis hin zur Unterhaltung am Tag und in der Nacht – garniert mit zusätzlichen Leistungen wie Internetzugang per Wifi.

2019 verzeichnete das Land einen neuen Besucherrekord mit 83,7 Mil-

lionen Touristen, wenn auch der Zuwachs nicht so spektakulär war wie in den Vorjahren (+1,1%). Das geht aus den kürzlich vom Nationalen Statistikkamt INE veröffentlichten Daten zu den touristischen Bewegungen an den Grenzen (Frontur) hervor. Über 87% dieser Besucher kamen nach Spanien, um Urlaub oder Freizeit zu verbringen, und 81% konzentrierten sich auf die fünf spanischen Küstenregionen, die führend im Segment des Badetourismus sind: Katalonien, Balearn, Kanaren, Andalusien und Region Valencia. Dabei sind die Ba-

learn das beliebteste spanische Reiseziel der Deutschen, die Kanaren liegen an 2. Stelle.

‘Luxuriöse Strandbuden’

Immer mehr Hotels nutzen ihre privilegierte Lage direkt am Strand, um ihr Angebot zu erweitern und Beach Clubs zu eröffnen. Es handelt sich um exklusive Locations, an denen man zu Mittag oder zu Abend essen kann, den ersten Drink des Abends nimmt, Musik, das Abendlicht und die Brise vom Meer her genießt. Eine perfekte Verbindung zwischen gastronomischem



Cala Compte, San Antonio, Ibiza, Balearn, mehrmals ausgezeichnet.

Erlebnis und Freizeitgenuss. Zu den Beach Clubs, die auf Reise-websites als innovativste und unterhaltsamste Locations besonders empfohlen werden, gehört **Nikki Beach**, die internationale Marke, die in Spanien auf Mallorca, direkt neben dem Hotel **ME Mallorca**, sowie auf Ibiza und in Marbella präsent ist. Ein anderes Muss für Celebrities ist der **Ushuaïa Ibiza Beach Club** an der playa D'en Bossa auf Ibiza. **Le Méridien Ra Beach Hotel & Spa** in Tarragona wurde vom Chic der französischen Küste und Matisse inspiriert. Der **Salt Beach Club** in Barcelona befindet sich mitten am Meeresboulevard Barceloneta und ist eine „Strandbude in der Stadt“ mit Hipster-Ambiente. Im **Sea Soul Beach Restaurant & Lounge** des Hotels Iberostar Isla Canela in Huelva bietet die gleichnamige spanische



VIVA SUITES & SPA Adults only 16+

Relaxation, family & sport hotels in Mallorca

FAMILY & SPORTS

CALA MESQUIDA RESORT & SPA ****
HOTEL BLUE & SPA ****
HOTEL SUNRISE ****
HOTEL EDEN LAGO ****

HOTELSVIVA.COM

ADULTS ONLY

HOTEL GOLF *** Adults only 18+**
HOTEL SUITES & SPA *** Adults only 16+**
HOTEL BOUTIQUE
PREDI SON JAUMELL HOTEL RURAL





Playa Cofete Morro el Jable, Cádiz, Andalusien; auch immer bei den Rankings der besten Strände dabei.

Hotelkette ihr Beach Club-Konzept an. Das **Gran Hotel Sol y Mar** in Calpe befindet sich direkt am Strand Arenal del Bol mit Blick auf den Peñón de Ifach.

Andere ebenfalls sehr beliebte Beach Clubs sind der **Estrella del Mar** von Vincci in Marbella, der von Natur umgeben direkt am Strand Migjorn steht; der **Gecko Beach Club** auf Formentera; der **THB Ocean Beach Ibiza** am Strand von San Antonio, dessen Pool mit großen Liegen im und am Wasser dekoriert ist; und **El Tangana** in der Bungalowanlage Tangana am Strand von Valdevaqueros de Tarifa.

Wenn man Glamour sucht, muss man dieser Liste noch Sylt anfügen, einen der neuesten Beach Clubs in Marbella, mit aktueller Dekoration, entspannter Atmosphäre und guter Musik. Empfehlenswert sind auch Bataplán Disco am Concha-Strand von San Sebastián, der als bester Strand Spaniens und ganz Europas ausgezeichnet wurde;

Terraza BNS, direkt am Meer in Santander; Amadores Beach Club in Las Palmas, der luxuriöseste Beach Club auf Gran Canaria, in dem Violin Klänge zu hören sind; der Beach Club des Hard Rock Hotel Teneriffa in Adeje hat Balibetten und eine Speisekarte mit ökologischen und gesunden Produkten; Purobeach Illetas auf Mallorca ist eine Oase mit arabischen Ein-

flüssen und besonderem Angebot an Erlebnissen, von Gastronomie über Massagen und Yoga bis hin zu Beauty-Behandlungen; der Anima Beach Club befindet sich direkt zwischen Meeresboulevard und Strand in der Nähe des kleinen Hafens Portixol auf Mallorca und bietet von den Balibetten aus einen herrlichen Blick aufs Meer; er hat eine Bar und Restaurant mit mediterraner Küche, abends heizt ein DJ das Ambiente an. Weitere Möglichkeiten auf Mallorca bieten der Gran Folies Beach Club umgeben von Klippen und Wasser im unvergleichlichen Rahmen der Cala Llamp in Puerto de Andratx; und der Ponderosa Beach Club an der Playa de Muro, einem der spektakulärsten Strände Mallorcas. Das gastronomische An-



Playa Las Canteras, Las Palmas de Gran Canaria, Kanaren.

gebot umfasst Paellas und andere leckere Reisgerichte und mediterrane Küche, außerdem werden im Club Feste mit Künstlern und DJs gefeiert.

Zertifikate für Schönheit

Ein Faktor, der neben Klima und Schönheit erheblich zur Beliebtheit der spanischen Strände beiträgt, ist deren Qualität, die von spanischen und internationalen Fachgremien und internationalen Fachgremien zertifiziert wird. Die idealen Bedingungen von Sanitäreinrichtungen, Umwelt und Dienstleistungen der spanischen Strände werden auf internationaler Ebene von der **Vereinigung für Umwelt- und Verbrauchererziehung (ADEAC)** bewertet, die weltweit die Blauen Flaggen vergibt und damit anerkennt, dass die entsprechenden Strände die internationalen Kriterien für Umweltqualität erfüllen.

Bei der letzten Vergabe 2019 erhielt Spanien für 566 Strände, 98 Häfen und fünf nachhaltige Boote die Blauen Flaggen, die im Sommer 2020 im Wind flattern werden. Damit hält Spanien seit 1987 die weltweite Führung, wenn auch die Zahl insgesamt etwas zurückgegangen ist – konkret wurden 25 Strände (-4%) und drei Häfen weniger ausgezeichnet als im Vorjahr. Die Region mit den meisten Blauen Flaggen ist die Region Valencia (135), die gleichzeitig die meisten dazugewonnen hat, die meisten Ver-

Kostenloses Wi-Fi am Strand

Wer in Spanien an den Strand geht, wird immer häufiger die Möglichkeit des kostenlosen Internetzugangs finden. Dazu kommt der jüngste Trend, bestimmte neue Dienstleistungen über Mobile Apps buchen zu können, zum Beispiel das Mieten von Taxi-Booten, wofür der Kunde seinen Standort und den Zielort angeben muss. Dadurch stehen den Touristen „Boote auf Nachfrage zur Verfügung, um sich zwischen Inseln oder Küstenstellen zu bewegen, die man auf dem Landweg nicht erreichen kann“. Auch die Verfügbarkeit von Liegen an verschiedenen Strandabschnitten kann man per App überprüfen, man kann sie sogar buchen und sicher bezahlen, „ohne früh aufstehen oder schon am Morgen einen Spurt hinlegen zu müssen“. Zusätzlich kann man an der nächstgelegenen Strandbude Essen bestellen, das an die Liege gebracht

wird – in einige Fällen wird es per Wassermotorrad geliefert, ähnlich den Lieferservices an Land; Zustand und Temperatur des Wassers in Echtzeit abfragen; oder für seine Gesundheit sorgen, indem man wearables auf die Haut klebt, die die Sonneneinstrahlung messen und die Information mittels eines Mikrochips und einer NFC-Antenne aufs Mobiltelefon übertragen.

Immer mehr Küstenorte nutzen außerdem Drohnen, mit denen die Strände abgeflogen werden und mit deren Hilfe man den Job der Rettungsschwimmer erleichtern kann. Die Drohnen sind so programmiert, dass sie über Sensoren mögliche Unfälle orten können, sie können potentiellen Opfern von Schwimmunfällen sogar Erste-Hilfe-Ausrüstung wie Schwimmhilfen bringen, um schnell einzugreifen, bis das Rettungsteam ankommt.

Protur *naiza palma* +34 971 587 662 · proturhotels.com  Proturhotels

luste steckten Andalusien (-18), die Kanaren (-7) und Katalonien (-4) ein. Jeder fünfte Strand in Spanien wird in diesem Jahr die Blaue Flagge führen. Nach Valencia kommen Galizien (107), Katalonien (97), Andalusien (79), die Balearen (44) und die Kanaren (43).

Sieben Strände, die die Flagge in diesem Jahr ganz neu bekommen, befinden sich in Melilla (die Strände Galápagos und San Lorenzo), Badajoz (am Cheles-See), auf La Gomera (Strand La Cueva), Castellón (Nules, Marines), auf den Balearen (S'Amarador in Santanyi) und in Alicante (L'Espigó in Altea).

Strände mit Qualität

Die Qualität der Strände und der touristischen Einrichtungen wird auch vom Spanischen Institut für Tourismusqualität (ICTE) zertifiziert.

Im Jahr 2019 hatten 281 Strände und 24 Sporthäfen die Flaggen mit dem Q, ein Zeichen dafür, dass sie umfangreiche Audits durchlaufen hatten, die die Erfüllung der Kriterien der internationalen Qualitätsnorm UNE-ISO 13009 überprüfen. Damit stieg die Zahl der zertifizierten Strände um 13,5% und der Häfen um 14%.

In fast allen spanischen Regionen mit Küsten stieg die Zahl der Flaggen mit dem großen Q. Wie schon im Vorjahr wurde die Liste von Andalusien angeführt (108), gefolgt von der Region Valencia (54), der Region Murcia (40), den Balearen (22), Galizien (21), Katalonien (15), Kantabrien (11), Asturien (6), Ceuta (2) sowie dem Baskenland und den Kanaren mit jeweils einer.

Beim Audit werden die öffentlichen Einrichtungen, Sauberkeit und Müllentsorgung, Sicherheitseinrichtungen, Rettungs- und Erste-Hilfe-Ausrüstung, Touristeninformation, Zugang zu WCs, sanitäre Einrichtungen und die Dienstleistungen rund um Freizeit und Unterhaltung überprüft. ■

Travellers' Choice™ 2019 Das Ranking der User von TripAdvisor

Der Strand La Concha im baskischen San Sebastián in der Provinz Guipúzcoa ist von den Usern von TripAdvisor bei den Travellers' Choice™ 2019 erneut zum besten Strand Spaniens gekürt worden. Gleichzeitig liegt er auf Platz 4 der 25 weltweit besten Strände; der Strand von Ses Illetes auf der Baleareninsel Formentera ist hier weltweit auf die 13. Position gekommen. Vier spanische Strände kamen in die europäische Spitze. La Concha ist nicht nur schönster Strand Spaniens und die Nummer vier weltweit, sondern hat es auch an die Spitze der 25 besten Strände Europas geschafft. Europaweit bekleidet die Playa de Muro auf Mallorca die 10. Position und die Playa Cofete in Morro del Jable auf Fuerteventura den 11. Platz.



Der Strand La Concha in San Sebastián wurde bei den Travellers' Choice™ 2019 als bester Strand Spaniens und Europas ausgezeichnet.

- 1) Playa de La Concha, San Sebastián, Guipúzcoa, Baskenland
- 2) Playa de Ses Illetes, Formentera, Balearen
- 3) Playa de Muro, Mallorca, Balearen
- 4) Playa Cofete, Morro del Jable, Fuerteventura, Kanaren
- 5) Playa de la Barrosa, Chiclana de la Frontera, Cádiz, Andalusien
- 6) Playa el Duque, Costa Adeje, Teneriffa, Kanaren
- 7) Playa de Sotavento, Costa Calma, Fuerteventura, Kanaren
- 8) Playa de las Canteras, Las Palmas de Gran Canaria, Kanaren
- 9) Playa de Bolonia, Tarifa, Cádiz, Andalusien
- 10) Playa de Alcudia, Port d'Alcudia, Mallorca, Balearen



HOTELS WITH
· GOOD ·
Vibes
· ONLY ·

HOTELS IN MALLORCA · CANAREN · COSTA BLANCA · COSTA BRAVA · COSTA DEL SOL

BLUESEA 

Arbatax Park Das beste Öko Resort der Welt



Arbatax Park – ein kleines Paradies, welches sich im Herzen der Provinz Ogliastra inmitten von über 60 Hektar unberührter Natur befindet. Ein magischer Ort, der das einzige Resort der Welt mit einem modernen Konzept des globalen Wohlbefindens in einem Naturpark umfasst. Das Resort gehört zu einer der fünf blauen Gegenden der Welt, Orte mit Merkmalen von Kultur und Natur, an denen die Menschen länger als 100 Jahre leben. Neben den Hotels und dem Naturpark verfügt der Komplex über einen Wellnessbereich mit türkischen Bädern, Saunen, emotionalen Duschen, Whirlpools, Wasserfällen und Salzwasserpools sowie Schönheitsbehandlungen und Massagen.

Mit einer Vielfalt von mehr als 500.000 Pflanzenarten, 500 Tierarten und 5.000 Metern Spazierwege, kümmern sich täglich 500 Menschen um die Gäste und den Park. Alles im Arbatax Park Resort ist dank ökologisch nachhaltiger Aktivitäten, die regelmäßig durchgeführt werden, auf den Schutz der Umwelt ausgelegt.



Besonderes Augenmerk gilt dem Recycling und der Nutzung alternativer Energien, die sich im Laufe der Jahre dank kleiner täglicher Gesten, bewährter Praktiken und Initiativen zur Verbesserung des Territoriums, zu einer wertvollen Inspirationsquelle und einer zu schützenden Ressource entwickelt haben. Der Weg in eine nachhaltige Zukunft für die neuen Generationen.

Im November 2019 erhielt das Arbatax Park Resort eine neue und wichtige internationale Anerkennung, den ersten Platz in der Kategorie „Weltweit führendes Öko-Resort“ der prestigeträchtigen World Travel Awards 2019. Diese Auszeichnung macht ihn zu einem echten Bezugspunkt für einen umweltverträglichen Tourismus weltweit.

Laut der Unternehmerfamilie Mazzella, ist dies das Ergebnis, welches man dank konstanter Arbeit, die Tag für Tag mit Leidenschaft und Liebe zur Natur zusammen mit allen Mitarbeitern ausgeführt wird, erreicht. Diese Auszeichnung ist eine große Quelle des Stolzes der Familie des Arbatax Park Resort. Bei den World Travel Awards 2019 als weltweit führendes Öko-Resort ausgezeichnet zu werden, ist nicht nur eine Ehre, sondern auch der Beweis dafür, dass dieses Land, Sardinien, das Wahrzeichen der Schönheit ist.

Inmitten des Naturparks gelegen befinden sich, die zu Roxa Hospitality gehörenden Hotels Sigillum Borgo at Arbatax Park Resort und Sigillum Monte Turri at Arbatax Park Resort. Sigillum ist die neue Marke des Unternehmens und stellt das höchste Siegel von Qualität dar. Eine Marke, die für einzigartige Hotels mit einer einzigartigen Architektur geschaffen wurde und bei diesen Hotels sowohl respektiert als auch geschützt wird. Sigillum zeichnet sich auch durch eine Summe aus Anpassung und Service aus, was zu einem einzigartigen Qualitätsvorschlag für jeden Kunden führt. Es verfügt über integrierte und komfortable Räume, lokale Küche, Komforttechnologie, Detailorientierung, Diskretion und Authentizität.



INFORMATIONEN:

sigillumborgo.com
sigillumonteturri.com

Sigillum

SIGNATURE HOTELS



Erlebe das beste Öko Resort der Welt auf Sardinien.

PROFITIEREN SIE VON ATTRAKTIVEN ANGEBOTEN AUF UNSERER WEBSITE.



SIGILLUMMONTETURRI.COM

Sigillum
MONTE TURRI
AT ARBATAX PARK RESORT



SIGILLUMBORG.COM

Sigillum
BORG
AT ARBATAX PARK RESORT



CONTACTCENTER@ROXAHOSPITALITY.COM

TEL: (+34) 971 929 026

PR

Prinsotel Hotels und Apartments

Fünf exklusive Anlagen mit unterschiedlichen Restaurants (Buffet, Grill, Sushi & Pasta, Snack, Club oder Food Truck), die auch spezielle Angebote für Gäste mit Lebensmittelunverträglichkeiten führen. Alle Zimmer/Appartements sind renoviert und neu dekoriert worden. Dadurch sind neue Konzepte wie DeLuxe und Royal mit privater Terrasse, Mini-Pool, Sonnenliegen, balinesischen Betten und Sofas entstanden, wo die Gäste mehr Komfort und Privatsphäre genießen. Freizeitaktivitäten für Kinder und Erwachsene.



Prinsotel Mal Pas ****

Mal Pas - Mallorca. Zimmer: Standard, Select oder Junior Suite (große private Terrasse, Meerblick, balinesisches Bett, Liegen und Sofas).

Freizeit: Außenpool, Massage, Tennis und Garage mit Werkstatt für Radsportler.



Prinsotel Alba ****

Cala d'Or - Mallorca. Apartments: Standard, Select, Suiten und DeLuxe.

Freizeit: Außenpool, Splash, Spa, Kinderbereich, Massagen, Garage mit Werkstatt für Radsportler, Fitnesscenter und Sportanlage.

Prinsotel La Caleta ****

Ciutadella - Menorca; Hotel und Apartments: Standard, Select, DeLuxe.

Freizeit: Außenpools, Massage, Fitnesscenter, Sportanlage.

UMWELTBEWUSSTSEIN

Unser Ziel ist -seit Jahren- der Schutz der Umwelt, verantwortungsvoller Konsum und die Reduzierung von Abfällen. Wir recyceln,

verwerten wieder und spenden. Wir bilden alle Mitarbeiter in Sachen Umwelt weiter und wenden unsere Umweltstrategie in allen Abteilungen an. Wir verwenden lokale und (für die Reinigung) ökologische Produkte, verzichten auf Einwegplastik und rationalisieren die Wasser- und Energieressourcen.

PRINSOTEL
HOTELES Y APARTAMENTOS

INFORMATIONEN:

www.prinsotel.es
comercial@prinsotel.es
Tel. 971.706076




HIPOTELS
Hotels & Resorts

Das Paradies? Genau hier!

Planen Sie Ihren Traumurlaub

Mallorca - Cadiz - Lanzarote - Cancun

50
YEARS TOGETHER

Hipotels & You

1970 · 2020

hipotels.com – *We Care*



BAL

Neue nachhaltige Erlebnisse binden Besucher und Bewohner ein

Die Balearen schreiten mit einem touristischen Vorreitermodell voran

Ángeles Vargas
angeles.vargas@hosteltur.com
@angelesvargaspe

Die Baleareninseln arbeiten weiter an ihrer Strategie eines touristischen Modells, das im Hinblick auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig sein soll. Mallorca, Menorca, Ibiza und Formentera kommen zur ITB in Berlin, um ihr außergewöhnliches Angebot vorzustellen und die Besucher einzuladen, Teil ihres Engagements zu werden, um gemeinsam sicherzustellen, dass man noch viele Jahre lang die Inseln entdecken und erleben kann.

Im Jahr 2019 kamen 16,4 Millionen Touristen auf die Balearen, ein leichter Rückgang um 0,7% im Vergleich zum Vorjahr; darunter waren 13,6 Millionen internationale Besucher, deren Zahl um 1,2% zurückging. Der deutsche Markt ist weiterhin der stärkste Quellenmarkt der Inseln, er hat mit 4,5 Millionen Besuchern einen

Anteil von 27,6% am Gesamtvolumen, auch wenn seine Zahl um 2,6% sank. Dagegen stiegen aber trotz der niedrigeren Besucherzahl die Ausgaben der Besucher um 1,4% auf 16,51 Milliarden Euro, ein Zeichen, dass der Qualitätstourismus zunimmt und dass die Diversifizierung der Produkte und das Angebot an Erlebnissen auf den vier

Inseln zum Wohlstand beiträgt. Im Fall der deutschen Besucher stiegen die Ausgaben pro Person um 0,9% auf 1.017 Euro. Was die Verteilung der Reisenden angeht, konzentrierten sich 72,14% auf Mallorca, 19,12% auf Ibiza und Formentera und 8,74% auf Menorca. Diese Daten beziehen sich auf ein Tou-

rismusmodell, das ein qualitatives und nicht quantitatives Wachstum zum Ziel hat. Jahrelange Besucherrekorde haben die Notwendigkeit aufgezeigt, eine Strategie anzuwenden, die die Überlastung der Dienstleistungen und touristischen Ressourcen verhindert und die Besucherströme so gut wie möglich auf das ganze Jahr verteilt. In dieser Hinsicht gibt es dank des angenehmen Klimas und der Spezialisierung der Segmente viele Möglichkeiten, vielfältigste Aktivitäten auszuüben.



Entspannter und nachhaltiger Tourismus ist Grundlage des Modells auf jeder einzelnen Baleareninsel. Hier Radfahrer in Santa Eulària des Riu, Ibiza.

Nachhaltigkeit im Fokus der ITB

Die Nachhaltigkeit steht in diesem Jahr im Mittelpunkt der Teilnahme der Balearen an der ITB. Vom 4. bis 8. März nimmt die **Agentur für Tourismusstrategie der Balearen (AETIB)** mit einem fast 600 Quadratmeter großen eigenen Stand an der Tourismusmesse teil, an dem die Inseln Mallorca, Me-

norca, Ibiza und Formentera sowie fünf private Ko-Aussteller und Gemeinden präsent sind.

Das Hauptaugenmerk des Balearenstandes auf der diesjährigen ITB liegt

darauf, dem deutschen Markt das Engagement der Baleareninseln in diesen Fragen sowie die angewandten Maßnahmen zu vermitteln. Daher ist eine Präsentation der Balearen als nachhal-

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.

Ein zeitgenössischer Klassiker



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



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

Gepfult und genehmigt durch der
balearenischen Regierung



MALLORCA · MENORCA · IBIZA · FORMENTERA



Hochwertiges Freizeitangebot ist ein weiterer Schlüssel für den langfristigen Erfolg der Destination. Im Bild das Linos Grand Café an der Playa de Palma.

tiges Reiseziel für die deutsche Presse geplant, an der auch die verschiedenen Inselräte teilnehmen.

Außerdem findet eine Präsentation der acht **Strategischen Segmente des Tourismus (SET)** statt, bei der erklärt wird, wie die Balearen dank der Kooperation zwischen öffentlichem und privatem Bereich an der Tourismusstrategie arbeiten. Auf der Messe finden auch die üblichen Meetings mit den wichtigsten deutschen Reiseveranstaltern wie **FTI, DER Touristik, Alltours, Schauinsland Reisen** und **RTK** statt, um aus erster Hand zu erfahren, wie die bevorstehenden Monate in Sachen Tourismus aussehen werden.

Um das Bewusstsein für das Engagement in Sachen Nachhaltigkeit und Recycling zu stärken, werden auf der ITB, wie schon zuvor auf anderen Messen,

Gegenstände aus wiederverwerteten Materialien verteilt, die von der Stiftung Fundación Deixalles und Caritas Mallorca hergestellt wurden. Necessaires, Geldbörsen, Brillenhüllen und andere Objekte wurden aus den Plänen gefertigt, die bei vorangegangenen Tourismusmessen für die Dekoration der Stände verwendet worden waren. Wie es schon Gewohnheit ist, organisiert am Wochenende die AETIB verschiedene Aktivitäten, um den Stand während der Tage, an denen die Messe für das große Publikum geöffnet ist, zu beleben.

Investitionen in nachhaltige Entwicklung

Zu Beginn des Jahres ratifizierte der Regierungsrat der Balearen den neuen Aktionsplan 2020 der AETIB, der zum

Ziel hat, weiter an der bereits in den vergangenen Jahren in Angriff genommenen Tourismusstrategie zu arbeiten; auch umfasst er, neben anderen wichtigen Elementen, die Arbeit an der Verbesserung der Verkehrsverbindungen, die saisonale Entzerrung sowie Maßnahmen für Nachhaltigkeit und die Verwaltung der **Steuer für Nachhaltigen Tourismus** Impuesto de Turismo Sostenible (**ITS**).

Diese Steuer ist ein wichtiges Werkzeug für die nachhaltige Entwicklung der Balearen. Seit Beginn ihrer Einführung im Jahr 2016 wurden 340 Millionen Euro eingenommen, mehr als 220 Projekte sind bereits genehmigt worden. Die Pläne drehen sich um die Eindämmung der weniger positiven Auswirkungen des Tourismusphänomens und die Aufwertung der Ressourcen. So sind die Projekte auf sechs konkrete Bereiche fokussiert: Umwelt, nachhaltiger Tourismus, Kulturerbe, wissenschaftliche Forschung, Ausbildung und Beschäftigung und soziale Mieten. Um sie bekannt zu machen und die Touristen und Einwohner zu ermutigen, diese Ziele zu ihren eigenen zu machen, kann man sich auf der Website www.illessostenibles.travel informieren, deren Inhalte auch auf Deutsch verfügbar sind.

Im Rahmen der Tourismusstrategie zur besseren internationalen Positionierung der Balearen werden die Strategischen Segmente des Tourismus (SET) der AETIB eine ausschlaggebende Rolle spielen. Wie der Tourismusminister

Iago Negueruela auf der internationalen Tourismusmesse Fitur 2020 erklärte, wollen sich die Balearen nicht allein als Badereiseziel positionieren, sondern die neuen touristischen Produkte stärken, die für die Besuche der Inseln jenseits der Sommermonate sprechen. Die SET sind der höchste Ausdruck dieses Modellwandels; Aktivitäten rund um Kultur, Sport, Ökotourismus, Gastronomie, Luxus, Aktivtourismus, Wellness- und Gesundheitstourismus sowie MICE können ganzjährig angeboten werden, eine perfekte Grundlage für die saisonale Entzerrung des Tourismus.

In diesem Sinne wurden zu Jahresbeginn in jeweils eigenen Versammlungen die unterschiedlichen Aktionspläne der SET verabschiedet. Bei diesen Versammlungen werden alle Handlungen mit allen Mitgliedern abgestimmt, darunter Inselräte und private Unter-

nehmen, die mit den jeweiligen Segmenten in Verbindung stehen.

Die SET Gastronomie und Kultur sind zum Beispiel schon mit je 40 geplanten Aktionen ins Jahr 2020 gestartet; dazu gehören Networking-Tage oder die Teilnahme an Direktaktionen, die Turespaña in den verschiedenen Quellenmärkten organisiert. Konkret plant man etwa die Schaffung spezifischer Inhalte über Gärten und Landgüter Mallorcas oder die Unterstützung Menorcas als Gastronomische Region Europas.

Europäische Region Menorca und Ibiza mit Geschmack

Tatsächlich bringt der **Inselrat von Menorca** seine Präsentation als **Gastronomische Region Europas 2022** auf die ITB. Diese Ernennung der Insel wurde zu Jahresbeginn bekannt und bedeutet die Anerkennung der kultu-

rellen und gastronomischen Vielfalt, die zum Schutz und zur Nachhaltigkeit der lokalen Wirtschaft beiträgt. Menorca, in diesem Sinne vorbildhaft, ist sie doch seit fast drei Jahrzehnten Biosphärenreservat, wird die Authentizität und den Einfluss anderer Kulturen auf ihre Küche und die kulinarischen Traditionen in den Blickpunkt rücken. Damit unterstützt die Insel darüber hinaus die lokalen Produzenten und ihre Produkte.

Der **Inselrat von Ibiza** seinerseits kommt mit seiner Marke **Geschmäcker Ibizas** auf die ITB, ein Projekt, das durch die gemeinsamen Anstrengungen von Produzenten, Fischern, Herstellern und Gastronomen entstanden ist, um die Gastronomie Ibizas, ihre Küche und in der Bevölkerung der Insel verwurzelte Traditionen bekannt zu machen.

Geschmäcker Ibizas soll den Besuchern

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

4 - 8 March 2020
Find us in the
hall 2.1a, stand 111

Sidetours
incoming services

eine Orientierungshilfe zur den traditionellen Produkten der Gastronomie Ibizas und der inseleigenen Küchenkultur geben und ihnen dabei helfen, die besten Restaurants und Möglichkeiten zu finden, wo sie diese Produkte kaufen oder probieren können.

Ibiza legt, ebenso wie die Schwesterinseln, das Hauptaugenmerk auf die Nachhaltigkeit und hat kürzlich die Initiative 'Stop plastic' ins Leben gerufen, um die Sandstrände sauber und natürlich zu halten.

Herausragend auf der Insel ist das Angebot der Gemeinde Santa Eulària des Riu wegen ihres nachhaltigen und barrierefreien Tourismusmodells. Teil des Engagements für Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit ist die Erneuerung der Zertifizierung der Strände der Gemeinde. Sie hat für 2020 darüber hinaus zahlreiche Angebote für den Familientourismus, für Freizeit, Kultur und Sport vorbereitet und orientiert sich damit an unterschiedlichen Besucherprofilen. Dabei verliert man nie die Verpflichtung in Sachen Diversität, Zusammenleben, Natur und Harmonie aus den Augen, wobei die abwechslungsreiche Kulturgeschichte der Gemeinde im Vordergrund steht.

Mallorca für den Aktivtourismus

Der **Inselrats von Mallorca** bietet im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie die Insel als Kulisse für Filmdreh, Werbespots und Serien an und verfolgt damit das doppelte Ziel, die audiovisuelle Branche zu fördern und die ganzjährig reizvollen Landschaften der Insel zu zeigen. Gleichzeitig stellt er die Tätigkeit der Dreharbeiten als Aktivität vor, die respektvoll mit der Umwelt umgeht.

An erster Stelle konzentriert man sich auf der größten Baleareninsel darauf, für den Aktiv- und Sporttourismus zu werben, da er eine Formel ist, um die Tourismussaison auf das ganze Jahr auszudehnen und den Besuchern die wunderschönen Plätze der Insel zu zeigen. Beim Rad-, Wander- oder Golf-

sport erleben sie die Kontaste der Inselnlandschaften bei ausgezeichnetem Klima erleben.

Insgesamt gilt für alle Inseln, dass die Hotels viel investiert haben, um die Qualität ihrer Häuser und Dienstleistungen zu steigern, auch im Hinblick auf die Nachhaltigkeit. Gleichmaßen wird das Freizeitangebot für den Tag und für die Nacht erneuert. Ein deutliches Beispiel ist die **Cursach-Gruppe**, die am 23. Mai das BCM in Magaluf mit einem ganz neuen Konzept eröffnet, das weggeht von der typischen Disko und sich vielmehr



Das Marketing ist jetzt Sache jeder einzelnen Insel, auch wenn sie wie üblich ihren Stand auf der ITB Berlin teilen.

als Club präsentiert. Währenddessen trägt das vielseitige Angebot der Gruppe an der Playa de Palma zur Bekämpfung der Saisonabhängigkeit bei, zum Beispiel mit dem ganzjährig geöffneten Linos Grand Café. Das Unternehmen betont, „die Entscheidung für ein nachhaltigeres Tourismusmodell auf Grundlage der Qualität ist unverrückbar“; das bringe mit sich, dass man beständig verschiedene Aktionen durchführe, an denen sich viele Akteure in den Tourismusgebieten, in denen die Marke der Gruppe präsent ist, beteiligen.

Formentera als Labor

Der **Inselrat von Formentera** präsentiert sich auf der ITB als „Labor der Nachhaltigkeit“, eine Initiative, mit der man zeigen will, dass es möglich ist, ein Gleichgewicht zwischen dem Umweltschutz und dem Wohlbefinden der Bewohner und Besucher zu finden. In diesem Rahmen werden Projekte entwickelt, die sich auch auf andere Destinationen übertragen lassen.

Die Insel wirbt außerdem für sportliche und kulturelle Aktivitäten, die man das ganze Jahr über ausüben kann, sowie für ihre Slow Food Gastronomie: tra-

ditionelle Produkte mit autochthonen Produkten, deren Essenz auf einer Inselkarte zusammengefasst ist, auf denen man Produzenten und Händler von Null-Kilometer-Produkten finden kann. Formentera wird auch 2020 seine Besucher und alle, die daran Interesse haben, dazu auffordern, über das solidarische Projekt 'Save Posidonia' eine Patenschaft für Posidonia Oceánica zu übernehmen. Dank eines Abkommens zur Zusammenarbeit mit der **TSS Group** wird die Insel darüber hinaus physisch in den Reisebüros in Deutschland präsent sein. ■



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



PR

Islas Baleares, Engagement für eine nachhaltige Zukunft



Eines der dank des ITS finanzierten Projekte ermöglicht den Erhalt von Naturschutzgebieten, an der Personen aus sozialen Randgruppen arbeiten.

Die Regierung der Balearen sieht es als Priorität an, den Schutz der natürlichen und kulturellen Ressourcen für die Zukunft zu garantieren. Die Inseln setzen entschieden auf touristische Nachhaltigkeit, die man als Verpflichtung ansieht, die keine Zweifel zulässt. Dies ist die Leitlinie der Tourismuspolitik der Region, was schon in zahlreichen Maßnahmen zum Ausdruck gekommen ist.

Bei der Durchführung dieser Aktionen ist ein Weitblick deutlich geworden, den lange touristische Erfahrung und der Pioniercharakter in vielen Aspekten dem Reiseziel verleihen. Die große Beliebtheit der Balearen hat in den

vergangenen Jahrzehnten zu ständigen Besucherzuwächsen geführt, hat aber auch die aktuelle Regierung vor die Notwendigkeit gestellt, Maßnahmen zu ergreifen, um die Massifizierung zu vermeiden und die globale Tourismusstrategie neu auszurichten. Ziel ist es, die Lebensqualität der Einheimischen, die Kapazitäten der Infrastrukturen und die Wirtschaftskompetenz, die Einkommen, Arbeit und Wohlstand bringt, auf eine Linie zu bringen.

Daher war das Ziel der eingeführten Maßnahmen, die Wintersaison zu stärken und ein besseres Gleichgewicht mit dem Sommer zu erreichen, indem man auf nachhaltige Initiativen und

Tourismusprodukte setzt, die zur saisonalen Entzerrung beitragen. Dazu gehört zum Beispiel das **Dekret zum Schutz des Neptungrases (Posidonia oceanica)**, mit dem man die Aktivitäten der Menschen und den Schutz dieser wertvollen Spezies und ihres Lebensraums miteinander in Einklang bringen will, da es sich um den wichtigsten Träger der biologischen Vielfalt in den Gewässern der Balearen handelt. Erwähnenswert ist auch das **Abfallgesetz und Gesetz gegen den Klimawandel und für die Energiewende**, das eine 100%ige Nutzung sauberer Energien bis 2050 vorsieht; in diesem Zusammenhang wird die Nut-



Mit den Einnahmen aus dem ITS werden neue Infrastrukturen für Elektrofahrzeuge installiert.

zung erneuerbaren Energien gefördert, auch mit Blick auf einen nachhaltigen Straßenverkehr. So soll es zum Beispiel bis 2025 rund 1.000 Ladestationen für Elektrofahrzeuge geben, bis 2050 soll der gesamte Fuhrpark auf den Inseln entkarbonisiert sein. Außerdem wurde im Jahr 2016 die **Steuer für nachhaltigen Tourismus (ITS)** eingeführt, mit

der die touristischen Übernachtungen besteuert werden. Die Einnahmen daraus haben in den letzten Jahren bereits bedeutende Investitionen für Umwelt- und Kulturschutz ermöglicht. Die Steuer hat bisher bereits über 340 Millionen Euro eingebracht, die bislang in mehr als 220 Projekte geflossen sind. Die Gelder werden genutzt,

um weniger positiven Aspekten des Tourismus entgegenzuwirken und um der Gesellschaft als Ganzem einen Teil der Gewinne aus dieser für die Balearen so wichtigen Branche zugute kommen zu lassen. Der Einsatz der Gelder ist auf sechs ganz konkrete Bereiche konzentriert: Umwelt, nachhaltiger Tourismus, historisches Erbe, Wissenschaft und Forschung, Bildung und Ausbildung sowie soziale Mieten.

Die Projekte, die mit dem Fonds für den Anstoß des Nachhaltigen Tourismus finanziert werden, können Einheimische und Besucher ganz detailliert auf der deutschsprachigen Website www.nachhaltigeinseln.travel nachlesen und sich so als Teil dieser wichtigen Aufgabe sehen.

Die Investitionen sind zum Beispiel in Verbesserungen von Naturparks und die Erhaltung von natürlichen Ökosystemen für einheimische Fauna und Flora geflossen; ebenso in Marketing für den Tourismus im Frühling, Herbst und Winter, das mit Maßnahmen wie der Aufbereitung von Rad- und Wanderwegen und verbesserte Beschilderungen einherging; oder in die Wiedergewinnung und Aufbereitung von Elementen des historischen und kulturellen Erbes. Dank der Einnahmen aus der Steuer können historische Gebäude renoviert oder Elemente von archäologischem Wert aufbereitet werden, nicht nur, um sie zu erhalten, sondern auch, um sie Einheimischen und Besuchern zugänglich zu machen, damit diese die Kultur und Geschichte der Balearen besser kennen lernen.



Die Finca Sa Senieta wurde mit Geld aus dem ITS gekauft, um sie zu renovieren und später der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.



INFORMATIONEN:

AGENCIA DE ESTRATEGIA TURÍSTICA DE LAS ISLAS BALEARES (AETIB)

+34 971-176699

www.nachhaltigeinseln.travel

PR

Mallorca:

Wo Sport und Natur zu einem einmaligen Erlebnis werden



Das angenehme Klima Mallorcas und die atemberaubenden, abwechslungsreichen Landschaften der Insel laden zu einem authentischen Erlebnis ein: Körper und Geist werden eins bei der Ausübung unterschiedlichster Sportarten. Dabei hat man den Schutz der Umwelt im Sinn, um sicherzustellen, dass viele nachfolgende Generationen sie noch so erleben können, wie wir es tun.

Die Natur Mallorcas überrascht den Besucher, denn die Insel hat so viel mehr zu bieten als schöne Strände mit kristallklarem Wasser – die

meisten mit weißem Sand, andere versteckte Plätze, deren Felsen das Profil der vielfältigen und attraktiven Geographie zeichnen, die den Reisenden anregt, die wunderbare Umgebung zu erforschen und zu genießen, in der man alle möglichen Aktivitäten unter freiem Himmel ausüben kann.

Abgesehen von Dünen, Stränden, Buchten und Meeresreservaten findet man hier auch Gebirge, Wälder und Feuchtgebiete. Aufgrund der Insellage gibt es eine enorme biologische Vielfalt mit zahlreichen endemischen Arten an Flora und

Fauna, sowie ein breites Netz an Naturschutzgebieten. Tatsächlich gehören rund 20% des Landes zum Netz Natura 2000 der Europäischen Union.

Dank des angenehmen Klimas kann man die Insel ganzjährig genießen; man kann sowohl im Herbst und Winter als auch im Frühjahr oder Sommer durch ihre Dörfer und Städte spazieren; die saisonalen Köstlichkeiten der einheimischen Gastronomie probieren, die mit Produkten vom Land und aus dem Meer hergestellt werden; oder die Insel per Fahrrad, beim Wandern, Golf-



spielen oder beim Segeln entlang der Küste erkunden.

Den Liebhabern und Profis des Radsports bietet Mallorca ein 1.250 Kilometer langes Straßennetz, darunter 700 Kilometer auf Wegen und Nebenstraßen, die durch Dörfer und ländliche Gegenden verlaufen, durch bergige Gegenden ebenso wie durch Flachland. Eine weitere Möglichkeit, die man zu jeder Jahreszeit

nutzen kann, ist das Wandern; man erforscht auf gekennzeichneten Wegen Naturgebiete oder folgt den Pilgerwegen bis hin zu Wallfahrtskapellen und Klöstern. Bei Wanderfreunden sehr beliebt ist das Gebirge der Serra de Tramuntana, das von der UNESCO zum Weltmenschheitserbe in der Kategorie Kulturlandschaft erklärt wurde.

Auch beim Golfen kann man die In-

sel entdecken. Es gibt 23 Golfplätze, die dank ihrer räumlichen Nähe ein sehr vielseitiges Spiel erlauben, entspannt oder voller Herausforderungen, ganz nach Lust und Laune des Besuchers. Dieser kann ganz einfach das Umfeld wechseln, sogar innerhalb eines Tages. Denjenigen, die sich für Wassersport entscheiden, bietet das Meer einen etwas anderen Blick auf die Insel. Dabei steht immer das Verantwortungsbewusstsein im Vordergrund, das Meer und die Wunder, die es birgt, zu schützen.



Die Insel wird 2022 Gastronomische Region Europas sein

MENORCA

der Geschmack des Authentischen

Ein ehrgeiziges Projekt soll der Insel einen Platz auf der Landkarte der besten Gastronomie sichern

Menorca ist Gastronomische Region Europas 2022. Dieses Projekt hebt die Werte einer authentischen Küche hervor, eine Mischung aus Tradition und Fortschritt, die auf den einheimischen Produkten vom Land und aus dem Meer sowie deren gekonnten Verwandlung in überraschende Gerichte beruht.

Menorca ist klein – mit ihren 696 Km² ist die Insel 43 Mal kleiner als Belgien –, dennoch beheimatet sie 300 Produzenten in 20 unterschiedlichen Kategorien landwirtschaftlicher Produkte und über 1.800 Geschäfte rund um die Gastronomie, darunter Hotels, Bars, Restaurants und Händler.

Ganz klar ist die Gastronomie eine wichtige Säule der menorquinischen Wirtschaft und Kultur. Die selbstverständliche Art, wie man hier auf lokale Produkte und eine gehobene Küche setzt, die Tradition und Moderne verbindet, hat dazu geführt, dass die Insel vom **International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism (IGCAT)** zur Gastronomischen Region Europas 2022 ernannt worden ist. Damit wird die Insel vollberechtigtes Mitglied der Plattform der Europäischen Gastronomischen Regionen, die aus 14 Mitgliedsregionen besteht.

Die Kandidatur, im Oktober in Brüssel vorgestellt, wurde von 12 Körperschaften der



Menorca lässt dank der derzeit bestehenden 9 Weinkellereien die Winzertradition wieder aufleben.

Insel, darunter öffentliche Institutionen und private Unternehmen, ins Leben gerufen, die jetzt einen ehrgeizigen Plan umzusetzen haben. Für Menorca bedeutet die Ernennung einen „Antrieb, um Nahrungsindustrie, Gastgewerbe, Tourismus, Kultur und Nachhaltigkeit miteinander zu verbinden und die wirtschaftliche, kulturelle, gesellschaftliche und umwelttechnische Entwicklung der lokalen Wirtschaftsakteure zu unterstützen“, sagt die Präsidentin des Inselrates von Menorca, **Susana Mora**.

„Dutzende von Unternehmen, Fachleuten und kleinen Produzenten arbeiten Tag für Tag an der gastronomischen Identität Menorcas und dynamisieren sehr aktiv die lokale Wirtschaft. Das alles tun sie aus Respekt vor der Tradition und auf der Suche nach Innovation“, ergänzt sie.

Die Insel ist seit 1993 **Biosphärenreservat**, womit die UNESCO nicht nur den ökologischen und landschaftlichen Wert der kleinen Inselregion anerkannte, sondern auch ganz



Handgemachter Käse mit Herkunftsbezeichnung Mahón-Menorca ist einer der Pfeiler der Gastronomie und der Wirtschaft der Insel.

besonders die historische Verpflichtung der Menorquiner mit ihrem Land. Sie schreiben sich Nachhaltigkeit und Erhaltung auf die Fahne, um damit die soziale und wirtschaftliche Entwicklung zu erzielen. Was die UNESCO anerkannte, war die Kohärenz eines Wachstumsmodells, das das Zusammenleben zwischen Natur und Landschaft einerseits und der Aktivität der Menschen andererseits möglich macht.

Auf Menorca war das schon immer so, und die Bewohner haben es geschafft, das zu nutzen, was die kleine Insel ihnen bietet, ohne ihr Gewalt anzutun. Felder voller Steine? Perfekt, man nutzte diese, um ein großes Netz an Trockensteinmauern zu errichten, die die gesamte Fläche der Insel in kleine Parzellen unterteilt, so genannte „tancas“, die nicht als Bau- sondern als Weideland dienen.

Menorca hat aus der Not eine Tugend gemacht und gelernt, das zu nutzen, was einem zur Verfügung steht und was man dem Land und dem Meer abgewinnen kann, ohne ihnen Gewalt anzutun; eben diese Insel, die bis in die heutige Zeit trotz aller Schwierigkeiten immer den Primärsektor verteidigt hat, der für die Landschaft der Insel und damit für einen Großteil der Wirtschaft verantwortlich ist.

Landwirtschaft und Viehzucht sowie die Fischerei auf traditionelle Art sind auf Menorca lebendige Aktivitäten voller Potential, unverzichtbare Grundlage für eine nahe, saisonale Küche, in der weise alles genutzt und verarbeitet wird, was das Land und das Meer

“

Auf einer Insel wird alles von der Umgebung bestimmt: Landschaft, Natur, Transport, die Aromen und die Küche

zu bieten haben, und in der der Rythmus der Natur respektiert wird. Genau, wie es schon immer war.

Ehrgeiz, Träume und Vorschläge

„Wir beglückwünschen Sie für ihren Ehrgeiz, Ihre Träume und Vorschläge“, schrieben die Vorstandsmitglieder des IGCAT unter Vorsitz von **Diane Dodd** in dem Brief an den Inselrat, in dem sie die Wahl Menorcas als Gastronomische Region Europas 2022 verkündeten. Aber die Arbeit fängt jetzt erst an. Von jetzt an beginnt eine neue Etappe bis zum Jahr 2022, und die europäische Institution ermutigte die stakeholder – die beteiligten Institutionen, Körperschaften und Unternehmen –, die Teilnahme an dem Projekt zu stimulieren und noch auszuweiten, um das geplante Programm durchzuführen.

Borja Beneyto „Matoses“, ein Gastronomiekritiker, Berater und Koordinator der Kandidatur Menorcas, sagte: „Diese Auszeichnung wird uns dabei helfen, interne Prozesse zu artikulieren und unabhängige Projekte zu vereinen und zu beschleunigen“.

„Wir haben Vielfalt, wir haben Initiative, wir haben Kulturerbe, wir haben eine starke und definierte Identität, aber vor allem haben wir Natur, die alles andere noch stärkt. Der Schlüssel liegt in der Natur“, so der Kritiker. Ganz klar, die Natur ist alles; und war schon immer alles in einem Gebiet, das weniger als 700 Quadratkilometer umfasst.



Links die bekannteste Sauce, die auf der Insel ihren Ursprung hat: die Mayonnaise. Rechts ein bescheidenes und in der Küche doch unverzichtbares Produkt: Kapern.

Wertvolles Land: Landschaft und Geschmack Ibizas



Das Land und die Erde Ibizas waren schon immer und sind auch heute noch der wichtigste Lieferant und die Speisekammer, aus der sich die abwechslungsreiche und schmackhafte Küche der Insel bedient. Die meisten der traditionellen Rezepte, die sich durch einen intensiven und charakteristischen Geschmack auszeichnen, verdanken ihre Identitätsmerkmale den Nutzpflanzen der Insel: Mandeln, rote Kartoffeln, Johannisbrot, Olivenöl, heimische Arten der Wassermelone und Ho-

nigmelone... typisch ibizenkische Produkte, die tief mit den Traditionen der Insel verbunden sind. Für den Besucher bedeutet dies, dass er beim Probieren dieser Spezialitäten besondere Geschmackserlebnisse erfährt und gleichzeitig einen Einblick in die Kultur erhält, aus der diese Produkte hervorgehen. Die Nutzpflanzen, die auf Ibiza angebaut werden, sind stark mit sozialen Aspekten und traditionellen Festen verwoben: In Ortschaften wie Santa Agnès, wo die größte Mandelbaumplantage der



Insel liegt, finden Jahr für Jahr zur Mandelblüte im Februar verschiedene Feste und Veranstaltungen wie Workshops, Ausstellungen, Gesprächsrunden und Verkostungen statt, die zeigen, wie wichtig dieses Trockenkulturprodukt für die Insel ist. Ähnlich verhält es sich mit allen anderen Festen rund um den kulinarischen Veranstaltungskalender Ibizas, deren Rhythmus durch die Erzeugnisse der Insel bestimmt ist. Einige Beispiele sind Tintenfisch, Fisch im Allgemeinen, Lammfleisch oder Fleisch zu den Schlachtfesten.

Die wichtige Arbeit, die Landwirte und landwirtschaftliche Kooperativen der Insel leisten, wird damit aufgewertet und findet entsprechende Beachtung in der Öffentlichkeit. Die Landwirtschaft trägt

zum notwendigen Erhalt und zur Pflege der Landschaft bei und sorgt für nachhaltigen Umgang mit der Natur. Darüber hinaus wird die Insel dadurch für Gäste aufgewertet, die ihren Urlaub in einem ländlichen Umfeld verbringen möchten und Erfahrungen suchen, die sie den Traditionen und Besonderheiten der Insel näherbringen. Vor allem aber werden Menschen angesprochen, die sich an der gastronomischen Vielfalt der Insel erfreuen möchten – dabei spielen die lokalen sog. Null-Km-Produkte mit extrem kurzen Transportwegen die unstrittige Hauptrolle. Viele Restaurants der Insel sehen sich der Produktqualität und Geschmacksoriginalität Ibizas verpflichtet. Auf ihren Speisekarten bieten sie daher Gerichte an, die mit heimischen Erzeugnissen zubereitet werden – die Inselregierung Ibizas hat dazu ein eigenes Qualitätssiegel *Sabores de Ibiza* kreiert.

Mit dem Ziel, das aus der Landwirtschaft Ibizas entstehende Potential für den Tourismus hervorzuheben und zu fördern, hat die Tourismusbehörde des ibizenkischen Inselrats *Consell d'Eivissa* nun eine Verbindung zwischen Tourismus und Landwirtschaft hergestellt. Dank der dadurch entstehenden Syner-



gien soll das ländliche Ibiza aufgewertet und die landwirtschaftliche Produktion gesteigert werden. Um das zu erreichen, wurde auch der Hotelsektor mit einbezogen und dazu animiert, dass in den Hotels der Insel lokale Produkte zum Einsatz kommen und dass dies auch kenntlich gemacht wird, sodass der Gast aus erster Hand erfährt, welches Produkt er zu sich nimmt, woher es stammt, wie es entstand und welche Besonderheiten es aufweist.

Auf längere Sicht sollen in der gesamten Hotelbranche der Insel auf Ibiza produzierte Erzeugnisse verwendet werden, sodass der Gast in den Genuss völlig neuer Gaumen-erlebnisse kommt.

Neben dieser Initiative spiegelt sich die Kooperation zwischen Tourismussektor und Landwirtschaft auch darin wider, dass beide Sektoren gemeinsam auf Tourismusmessen auftreten und dafür werben, dass Ibiza als Reiseziel über alle anderen Vorteile hinaus den Reichtum seiner Landschaft, aber auch seiner Landwirtschaft zu bieten hat. Erlebbar ist das einerseits in der Gastronomie der Insel, andererseits aber auch durch die Nachhaltigkeit und den respektvollen Umgang mit Landschaft und Natur.



INFORMATIONEN:

www.ibiza.travel

www.ibizasabor.es/en

PR

Santa Eulària des Riu, Hotels with Charm

Im Laufe der Jahrhunderte haben viele Zivilisationen Ibiza besiedelt und ihre Spuren auf der Insel hinterlassen. So auch in der Gemeinde Santa Eulària des Riu.

Von besonderem immateriellen Wert ist dabei die traditionelle ibizenkische Architektur, ein Erbe früherer Zivilisationen, das heute zahlreichen renommierten Architekten auf der ganzen Welt als Quelle der Inspiration dient. Bis heute sind inselweit zahlreiche Zeugnisse urtümlicher Häuser erhalten geblieben, die aus den für die Insel so eigenen edlen Materialien errichtet wurden. Oliven-, Wachholder- und Piniennholz gehören ebenso dazu wie Stein und Kalk, alles Materialien, die eine reine, einfache und funktionelle Architektur entstehen ließen, die die Bedürfnisse der damaligen Zeit erfüllten.

Eine Auswahl einladender, behaglicher und exklusiver Hotels

Der damalige architektonische Stil ist vielerorts erhalten geblieben. Er dient heute weiter als Inspiration beim Entwurf neuer Ferienunterkünfte oder aber, um Elemente davon in traditionellen Landhäusern zu integrieren, die in den entlegenen, einzigartigen Landschaften im Inselinneren und an der Küste zu finden sind. Diese traditionellen, historisch und kulturell wertvollen Gebäude gibt es aber auch in städtischen Gebieten. Dank dieser Inspiration entstehen heute behagliche, exklusive und einzigartige Ferienunterkünfte im Einklang mit der Umgebung und der Nachhaltigkeit.

Um Besuchern all den architektonischen Reichtum und die besondere Schönheit dieser Ferienunterkünfte näherzubringen, hat die Stadtverwaltung von Santa Eulària des Riu den neuen Hotelführer „Hotels mit Charme“ herausgegeben. Dort wird eine Auswahl der repräsentativsten



dieser kleinen Ferienunterkünfte in der Gemeinde gezeigt. Zusätzlich wird für jede der Unterkünfte praktische, individuell abgestimmte Information über die angebotenen Produkte und Serviceleistungen vermittelt, die alle einen hohen Mehrwert bieten und sich deutlich vom sonstigen Angebot abheben.

Der kürzlich erschienene Führer enthält eine Auswahl an Hotels, Herbergen, Agrotourismus-Unterkünften und Landhotels, in denen die Besucher den idealen Ort vorfinden werden, um einen schönen, entspannenden Aufenthalt in der Natur und mit Ausblick auf die umliegenden Felder, das Meer oder eine historisch wertvolle Altstadt genießen zu können.

Eines der schönsten Beispiele für diese Ferienunterkünfte ist das malerisch gelegene El Mirador de Can Prats. Diese Finca verfügt über fünf Gästezimmer und liegt zu Füßen einer der am strengsten geschützten Regionen Ibizas. Es Amunts ist eine Bergregion, die unter dem Schutzsiegel ANEI als „Gebiet von besonderem ökologischem Interesse“ eingestuft ist. Über zahlreiche Wander- und Radwege, wie die von Es Canar und Es Figueral, haben Besucher die Möglichkeit, die besondere Schönheit dieser Landschaft zu entdecken. Gatzara Suites Santa Gertrudis, ein charmantes Stadthotel in der maleri-

schen Pfarrgemeinde von Santa Gertrudis, ist eine weitere Ferienunterkunft, die in dem Hotelführer wegen ihrer besonderen Lage und Architektur hervorgehoben wird. Das Hotel ist modern gestaltet und komfortabel ausgestattet, ohne dabei auf traditionelle Materialien oder Elemente zu verzichten. Vom Pool auf der Dachterrasse aus bietet sich ein 360° Panoramablick auf die Kirche, den Dorfplatz und das umliegende Land.

Das Agrotourismus-Hotel Agroturismo Can Domo wiederum gehört zu den historisch bedeutendsten Unterkünften Ibizas. Es ist im ehemaligen Geburts- und Wohnhaus des Historikers Josep Clapés i Juan untergebracht. Clapés i Juan war Soldat und Schriftsteller und gehörte in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zu den bedeutendsten Persönlichkeiten der ibizenkischen Renaissance.

Zweifellos ist „Hotels mit Charme“ der ideale Ratgeber, um Einblick in die Authentizität, Einzigartigkeit und Besonderheit dieser charmanten Ferienunterkünfte zu erhalten und ihre erstklassigen Serviceleistungen und Infrastrukturen kennenzulernen.



INFORMATIONEN:

www.visitsantaaulia.com

APPLE LEISURE GROUP®



Develop Your Resort With A Leading Hospitality Group



AMResorts is the undisputed leader in resort brand management throughout Mexico and the Caribbean. Our unique infrastructure and distribution network provides owners with numerous advantages, which leads to greater profitability than our competitors. Raising all-inclusive to a New Level of Luxury, every one of our resorts offers sun-soaked beaches, elegant accommodations, a world-class spa, gourmet dining, unlimited premium drinks, and many other pampering amenities.

THE AMRESORTS® COLLECTION



Apple Leisure Group is the nation's largest provider of charter flights, and the largest vertically integrated seller of vacation packages in the United States for travel to Mexico, Dominican Republic, Jamaica and the Caribbean. As an industry innovator, Apple Leisure Group consistently delivers exceptional value to travelers, and strong performance to resort owners and partners by strategically leveraging the power of its portfolio of brands.



Die Privatwirtschaft hat viel investiert,
gleichzeitig wurden die Dienstleistungen modernisiert

Playa de Palma – eine dynamische Destination vermehrt ihre Qualität

Ángeles Vargas
angeles.vargas@hosteltur.com
@angelesvargaspe

Die Stadtverwaltung von Palma hat entschieden auf eine der für den deutschen Markt führenden Destinationen gesetzt: die Playa de Palma ist ein rundum erneuerter Klassiker. Hotels, Restaurants, Geschäfte und Lokale haben sich für mehr Qualität engagiert, um das Gebiet zu einem Fokus für ansprechende Sportevents zu machen.

Die Hauptstadt der Balearen bringt ihre besten touristischen Produkte auf die ITB 2020, um sie dem deutschen Markt zu präsentieren – allen voran die Aufwertung der Playa de Palma als Destination, die voller Neuerungen in die neue Saison startet. Die **Stadt Palma** wird diese Präsentation zusammen mit der **Hotelvereinigung der Playa de Palma** machen und dabei Zahlen über die Steigerung der Kategorie und generell die Renovierung der Hotels nennen, ebenso über die Verbesserungen in den Bereichen Gastronomie und Handel. Darüber hinaus werden die Institutionen die Sportevents vorstellen, die das ganze Jahr über zur Dynamisierung der Gegend stattfinden. Man wird auch über die Anstrengungen des öffentlichen und privaten Bereichs sprechen, um nicht erwünschte Verhaltensmuster in dieser Gegend auszulöschen. Konkret geht es dabei um die Einhaltung der städtischen Verordnung, die die lokale



Die Playa de Palma ist ein rundum erneuertes Reiseziel für das ganze Jahr.
Foto: Palma365/Francisco Ubilla.

Verwaltung in der Saison 2019 eingeführt hat. Bei all dem geht es darum, die Playa de Palma zu einem Reiseziel für das ganze Jahr zu machen, daher genießt sie Priori-

**BB BlueBay
Hotels**

Reiseziele, die zu einer eigenen Geschichte inspirieren

BlueBay Hotels hat dieses besondere und einzigartige Ambiente, das du für deinen Urlaub suchst. Reiseziele, an denen man sich wie die einzige Hauptperson fühlt. Orte, an denen man Liebes-, Erfolgs-, Freizeit- und Spaßgeschichten erleben kann... Lass uns der Schlüssel zu deinen besten Momenten sein. Erlaube uns, diesen Platz in deinem Herzen zu füllen, an dem du deine Urlaubserinnerungen für immer aufbewahrst.

Welcher Ort wäre wohl besser, um deine nächste Geschichte zu inspirieren, als die Hotels unserer 5-Sterne-Luxus-Marke Blue Diamond?

Let your story begin...
#mybluebay



AAA
*Four Diamond
Award*

SMALL
LUXURY
HOTELS
OF THE WORLD™

BLUE DIAMOND LUXURY BOUTIQUE HOTEL *****GL
(Riviera Maya – Mexiko)



Le ROYAL
HOTELS & RESORTS

BD
BLUE DIAMOND

BlueBay
HOTELS & RESORTS

bw bellevue
HOTELS & RESORTS

Residéal

BlueBay Vacation Rentals

tät bei der Tourismuswerbung der Stadt. Dieses Gebiet hat viel Potential, nicht nur hinsichtlich der Möglichkeit, Besucher anzuziehen, die ihrerseits dazu beitragen, es zu einem innovativen Reiseziel zu machen; sondern auch als Quelle des Wohlstands. Wie aus einer Studie über die wirtschaftliche Wirkung der Playa de Palma der Ökonomen Catalina Barceló und José Antonio García hervorgeht, die vom Organismus **Palma Beach** vorgestellt wurde, bringt diese insgesamt 1,437 Milliarden Euro ein. Davon sind 996 Millionen direkte Einnahmen im Gebiet, die restlichen 441 Millionen sind indirekte Einnahmen durch Einkäufe und Investitionen außerhalb des Gebiets der Playa. Diese Zahlen weisen einen Multiplikationseffekt von 1,44 auf: für jede 100 Euro, die direkt eingenommen werden, werden weitere 44 Euro indirekt eingenommen. Die Studie zeigt, dass die Produktion der Playa de Palma 3,16% zum BIP der Balearen beiträgt.

Investitionen in Millionenhöhe

Daher ist die Pflege der Playa de Palma ein sicheres Geschäft und eine interessante Investition. So sehen es auf jeden Fall die Hotels der Gegend, die Renovierungsarbeiten in Millionenhöhe durchgeführt und dabei auf weniger standardisierte und erlebnisreichere Produkte gesetzt haben. Zu den jüngsten Neuerungen gehört zum Beispiel das **Pabisa Bali**, das für 1,8 Millionen Euro renoviert worden ist; oder das **HM Dunas Blancas**, das im Sommer mit seiner neuen Kategorie vier Sterne wieder eröffnet wurde. Die Gruppe HM Hotels

Die Stadtverwaltung von Palma und die Hotelvereinigung der Playa de Palma stellen auf der ITB die neuesten Verbesserungen und Aktionen in diesem Gebiet vor

öffnete außerdem das neue **whala!fun** nach einer umfassenden Renovierung im April. Erst kürzlich hat die Kette Hoteles Globales das Hotel, das zuvor unter dem Namen **Cook's Club Palma Beach** lief, wieder unter die Fittiche ihrer eigenen Marke genommen; es handelt sich um ein modernisiertes Hotel, das vor allem für ein junges Publikum gedacht ist. Eines der ehrgeizigsten Projekte war das **Riu Playa Park**, das im vergangenen April wieder eröffnet wurde und in das die Kette Riu Hotels & Resorts 35 Millionen Euro investiert hatte – es war komplett abgerissen und neu gebaut worden. Außerdem sieht das Unternehmen für Frühjahr 2020 den Abschluss der Renovierungsarbeiten des **Riu Concordia** an der Playa de Palma vor.

Die Stadtverwaltung von Palma kündigte Anfang 2019 an, bis 2020 Investitionen von 6 Millionen Euro in Infrastrukturen und Dienstleistungen in diesem Bereich zu tätigen. Die bedeutendste Verbesserung ist die Installation von 900 LED-Lampen in der ersten Strandlinie, in die 2,5 Millionen geflossen sind. Auch in den Stadtteilen El Molinar, Can Pastilla, Les Meravelles und S'Arenal wurde die Beleuchtung verbessert und es gibt ein Projekt zur Verbesserung in Cala Estancia. In der zweiten Linie hinter dem Strand wurden ebenfalls Verbesserungsarbeiten durchgeführt, unter anderem an den Bürgersteigen, so dass die Besucher schon im letzten Sommer sichtliche Verbesserungen feststellen konnten. Dabei geht es um grundlegende Aspekte für die Sicherheit und den Komfort der Besucher. ■

Mallorca... ein grenzenloses Paradies!

Lernen Sie uns kennen!

- Mix Alea ★★
- Mix BR Apts ★★
- Mix Colombo ★★
- Mix Perù Playa ★★
- Mix Smart ★★

MIX

WE ♥ TOURISM

(+34) 971 466 017

mixhotels.com

GRUPOTEL
HOTELS & RESORTS

Machen Sie sich auf den Weg in den Urlaub

Benvingut! – Herzlich willkommen im Urlaubsparadies

Benvingut

PR

Hoteles Saint Michel, 40 Jahre Wachstum in der Hotelbranche



Die Kette **Hoteles Saint Michel** feiert in diesem Jahr ihr 40jähriges Bestehen. Ihr Gründer Juan Colom eröffnete sein erstes Hotel 1980 unter dem Namen Hotel Saint Michel. Jedes Jahr kamen neue Hotels dazu, aber der Name des ersten Hauses wurde als Name der Kette beibehalten. Zum heutigen Zeitpunkt hat das Unternehmen 16 Hotels in den besten Lagen der Baleareninsel Mallorca.

In den letzten Jahren hat Hoteles Saint Michel unter der Leitung der Kinder von Juan Colom auf die Modernisierung der Häuser gesetzt. Die meisten wurden umfassend renoviert, wobei großer Wert auf das Erlebnis der Gäste und die Qualität der Dienstleistungen gelegt wird – ebenso wie auf die Einführung nachhaltiger Maßnahmen.

Mehrwert

Es gibt immer mehr unterschiedliche Typen von Reisenden, und diese möchte man mit entsprechenden touristischen Erfahrungen auf bestmögliche Weise zufriedenstellen. Daher bietet Hoteles Saint Michel 4 Marken: BREEZE, FAMILY, EXCELLENCE und COMFORT. Die meisten Hotels be-

finden sich in der BREEZE-Linie. Es handelt sich um komplett renovierte Hotels im mediterranen Stil, in denen man alles für die Entspannung und Erholung findet. Die Marke FAMILY bietet Urlaubserlebnisse für Familien, sie kümmert sich um alle Details und setzt in ihren Hotels auf die Animation. Bei EXCELLENCE handelt es sich um Hotels an den schönsten Stränden Mallorcas, von denen einige auf Rad-sport, Golf, *Wellness* sowie *Meetings and Incentive* spezialisiert sind. Und zu guter Letzt die Marke COMFORT für einen Urlaub mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.



Der große Mehrwert der Hoteles Saint Michel ist zweifellos ihr menschliches Kapital und die hohen Qualitätsstandards in allen Hotels. Das zeigt sich an der großen Zufriedenheit der Gäste, die die Hotels der Kette auf die ersten Seiten der Online-Meinungsportale für ihre jeweiligen Standorte bringen.

Das Unternehmen setzt auf professionelles Wachstum und bietet seinen Mitarbeitern ständige Weiterbildungsmöglichkeiten; zusätzlich gibt es einen Karriereplan und eine interne Jobbörse für die Mitarbeiter, die sich beruflich weiterentwickeln wollen.

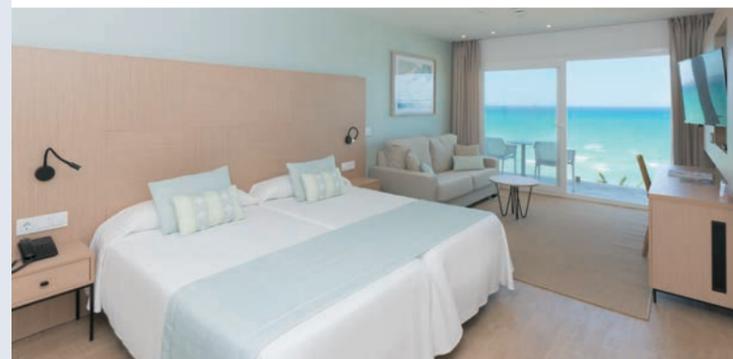
Umweltpolitik

Im Wissen um die Notwendigkeit des Schutzes der Umwelt und der natürlichen Ressourcen setzen Hoteles Saint Michel ganz entschieden auf die Einführung nachhaltiger Maßnahmen. Das beginnt mit der Nutzung energieeffizienter Materialien bei den Renovierungsarbeiten der Hotels. Die Umweltpolitik der Kette unterstützt die Teilnahme aller Akteure mit dem Ziel einer stärkeren Nachhaltigkeit. Kürzlich hat die mallorquinische Hotelkette eine neue *ecofriendly* Marke unter dem Motto *Save the Planet* geschaffen, um allen Gästen, Zulieferern und Mitarbeitern die Bedeutung des Umweltschutzes bewusst zu machen. Das mallorquinische Unternehmen ist seinen Anfängen treu und daher fest auf der Insel verwurzelt. Eines der Ziele von Hoteles Saint Michel ist es, sich der Umwandlung der Tourismusgebiete anzuschließen, darunter in Magaluf. Daher renoviert sie ihre Hotels und achtet auf Qualität beim Service. Auf diese Weise schließt sich die Hotelketten anderen Unternehmen an, um gemeinsam für einen nachhaltigeren und umweltfreundlicheren Tourismus zu arbeiten.



INFORMATIONEN:

www.saintmichel.net
971 274 822
hsm@saintmichel.net



OUR NEW BREEZE

Well
BEING



Calvià, 2020 noch attraktiver mit drei hochkarätigen Sportevents

Die Gemeinde Calvià auf Mallorca ist jedes Jahr Schauplatz spektakulärer Sportveranstaltungen für alle, die den Wettbewerb lieben. Diese finden im März, April und Oktober in einer privilegierten Umgebung statt, wo man fantastisches Klima, Landschaften, Spannung und Mut erleben kann.

Die erste ist der Galatzó Trail 2020, einer der wichtigsten Bergläufe der Balearen. Er findet in der zweiten Märzwoche statt (Sonntag, 15. März) und verläuft durch einige der eindrucksvollsten Gegenden des Tramuntana-Gebirges und über zwei der bekanntesten Berge Mallorcas, Puig de Galatzó und s'Esclop. Bei diesem Wettkampf spielt die spektakuläre öffentliche Finca Galatzó die Hauptrolle, durch die die Strecken verlaufen.

Die Plätze für diesen Wettlauf sind jedes Jahr schon Monate vorher ausgebucht. Seit 2018 ist die Zahl der eingetragenen Athleten, die nicht auf Mallorca leben, ständig gestiegen; tatsächlich kommen 35% aller Teilnehmer, die sich für 2020 eingetragen haben, von außerhalb Mallorcas.

Das Event umfasst folgende Läufe:

- Galatzó Legend (43 Km), ein anspruchsvoller und spektakulärer Bergmarathon rund um s'Esclop und Galatzó.
- Galatzó Half (23 Km), ein Halbmarathon auf den Wegen der Finca Galatzó.

Am 18. April findet der Half Marathon Magaluf statt. Diese Veranstaltung besticht durch zwei Hauptmerkmale: hochwertige Dienstleistungen für die Athleten und attraktive Strecken durch städtische Bereich und entlang der Küste. Es gibt drei Hauptläufe: den Halbmarathon (21,097 Km), den 10-Kilometer-Lauf und den Kids Run. Im Rahmen des Wettbewerbs finden auch andere Aktivitäten wie die schon traditionelle Pasta Party statt.

Die Organisation erwartet in diesem Jahr



mehr als 1.300 Menschen und fördert vor allem die Teilnahme des ausländischen Publikums.

Am 17. Oktober wird der zum heutigen Zeitpunkt spektakulärste Triathlon Mallorcas stattfinden, die Challenge Peguera-Mallorca. Es handelt sich um einen Triathlon der Mittelstrecke (1,9 Km Schwimmen, 90 Km Radfahren, 21 Km Running) in der Gemeinde Calvià, mit Peguera als Mittelpunkt. Dieser Wettbewerb wurde kürzlich als bester Lauf der Welt der Challenge Family

(best race chfamily 2019) ausgezeichnet und hat damit andere wichtige Wettkämpfe wie die Challenge Roth oder die Challenge Almere-Amsterdam übertroffen.

Die letzten fünf Ausgaben dieser Veranstaltungen waren total ausgebucht. Am Hauptwettkampf können maximal 1.200 Sportler teilnehmen, wenn man die Parallelveranstaltungen dazu nimmt, hat das Event Kapazität für rund 5.000 Sportler. Mehr als 85% dieser Teilnehmer kommen aus verschiedenen Ländern Europas. Die wichtigsten Aspekte der Challenge Peguera-Mallorca sind:

- Spektakuläre und technisch ausgearbeitete Strecken mit dem Besten,

was Mallorca zu bieten hat: Schwimmen an einem wunderbaren Strand; abwechslungsreiche, schnelle, anspruchsvolle und unterhaltsame Radstrecke durch traditionelle Dörfer, Berg- und Küstenlandschaften; und ein Lauf auf dem belebten Boulevard von Peguera.

- Service für die Sportler .
- Eine Organisation, die ganz auf die Teilnehmer und ihre Begleitpersonen konzentriert ist.

Wenn man an diesen großen Sportevents teilnimmt, hat man darüber hinaus die perfekte Ausrede, den Aufenthalt zu verlängern und all das zu genießen, was Calvià als führende Tourismusdestination auf Mallorca und im Mittelmeerraum zu bieten hat. Das angenehme Klima der Insel im Frühjahr und Herbst ist ideal für Betätigungen unter freiem Himmel – vom Wandern über Schnorcheln bis Birdwatching-, aber auch für die Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen oder die Entdeckung des außergewöhnlichen historischen Erbes.



INFORMATIONEN:

Institut Calviàner d'Esports
Tel: +34 971 67 03 10
Web: <https://calviadeportes.com/en/>
Email: ice@calvia.com
Facebook: [icecalvia](https://www.facebook.com/icecalvia)

In diesem Urlaub werden Sie sich
besser fühlen als zuhause



Puerto de Pollença - Playa de Muro - Cala d'Or - Palmanova - Ciutadella www.marhotels.com



Die verlorenen Kapazitäten wiedererlangen und füllen – die Herausforderung für die Kanaren auf der ITB

In 2019 reisten 2,65 Millionen Deutsche auf das Archipel, 13,5% weniger als im Vorjahr

Taiana González
@Taianahosteltur

Zwei von zehn ausländischen Touristen auf den Kanaren sind Deutsche; sie geben mehr aus als der Durchschnitt und sind dem Reiseziel treu: 70% kommen wieder. Aber 2019 war aufgrund fehlender Kapazitäten und der wirtschaftlichen Situation kein gutes Jahr für den deutschen Markt auf den Inseln. Für die kommende Sommersaison hofft man auf mehr Flugverbindungen, wenn auch Promotur sich bewusst ist, dass es schwierig sein wird, wieder auf das Niveau von vorher zu kommen.

2019 war ein Jahr der Rückschläge für den Tourismus auf den Kanaren, denn die negative Tendenz des Jahres 2018 (-1,9%) hielt an und verstärkte sich. Zu Jahresabschluss verzeichneten die Inseln einen Rückgang des internationalen Tourismus um 4,4%. Am stärksten machte sich der Verlust des deutschen Marktes bemerkbar, was aber wegen der wirtschaftlichen Lage, der Erholung der anderen Mittelmeerstaaten und prinzipiell wegen des Verlustes an Flugverbindungen zu erwarten gewesen war. Nach Großbritannien ist Deutschland der stärkste Quellenmarkt und hebt sich dadurch hervor, dass er viel ausgibt, wenn

auch 1,2% weniger als zuvor, wie Egatur berechnet. Das Archipel war schon immer sehr abhängig vom deutschen Markt, der prinzipiell treu ist; aber wenn es keine Flüge gibt und die Preise stark steigen, wird es schwierig, wieder auf die Zahlen von 2017 zu kommen – das Jahr, in dem mit 3,12 Millionen ein Besucherrekord aus Deutschland aufgestellt wurde. Deshalb geht **Promotur Turismo de Canarias** mit dem Ziel auf die ITB, mit den wichtigsten Fluggesellschaften, Reiseveranstaltern und Akteuren der Branche zu verhandeln, um die Möglichkeiten der Destination aufzuzeigen und zu erreichen, dass sie die Inseln in ihre Planung



60,1% der Deutschen wählen die Kanaren wegen des Meeres – der Durchschnitt bei anderen Märkten liegt normalerweise bei 43,3%.

für Flugrouten und Pauschalreisen einbinden. Ziel ist es, die verlorenen Kapazitäten wieder zu erlangen und diese auch zu verkaufen.

Archillesferse Flugverbindungen

Auf den Bankrott der Fluggesellschaft **Germania** im Februar 2019 folgte die des Veranstalters **Thomas Cook** im September, was eine weitere bedeutende Reduzierung der Kapazitäten mit sich brachte. Das dritte Ereignis war die Schließung der Basen von **Ryanair** auf Teneriffa, Lanzarote und Gran Canaria. Dadurch wurden 29 Routen und 12 wöchentliche Flüge gestrichen, was die Flugaufbindungen zum spanischen Festland und nach Großbritannien, Italien, Deutschland und Skandinavien erheblich betraf, so die Inselministerin für Tourismus, Industrie und Handel, **Yaiza Castilla**.

Tatsache ist, dass die Flugkapazitäten für die Inseln in der Wintersaison – die von November bis Ostern dauert – um 10% zurückgingen, was konkret 220.000 Sitzplätze weniger bedeutet. Das geht aus den Daten hervor, die der Vorsitzende des **Unternehmerverbandes für Gastgewerbe und Tourismus von Las Palmas (FEHT)**,

José María Mañaricúa, gegenüber Hosteltur genannt hat.

Aus Umfragen geht hervor, dass über die Hälfte der Deutschen, die auf die Kanaren reisen (ca. 55%) ihre Reise mindestens drei Monate im Voraus buchen, was bedeutet, dass man rechtzeitig die Programme auf den Markt bringen muss.

Auch wenn die Umstände entmutigend aussehen, hat **Yaiza Castilla** angekündigt, dass Ryanair im Sommer wieder einige Routen aufnehmen könnte – um Gewissheit zu gewinnen, müsse man aber bis April warten, wenn die neuen Flugpläne vorgestellt werden. **Lufthansa** hat angekündigt, dass sie ihre Verbindungen von München aus nach Gran Canaria, Fuerteventura und Teneriffa Süd aufstocken werde.

Das Tourismusministerium der kanarischen Regierung hat darüber hinaus beschlossen, eine öffentliche Ausschreibung für 20 neue Flugrouten zu machen, um das Archipel an solche europäische Städte anzubinden, zu denen es bisher keine Direktflüge gibt. Um festzulegen, welche Routen das sein sollen, wurde eine Analyse der strategischen Interessen, der potentiellen Durchführbarkeit und des

„
Für die Sommersaison rechnet man mit einem Anstieg der Flugkapazitäten von 8% für die Kanaren, weiss aber auch, dass dies nicht ausreicht, den Besucherverlust wieder auszugleichen

Mangels an Verbindungen durchgeführt. Entsprechend der offiziellen touristischen Daten der Kanaren, die Mitte Februar veröffentlicht wurden, sehe man für den Sommer „eine Steigerung der Kapazität um 8%, ein sehr positiver Trendwechsel“. Jedoch müsse man zugeben, dass die Verbesserung nicht ausreichen werde, um auf die früheren Ergebnisse zu kommen. Die private Unternehmerbranche, allen voran die Hoteliers, ist der Meinung, dass eine Senkung der Flughafengebühren von Seiten **Aenas** ein guter Anstoß für die Verbesserung der Anbindungen wäre; auch sollen die kanarischen und spanischen Behörden gemeinsam in Brüssel dafür kämpfen, dass Insel- und ultraperiphere Regionen der Kerosinsteuerpflicht enthoben werden.

In Zukunft müsse man auch beachten, wie sich der Flugbenzinpreis entwickelt, der sich direkt auf den Flugpreis niederschlägt; was mit dem Boeing 737 MAX passiert, der eine Flugzeugknappheit provoziert hat; und sich auf eine Realität einstellen, die von Tag zu Tag fassbarer wird: das Phänomen, dass man sich schämt, zu fliegen.

Zurückhaltender aber starker Markt

Im letzten Jahr empfangen die Kanaren 413.983 deutsche Touristen weniger als im Jahr 2018, ein Rückgang um 13,5%. Ins-



Die Kanaren haben in Deutschland die Kampagne "Nature believers" gestartet, die vermittelt: je mehr Technologie der Mensch nutzt, umso mehr Kontakt mit der Natur braucht er zum Ausgleich.

gesamt reisten 2,65 Millionen Menschen aus Deutschland auf die fünf Inseln; so wenig wie seit 2014 nicht mehr. Dennoch war es eine halbe Million mehr als noch im Jahr 2009, als die Finanzkrise sich in allen Märkten bemerkbar machte.

Fuerteventura, Gran Canaria und La Palma wiesen 2019 die schlechteste Entwicklung auf, da sie am meisten vom deutschen Markt abhängig sind, wie aus den Daten von Promotur hervorgeht. Von einem auf das andere Jahr verloren sie 162.092, 112.231 bzw. 7.385 deutsche Touristen.

Eine Umfrage der **ReiseAnalyse** zeigt, dass die Nachfrage der Deutschen nach Reisen im Jahr 2020 trotz Bankrotte und der Debatte um den Klimawandel hoch bleibe.

Außerdem sagen trotz des wirtschaftlichen Rückgangs im Land mehr als 60% der Befragten, dass sie mehr Zeit und mehr Geld zum Ausgeben haben. Das ist positiv, aber man muss bedenken, dass das gesteigerte Interesse am Reisen zum Teil auch darauf zurückzuführen ist, dass immer mehr Deutsche beschließen, ihren Urlaub im eigenen Land zu verbringen (zwischen 28 und 30%).

Gerade jetzt ist der Moment, Marketingstrategien einzusetzen, denn acht von zehn Menschen beschließen jetzt, wo sie ihren Urlaub verbringen werden.

Internationales Marketing

Angeht der Tatsache, dass der Tourismus der Wirtschaft der Kanaren jedes Jahr zwischen 15 und 17 Milliarden Euro einbringt, also mehr als 30% des BIP beiträgt, ist beschlossen worden, das Budget für Tourismuswerbung zu steigern. Ziel ist es, die Nachfrage in den wichtigsten Märkten – Großbritannien, Deutschland, Skandinavien und andere mit vorhandenem Wachstumspotential – zu reaktivieren.

Diese Entscheidung fiel vor dem Hintergrund der Wiedereröffnung von konkurrierenden Reiseländern wie der Türkei und Ägypten, die sicherlich wieder einen Anteil des deutschen Marktes absorbieren werden. Ein weiterer Grund ist der Brexit und eine mögliche Abwertung des Pfundes, die eine wichtige Rolle für die Reisen



Gran Canaria ist die bei den Deutschen beliebteste Insel, obwohl 2019 rund 112.000 Touristen weniger kamen.

der Briten spielen werden. Darüber hinaus ist nicht zu vergessen, wie der Handelskonflikt zwischen den USA und China sowie die Entwicklung des Coronavirus sich auf den Reisemarkt auswirken können.

Daher haben die Kanaren beschlossen, mehr für internationale Werbung auszugeben: die ursprünglich vorgesehenen 19 Millionen Euro wurden auf 24 Millionen aufgestockt; möglich ist die Steigerung dank des Beschlusses des spanischen Staates, 15 Millionen extra zu überweisen, um die Auswirkungen des Bankrotts von Thomas Cook zu mildern.

„Die ersten Monate des Jahres sind von vitaler Bedeutung für die Werbung der Destination. Das Tourismusministerium der Kanaren geht mit einer ganzen Batterie an Aktionen in das erste Quartal des Jahres, denn wir wissen, dass es ein sehr wichtiger Zeitraum ist, in dem die Last-Minute-Buchungen für den Winter auf die Frühbuchungsaktionen für den Sommer treffen“, heißt es.

Für den deutschen Markt ist die Kampagne **“No buts”** ins Leben gerufen worden, um für Badereisen zu werben. In dieser Kampagne betont die Marke Islas Canarias ihre Führungsstellung im Winter dank

ihres guten Klimas gegenüber der Konkurrenz Türkei und Ägypten und lenkt das Augenmerk auf Vorteile, die sie von der Konkurrenz abheben, wie Sicherheit, Gesundheitswesen, Lebensstandards, Nachhaltigkeit und landschaftliche Vielfalt. Auch die Kampagne **“Nature Believers”** ist ins Leben gerufen worden, bei der es darum geht, dass der Mensch mit zunehmender Nutzung der Technologien auch zunehmend mehr Kontakt mit der Natur braucht, um sich wohl fühlen zu können.

Präsenz auf der ITB

Auf der ITB präsentieren sich die Kanaren mit dem gleichen Design, das sie schon auf der WTM und Fitur nutzten. Im Pavillon kommen Delegationen von allen Inseln zusammen, sowohl Vertreter von Behörden als auch des Privatsektors. Ebenso wie 2019 werden über 160 Firmen und 400 Teilnehmer von den Inseln erwartet.

Der Stand ist ein weiteres Werbeelement für das Archipel und bietet den Besuchern die Möglichkeit, in die Kanaren einzutauchen und die Werte der Marke Islas Canarias zu erfahren. Dafür wurden eigens spezielle audiovisuelle Inhalte geschaffen, die dazu einladen, sich von Bildern und Geräuschen einhüllen zu lassen. ■

„
Umfragen bestätigen, dass die Deutschen trotz Bankrotte und Klimadebatte reisen wollen. Promotur hat eine Reihe von Aktionen für das erste Quartal des Jahres gestartet

ITB Hall 2.1
BERLIN Stand 206

LORO PARQUE (Puerto de la Cruz, Teneriffa)

DIE TIERBOTSCHAFT

Wenn Sie nach Teneriffa reisen, vergessen Sie nicht, einen Besuch in den Loro Parque einzuplanen. Er wurde im Rahmen der Travelers 'Choice Awards 2017 und 2018' als bester Zoo der Welt ausgezeichnet. Der unvergleichliche Park bietet seinen Besuchern ein einzigartiges Erlebnis. Hier können die Tiere in einer ihrem natürlichen Lebensraum nachempfundenen Umgebung inmitten einer beeindruckenden Artenvielfalt beobachtet werden, wie noch nie zuvor. Bewundern Sie das weltweit größte und vielfältigste Reservat für Papageienarten und -unterarten, antarktische Pinguine, afrikanische Löwen, Zwergflusspferde oder rote Pandas und viele andere Tiere. Verpassen Sie außerdem nicht den beeindruckenden Zen-Garten, die faszinierende Korallenfarm und lassen Sie sich von den ersten Schritten der wunderschönen Jaguarwelpen verzaubern, die die neue Botschafter ihrer Art sind. Außerdem erfahren Sie in den Vorführungen für das Publikum alles über Delfine, Seelöwen und Killerwale. Als moderner Zoo setzt sich der Loro Parque gleichermaßen für das Wohl und den Schutz der Tiere ein, wie für die Erhaltung des Planeten durch den Einsatz erneuerbarer Energien und die Beseitigung von Einwegplastik in seinen Einrichtungen.

Ein Muss, wenn Sie auf Teneriffa sind, sowohl mit Ihrer Familie als auch mit Ihren Freunden.

Kaufen Sie Ihr Ticket unter loroparque.com



SIAM PARK (Costa Adeje, Teneriffa)



Kaufen Sie Ihr Ticket unter siampark.net

Das Wasser-Königreich, Siam Park, wurde zum sechsten Mal in Folge zum besten Wasserpark der Welt ernannt und bietet seinen Besuchern ein Rundumangebot an Unterhaltung für jeden Geschmack. Genießen Sie absolute Entspannung am weißen Sandstrand Siam Beach oder die Exklusivität der VIP-Kabinen, die Ihren Aufenthalt zu einem unvergesslichen Erlebnis machen werden. Für Adrenalinliebhaber ist der Tower of Power mit seiner beeindruckenden 28-Meter-Rutsche, die ihre Reise unter dem riesigen Aquarium beendet, oder Singha, die spektakulärste Wasserachterbahn der Welt, mit rund 240 Metern Fahrtstrecke, Hochgeschwindigkeitskurven und 14 Richtungsänderungen, die die Gesetze der Physik herausfordern, ein pures Vergnügen. Als Neuheit gibt es zwei neue Attraktionen: Patong Rapids, mit einer Strecke von über 235 Metern voller Kurven und Sprünge, und Coco Beach, einen Kinderbereich, in dem Eltern und Kinder eine unvergessliche Zeit miteinander verbringen können. All das in einer paradiesischen Umgebung und mit einem Service von höchster Qualität.

POEMA DEL MAR (Las Palmas de Gran Canaria)

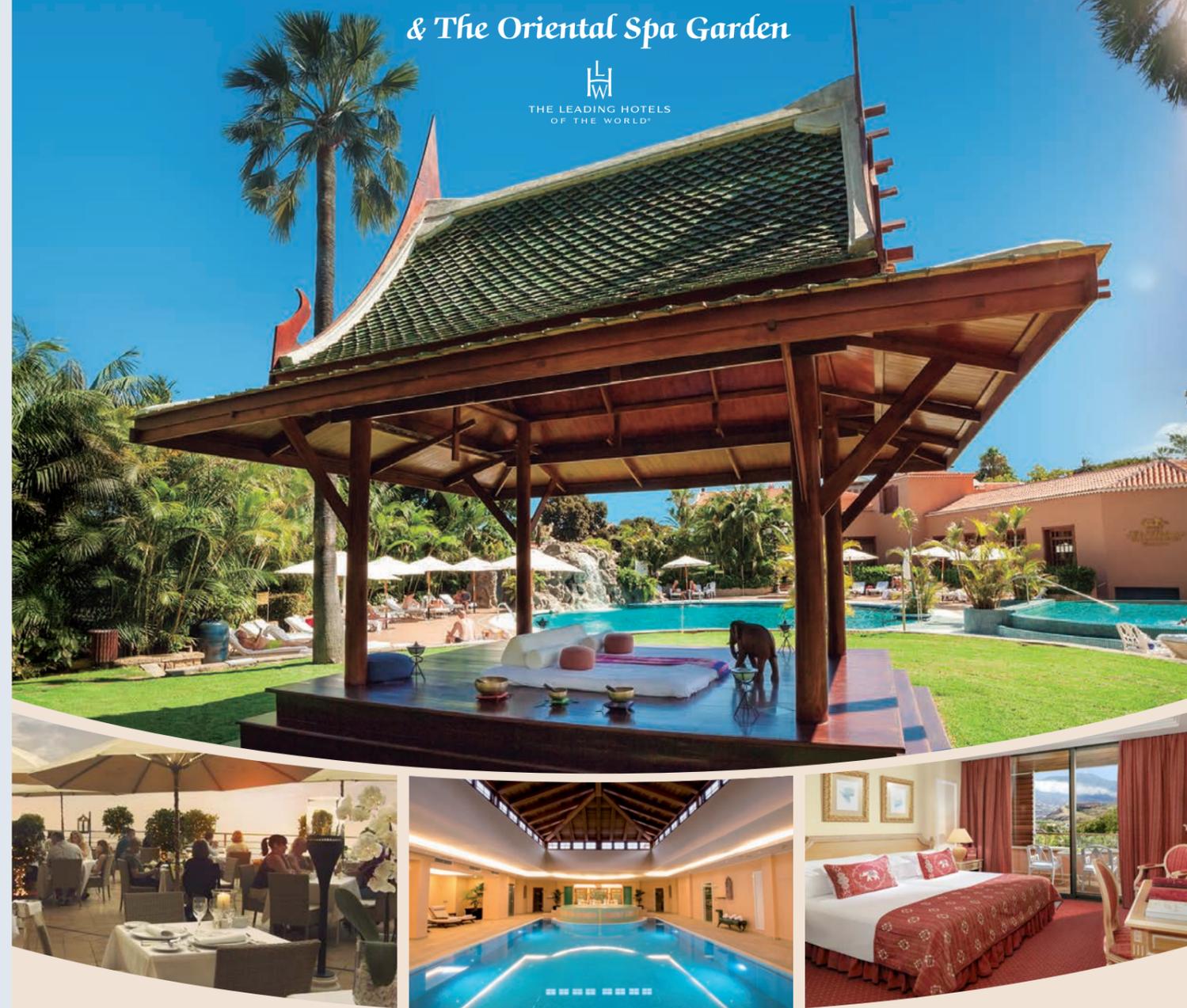
WILLKOMMEN ZU EINEM BESUCH IN DEN TIEFEN DER OZEANE

Das Poema del Mar lädt Sie ein, die Geheimnisse des Blauen Planeten bei einer wunderbaren Reise durch die fünf Kontinente und unterschiedlichen Arten aus aller Welt zu entdecken.

Tauchen Sie ein und erleben Sie ein unvergessliches Abenteuer im Dschungel mit Goliath-Tigersalmern, Süßwasserschildkröten und Krokodilen. Betreten Sie die Welt von Nemo, umgeben von Clownfischen mit ihren leuchtenden Farben. Im Strandbereich finden Sie neben anderen tropischen Wasserarten auch den Zebra- und den Port Jackson-Stierkopfhai. Sie teilen ihr Zuhause mit den geretteten Meeresschildkröten, die auf der Suche nach einem sicheren Ort, an dem sie ihren Rehabilitationsprozess beenden können, ins Aquarium kommen, bevor sie wieder ins Meer zurückkehren.

Lassen Sie sich von Deep Sea beeindrucken, einem Ort, der dank des größten gebogenen Unterwasserfensters der Welt niemanden unbeeindruckt lässt – seine Scheibe ist 36 Meter breit, sieben Meter hoch und 39 Zentimeter dick. Jetzt ist es Zeit zu entspannen, die Haie zu beobachten und sich in die Tiefen des Ozeans zu begeben.

Kaufen Sie Ihr Ticket unter poema-del-mar.com

Hall 2.1
STAND
206ITB
BERLINHotel Botánico
& The Oriental Spa Garden

Ein Genuss für alle Sinne



PR

Der Tourismus von Costa Adeje bereitet sich auf die Kreislaufwirtschaft vor

Zukunft wird in Costa Adeje grün geschrieben

Umweltfreundliche Technologien und mehr saubere und erneuerbare Energien sollen in den kommenden vier Jahren in Costa Adeje eingeführt werden, um eine neue Etappe der Tourismuswirtschaft einzuläuten.



Adolfo Alonso Ferrera, Stadtrat für Tourismus und Sport der Stadt Adeje.

Costa Adeje hat eine in der spanischen Tourismusindustrie herausragende Markenidentität und folgt dabei einem Grundmuster, das auf Qualität, Diversifizierung und Differenzierung der Destination beruht, wie Adolfo Alonso Ferrera, Stadtrat für Tourismusminister in Adeje, sagt. Diese Arbeit werden wir in den kommenden Jahren zusammen mit den wichtigsten hier ansässigen Tourismusunternehmen fortführen. Die Nachhaltigkeit der Destination und die Anpassung an eine neuen Wirtschaftsetappe, wie man sie mit der Kreislaufwirtschaft einläuten will, werden die Gesellschaft und die Unternehmen von Adeje in den kommenden Jahren vor eine große Herausforderung stellen. Ausgehend vom Grundgedanken, mehr zu recyceln und weniger wegzuerwerfen, kann Costa Adeje als Reiseziel mehr Rentabilität und Wettbewerbsfähigkeit erzielen.

Seit letztem Jahr entwickelt man hier eines der wichtigsten Projekte, das dabei helfen soll, die unterschiedlichen Etappenabschnitte auf dem Weg hin zum Wechsel des Wirtschaftsmodells

99% der städtischen Beleuchtung entsprechen den Auflagen für den Schutz des Himmels vom Astrophysischen Institut der Kanaren entsprechen

zu erreichen. Das Projekt ‚Adeje, intelligente Destination‘ war eine der Kampagnen, die bei der ‚Ausschreibung Intelligente Reiseziele‘ von Red.es, einem vom Ministerium für Wirtschaft und Unternehmen abhängigen Organismus, begünstigt wurden. Die maximale Investition von 5.999.474,55 € werden zu 60% von Red.es und zu 40% von der Stadt Adeje finanziert. Nach Meinung von Alonso Ferrera wird es ein sehr relevantes Projekt sein, da es hohes Potential zur

Informationsbeschaffung durch die Entwicklung neuer Interventionslinien und die durch alle angeschlossenen Geräte eingebrachten Informationen besitzt. Dank der intelligenten Datennutzung können wir Probleme bei Transport, Energie, Abfallwirtschaft, Gesundheit und Erziehung im Bereich Tourismus und generell in der Gesellschaft Adejes lösen.

Seit einiger Zeit arbeitet die Stadt an Sparmaßnahmen im Rahmen ihrer Dienstleistungen, so dass jetzt zum Beispiel 99% der Beleuchtung den Auflagen für den Schutz des Himmels vom Astrophysischen Institut der Kanaren entsprechen. Ziel dieser Maßnahme ist es, in den kommenden Jahren die öffentliche Beleuchtung zu monitorisieren und fernzusteuern, um sie zu optimieren und entsprechend beim Energiekonsum zu sparen.

Ein Hotel als Lebensraum und gleichzeitig als Energieerzeuger zu sehen, ist keine Science Fiction mehr. Die Anlagen für Vielfachgewinnung von Energie ermöglichen nicht nur erheb-

liche Verbesserungen bei der Energieeffizienz, sondern steigern auch die Wettbewerbsfähigkeit der Hotels, die solche nachhaltigen Maßnahmen einführen. So ein erfolgreicher Fall ist die Gruppe GF Hoteles, die erste Hotelkette in Europa und dritte weltweit, die die Zertifizierung ISO 21401:2019 erhalten hat. Sie hat mit der Reduzierung von 20 Tonnen CO₂ ihre eigenen Erwartungen des Strategieplans 2018-2020 übertroffen.

Smart Beach

Die Ausstattung und der Komfort der Strände an der Küste von Adeje werden im Rahmen dieses Projektes durch ein System von Sensoren verbessert, die Informationen zur Anzahl der Personen, die sich in der Umgebung befinden (am Boulevard und am Zugang zum Strand), zum Abfallmanagement am Strand und zum Wasserverbrauch in den Duschen vermitteln werden. Ergänzt wird diese Information durch Daten zur Umwelt und Geräuschbelastung der Gegend. Durch die technologischen Ressourcen will man das Stranderlebnis der Nutzer verbessern.

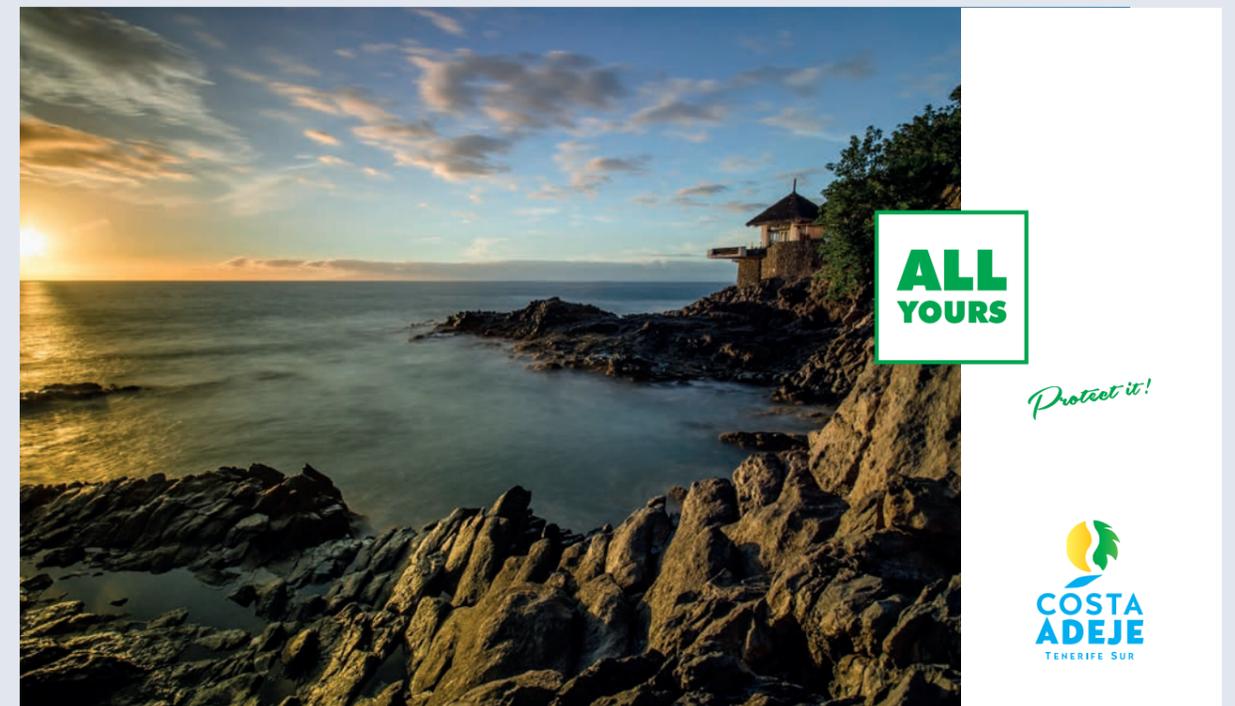
Die Aufstellung von Sensoren und die Eimpflegung der gesammelten Informationen in die städtische Plattform werden vor allem danach ausgerichtet, dass sie mit den vorausschauenden Techniken des Managementsystems interagieren.

Durch ein System für Beschwerdemanagement und Verbesserungsvorschläge sollen ständige Verbesserungen erzielt werden, wobei immer der Umweltschutz an den Küsten im Vordergrund steht.

Die Aufstellung von Sensoren und die Eimpflegung der gesammelten Informationen in die städtische Plattform werden vor allem danach ausgerichtet, dass sie mit den vorausschauenden Techniken des Managementsystems interagieren. Dieses neue Szenario zwingt uns dazu, mehr nach transversalen Kriterien zu arbeiten, um alle Teile der Stadt in allen Bereichen abdecken zu können: Sauberkeit, Verbesserung der Parkmöglichkeiten, der öffentlichen Verkehrsmittel und anderer öffentlicher Dienstleistungen.

Open Data

Die Stadt Adeje hat 50.000 Einwohner, dazu kommen jedes Jahr rund zwei Millionen Touristen aus Spanien und dem Rest Europas. In einem solchen Umfeld, in dem alle Menschen intensiv ihre Mobiltelefone nutzen, entstehen viele Daten. Die Einführung eines Portals für Open Data auf der Grundlage von open source software wird es möglich machen, Daten rund um die Stadt zu veröffentlichen, zu denen Einwohner und Unternehmen den Zugang haben und die sie verwenden können.



Es besticht durch Vielfalt, Exzellenz, gutes Klima und ein Zusatzangebot, das seinesgleichen sucht

Das beste europäische Reiseziel für Golffreunde



Das Andalucía Valderrama Master wird dieses Jahr vom 29. April bis 3. Mai ausgetragen. ©RC Valderrama

Über 400 Golfplätze für alle Niveaus und mit abwechslungsreichen Verläufen; eigens auf dieses Segment spezialisierte Hotels; lange Erfahrung und Sicherheit des Urlaubsziels; sowie mehr als 300 Sonnentage pro Jahr in vielen Bereichen des Landes machen Spanien zu einem kon-

solidierten Golfreiseziel. Nicht von ungefähr hat die **International Association of Golf Tour Operators (IAGTO)** gerade zwei spanische Destinationen, die sich in diesem Bereich besonders profiliert haben, unter die 15 weltweit besten Golfreisezielen 2020 gewählt: die Costa del Sol und Teneriffa.

Diese Klassifizierung beruht auf einer Abstimmung der Experten, die der Vereinigung angehören – sie umfasst 700 spezialisierte Reiseveranstalter in 63 Ländern. Auf der Liste der besten Golfreiseziele für dieses Jahr, die von Abu Dhabi angeführt wird, belegt die andalusische Costa del Sol die vierte und die Insel Teneriffa die 13. Stelle.

Vielfalt und Exzellenz

Andalusien ist ein im Süden Europas führendes Golfreiseziel und die spanische Region mit den meisten Golfplätzen, nämlich rund Hundert – das sind ca. 21% aller Plätze ganz Spaniens. Die Plätze decken alle Niveaus ab: Übungsplätze, Pitch and Putt, Verläufe mit zwischen 9 und 18 Löchern in vielfältigen Variationen, die an die unterschiedlichsten geographischen Gegebenheiten angepasst sind. Das Klima der Region macht das Golfspiel ganzjährig möglich. Da Golf ein Segment von primärer Bedeutung in Andalusien ist, hat die Regionalregierung seine Entwicklung zu einem grundlegenden Element ihrer Tourismusstrategie gemacht, um seine Anziehungskraft noch zu stärken. Sie organisiert Fachtagungen, direkte Werbeaktionen, Veranstaltungen zusammen mit Verbänden sowie eine Vermarktungsbörse. Das Angebot bringt jedes Jahr rund 560.000 Touristen in die Region, die vor allem wegen des Golfspiels reisen; ihre Zahl nimmt von Jahr zu Jahr um rund 5% zu.

Außerdem zeichnet sich das Angebot Andalusiens speziell durch seine Kom-



Katalonien hat 37 Golfplätze, 5 par 3 und über 40 Pitch and Putt. Hier ein Foto des Lumine Golf & Beach von Gemma Miralda.

plementarität und Verbindung zwischen touristischen Produkten aus, die dazu einladen, das Erlebnis des Aufenthalts in der Region noch zu vertiefen. Gastronomie, hochwertige Unterkünfte, Gesundheit und Wohlbefinden, Freizeit, fast Tausend Kilometer Küste, die größten unter Naturschutz stehenden Flächen – viele Vorteile, zu denen ein beneidenwertes Klima kommt, dank dessen man ganzjährig spielen kann. In Andalusien werden internationale Wettkämpfe ausgetragen, etwa das Estrella Damm Andalucía Valderrama Masters 2020, an dem vom 29. April bis 3. Mai Weltklassespieler teilnehmen werden. Auf diesem Platz in Cádiz fan-

THB hotels

Welcome

TO YOUR FAVOURITE SPOT

ONLINE
PROMO CODE
WTM20
RABATT
10%

Mallorca | Ibiza | Lanzarote

www.thbhoteles.com | #thbhoteles



Die Internationale Vereinigung der Golfreiseveranstalter IAGTO hat Teneriffa zu einer der weltweit besten Destinationen 2020 gewählt. Promotur Turismo de Canarias.

den schon viele wichtige Veranstaltungen statt, unter anderem der Ryders Cup und zwei Weltcups.

In der Provinz Huelva wurde kürzlich das Golfangebot um einen Platz mit 18 Loch in Ayamonte erweitert, der im Mai letzten Jahres geschlossen worden war. Die Anlage umfasst einen Übungsplatz, einen Fach-Shop und ein Clubhaus. Der Baviera Golf in Vélez-Málaga an der Costa del Sol hat im vergangenen Sommer den Besitzer gewechselt, wodurch seine Schließung verhindert wurde.

Tradition

Katalonien hat eine große Sporttradition und erstklassige Einrichtungen von internationalem Vorbildcharakter sowie ein Klima, das sich hervorragend für sportliche Aktivitäten im Freien eignet. Die Natur der Region vereint die Schönheit der Berglandschaften mit der der Strände und macht Katalonien zu einer der wichtigsten europäischen Destinationen, ideal für die Freunde des Golfsports, die hier ganzjährig spielen können. Katalonien blickt auf eine Hundert Jahre lange Golftradition zurück und hat

ein großes sowie vielfältiges Angebot mit 37 Golfplätzen, 5 par 3 und mehr als 40 Pitch and Putt.

Die Plätze, von denen einige von angesehenen Architekten entworfen wurden, sind entweder in Tourismusanlagen eingebunden oder befinden sich in der Nähe von Hotels, die speziell für Golfer und deren Begleiter angelegt sind, denn sie haben ein breites Zusatzangebot rund um Gesundheit und Wellness, Gastronomie, Kultur und Freizeit. Die Katalanische Tourismusagentur hat 2020 zum Jahr des Sporttourismus erklärt und dafür rund fünfzig Aktionen geplant, um Katalonien als eines der weltweit wichtigsten Sportreiseziele zu positionieren.

Alle 365 Tage des Jahres

Das außergewöhnliche Klima der Kanaren macht diese zu einem idealen Reiseziel, um zu jeder Jahreszeit Aktivitäten im Freien und im direkten Kontakt mit der Natur zu genießen – ein perfekter Platz, um Sport zu treiben.

Die Inseln haben 25 Golfplätze, und nach Angaben der Regionalregierung sind 88,1% der Golftouristen Wiederholungsbesucher. Mehr als 138.000 Golfspieler reisen jedes Jahr auf die Kanaren, 23% davon Deutsche.

Nähe und Erfahrung

Auch die Region Valencia hat ein vielseitiges Angebot, das 36 Golfplätze umfasst; ein sanftes Klima, das Golfen ganzjährig ermöglicht; und ein breites touristisches Angebot zusätzlich zum Golf mit erstklassigen Einrichtungen in Hotels, Restaurants und Fachgeschäften. Ganz besonders zu erwähnen sind die 23 Plätze an der Costa Blanca.

Die Balearen haben Tradition als Urlaubsreiseziel, ausgezeichnete Flugverbindungen aus ganz Europa und 25 Golfplätze, von denen sich 24 auf Mallorca befinden. Hier kann ein Golfer jeden Tag auf einem anderen Platz abschlagen, ohne jemals länger als 20 Minuten zwischen zwei Golfplätzen unterwegs zu sein. ■



www.paradisogarden.com

reservations@paradisogarden.com

Hotelketten und Startups arbeiten zusammen an diesem Ziel

Die Hotels stellen sich mit Hilfe der Innovation der Herausforderung der Nachhaltigkeit

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

“Die Handlung der Unternehmer gegen den Klimawandel ist eine globale Priorität, bei der uns die Technologie unterstützen kann“. Das versichert Gabriel Escarrer, exekutiver Vizepräsident und CEO von Meliá Hotels International. Daher hat er die Strategie der Korporativen Sozialen Verantwortung mit dem Prozess der digitalen Umwandlung abgestimmt, indem das Unternehmen mit Startups zusammenarbeitet, um beide Ziele zu erlangen. Dabei ist er nicht der einzige.

Meliá Hotels International ist beim letzten **Corporate Sustainability Assessment (CSA)** von **SAM** als das weltweit nachhaltigste Hotelunternehmen anerkannt worden. Gleichzeitig ist Meliá die erste Hotelkette der Welt, die Blockchains für den Umweltschutz einsetzt, indem sie den Mitgliedern der **MeliáRewards** die Möglichkeit bietet, ihren CO₂-Fußabdruck durch den Kauf von zertifizierten CO₂-Krediten zu kompensieren. Das geschieht in Zusammenarbeit mit dem spanischen Startup **ClimateTrade**.

Mit einem anderen Startup, **Indoor Clima**, hat Meliá ein Projekt für Energieeffizienz ins Leben gerufen, in das

4,5 Millionen Euro investiert werden, um den Ausstoß von mehr als 66.000 Tonnen CO₂ zu verhindern, was der Anpflanzung von 3,3 Millionen Bäumen entspricht. Die Initiative, die unter dem Namen **CO₂PERATE** läuft, nutzt die Technologie, um 80% des Stromverbrauchs zu monitorisieren und ständige Messungen von Treibstoff- und Wasserverbrauch durchzuführen. So sollen Punkte erkannt werden, wo Verbesserungen möglich sind und wo ökoeffiziente Maßnahmen angewandt werden können. Außerdem soll das Klimatisierungssystem mit Hilfe künstlicher Intelligenz effizienter werden, indem es sich der Anzahl der Personen und der Temperatur anpasst.

Meliá ist nicht die einzige spanische Hotelkette, die mit Unternehmern zusammenarbeitet, um deren Innovationsfähigkeit in den Dienst der Umwelt zu stellen. Die **Piñero-Gruppe** zum Beispiel startete auf der letzten Fitur zusammen mit dem Startup **GreeMko** die neuartige Kampagne „Wir ändern den Effekt“. Die Software dieses Unternehmens macht es möglich, automatisch den CO₂-Ausstoß zu berechnen. Auf der Messe in Madrid konnte erstmals über eine Mobile App der CO₂-Fußabdruck der unterschiedlichen Verkehrsmittel berechnet werden, mit denen die Besucher am Stand angereist waren. Dieser soll durch die Anpflanzung von Bäumen in den



Die Ketten setzen auf Startup-Unternehmen, um deren Innovationsfähigkeit in den Dienst ihrer Nachhaltigkeitsstrategien zu stellen.

Karibikdestinationen, in denen die Kette präsent ist, kompensiert werden. Die 12.901 Kilo CO₂, die bei dieser Gelegenheit berechnet wurden, sollen durch 1.290 neue Bäume einheimischer Sorten in den Hotelanlagen der Kette ausgeglichen werden.

Optimierung der Nutzung

Die Zusammenarbeit mit solchen Unternehmen ermöglicht auch die Optimierung der Nutzung der Infrastrukturen, die oftmals nicht völlig ausgenutzt sind. Ein Beispiel dafür ist das mallorquinische Startup-Unternehmen **Hotelbreak**, das der einheimischen Bevölkerung anbietet, tagsüber die Einrichtungen der Hotels zu nutzen, auch wenn sie dann nicht dort übernachten. So hat der Kunde Zugang zu einem neuen Freizeitangebot und die Hoteliers profitieren von zusätzlicher Rentabilität, die dabei hilft, niedrige Belegungen der Häuser zu kompensieren. Für Hoteliers, die ihre Parkmög-

lichkeiten effizienter und gewinnbringender ausnutzen wollen, hat **Appark.me** die richtige Antwort. Registrierte Nutzer haben die Möglichkeit, freie private Parkplätze im Rotationssystem zu nutzen, die billiger sind als die öffentlichen Parkplätze in den Städten. Dadurch werden die Hotels dazu aufgerufen, dabei zu helfen, die Art der Fortbewegung in den Städten zu ändern und die CO₂-Emissionen zu reduzieren, denn allein bei der Suche nach Parkplätzen in den Städten werden 30% davon produziert.

Lebensmittelverschwendung einschränken

Andererseits entstehen 8% dieser Emissionen durch die Verschwendung von Lebensmitteln, wie aus den Daten der Food and Agriculture Organization der Vereinten Nationen **FAO** hervorgeht. Spanien steht auf der Liste der EU-Länder, die die meisten Lebensmittel verschwenden, an sieb-

“

Die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmern macht es möglich, die Nutzung der oftmals nicht völlig ausgenutzten Einrichtungen der Hotels zu optimieren und die Verschwendung von Lebensmitteln zu reduzieren

ter Stelle – im Jahr 2018 waren das 1,339 Milliarden Produkte, informiert das **Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung**. Die Gastronomie ist für 14% dieser Verschwendung verantwortlich, was für die Branche jährliche Verluste von mehr als 200 Millionen Euro bedeutet, so die Spanische Vereinigung für Handelskodierung **AECOC**.

Um die natürlichen Ressourcen des Planeten zu schützen und gleichzeitig Kosten zu senken und zugunsten der Rentabilität der Unternehmen effizienter zu arbeiten, arbeiten Unternehmen wie **Too good to go**, **Soy Comida Perfecta** (Ich bin perfektes Essen) oder **Nice to eat you** an diesem Aspekt. Diese Anwendungen machen es möglich, Produkte, die in Hotels und Restaurants wegwerfen werden sollen, zu günstigen Preisen zu verkaufen.

Die Vereinigung der Hotelunternehmen von Madrid **AEHM** hat sich der von Too good to go unter dem Motto **#LaComidaNoSeTira** (Essen wird nicht weggeworfen) gegründeten Bewegung angeschlossen, die schon in 14 europäischen Ländern und mit 16 Millionen Nutzern präsent ist. Dadurch wurden bereits mehr als 25 Millionen Essenspakete in 31.000 teilnehmenden Unternehmen wieder verwertet. ■

PR

Senator Hotels & Resorts, Unterhaltung für die ganze Familie garantiert



Die Kette **Senator Hotels & Resorts** ist international für ihr auf Familienurlaub spezialisiertes Angebot bekannt. Gästen jeden Alters bietet sie Aktivitäten und bereitet ihnen wunderbare Erlebnisse.

Spektakuläre Rutschen, große und moderne Pools, innovative Gastronomie – in den Resorts findet der Reisende alles, wovon er träumen

kann. Mit Senator Hotels & Resorts kann das Reisebüro sicher sein, dass es die beste Empfehlung getroffen hat, denn hier sind Qualität und herausragender Service garantiert. Und man kann sicher sein, dass die Erfahrung des Aufenthaltes alle Erwartungen übertreffen wird, nicht zuletzt wegen der herausragenden Aufmerksamkeit des Hotelpersonals.

Die Hotels haben regelrechte Wasserparks, überraschende Animation und Unterhaltung und eine köstliche und moderne Gastronomie an den Buffets und in allen Restaurants, von speziellen Menüs für die kleinsten Gäste bis hin zur lokalen Küche mit saisonfrischen Produkten.



Die Arbeit der Senator-Gruppe wird entsprechend anerkannt – zuletzt mit der Auszeichnung für Unternehmerische Soziale Verantwortung im Bereich Große Unternehmen der Provinzregierung von Almería. Diesen Preis erhielt die Gruppe aufgrund ihres Engagements für Gesellschaft und Umwelt im Rahmen ihrer Tätigkeit. Und das Ministerium für Energiewandel der spanischen Regierung hat ihr das Siegel „Ich rechne, reduziere, kompensiere“ verliehen, das eine Reduzierung des CO₂-Ausstoßes um 12,6% im Zeitraum 2016–2018 zertifiziert.



INFORMATIONEN:

950.335.335
reservas@senatorhr.com



**PLAYA
HOTELES**

DIE KETTE MIT DEN RUTSCHEN UND DEN WASSERPARKS



PLAYASOL AQUAPARK & SPA HOTEL

**Eine ganze Welt des Vergnügens wartet auf Sie.
Kommen Sie in diesem Sommer und entdecken Sie sie.**



PLAYACANELA HOTEL



MOJÁCAR PLAYA AQUAPARK HOTEL



ZONA SPLASH PLAYACARTAYA AQUAPARK & SPA HOTEL



ZIMBALI PLAYA SPA HOTEL

Wir von Senator Hotels & Resorts haben Freude daran, Sie zu überraschen. Deshalb ist ein Sommerurlaub in unseren Hotels immer ein Abenteuer. Wenn es etwas gibt, das uns einzigartig macht, dann sind das unsere lustigen Pools mit Wasserrutschen, an denen Erwachsene und Kinder Spaß haben, aber auch die spektakulären Wasserparks in Hotels wie Playasol, Playacartaya, Playaballena und Mojácar Playa.

Wenn Sie Lust am Abenteuer haben, müssen Sie sie ausprobieren: Kamikazerutschen, Wirbel, Mehrfachpisten...

2019 wuchs das Angebot der Hotelketten in Spanien um 8.688 Zimmer

Die spanischen Hotelunternehmen legen im Urlaubsbereich zu und diversifizieren das Städtesegment

Taiana González
@Taianahosteltur
taiana.gonzalez@hosteltur.com

Spanien ist ein attraktiver Markt für Hotelinvestoren, denn das Segment Urlaubstourismus erweist sich als sehr widerstandsfähig, gleichzeitig bringen die Geschäfts- und Wochenendtouristen ein gewisses Gleichgewicht in die Branche. Innerhalb von 20 Jahren ist das Hotelangebot der gehobenen Kategorie sehr gestärkt worden, die Hotelketten haben sich sowohl auf Neueröffnungen als auch auf die Neupositionierung bestehender Aktiva konzentriert.

Die Expansionspläne der spanischen Hotelketten setzen den Fokus jenseits der Grenzen Spaniens. Dennoch sind diese sich der Bedeutung des Tourismus im Land bewusst und arbeiten auch weiterhin an Projekten zu Hause. Der Anstieg der Zahl der Hotelzimmer, die 2019 zum Angebot hinzu gekommen sind, bestätigt das: die großen Ketten steigerten ihr Angebot um 2,44%, bei den kleinen waren es 4%, wie aus dem Hosteltur Ranking hervorgeht. In diesem Jahr 2020 werden auch die internationalen Unternehmen ihre Präsenz stärken. Ziel von **Meliá Hotels International** ist es, „im Rythmus von 10 bis 15 Hotels pro Jahr zu wachsen“, wie María Zarraluqui, Direktorin für Globale Entwicklung der Kette, mitteilt. Die Expansion sei stark auf Länder in Südeuropa –darunter Spanien–, Südostasien und der Karibik fokussiert. Eine der Neuheiten

2019 war das erste Hotel Ininside in Zaragoza, das aus der Komplettrenovierung des Meliá Zaragoza hervorging, und in diesem Jahr soll die Marke ME in Barcelona debütieren.

Die **NH Hotel Group** eröffnete 2019 insgesamt 19 neue Hotels und wird weltweit um weitere 17 wachsen. Abgesehen von diesen Neueröffnungen konzentriert die Kette ihre Kräfte darauf, die existierenden Hotels neu zu positionieren, so Verwaltungsratsmitglied Ramón Aragones. Allein im letzten Jahr wurden 27 Hotels umgebaut, sechs davon in Spanien. Eines davon war das NH Málaga, das im Oktober mit doppelter Kapazität und somit als größtes Hotel im Zentrum der Stadt wieder eröffnet wurde.

Iberostar Hotels & Resorts besitzt weltweit 120 Hotels und hat in den letzten fünf Jahren zwischen 450 und 550 Millionen Euro in Expansion und Renovierungen investiert, vor

ZAFIRO HOTELS

Mallorca & Menorca

Entdecken Sie unser neuestes Juwel auf Mallorca.

Neueröffnung Mai 2020
Zafiro Palace Andratx *****



zafirohotels.com



60% der gesamten Investitionen fließen in das Urlaubssegment, wobei aber die Stadthotels immer mehr an Bedeutung gewinnen, allen voran in Madrid, der bei den internationalen Ketten beliebtesten Stadt



Iberostar plant 2020 drei Neueröffnungen in Spanien: ein Hotel an der Puerta del Sol in Madrid und zwei auf Mallorca. Das Iberostar Cala Domingos direkt am Strand wird ein Familienhotel sein.

allem in Europa. Für dieses Jahr 2020 sind 11 Neueröffnungen geplant, drei davon in Spanien: zwei auf Mallorca und eines in Madrid. Die Kette wird das Iberostar Selection Teatro Albéniz mit fünf Sternen direkt an der Puerta del Sol eröffnen, ihr zweites Hotel in der spanischen Hauptstadt. Gleichzeitig plant sie die Einweihung des Iberostar Heritage Llum Portocolom mit Dekoration auf der Grundlage organischer Materialien, sowie des Iberostar Cala Domingos, das direkt am Strand steht und als Familienhotel eröffnet wird. Dazu kommt das Iberostar Royal Andalus am Strand von Barrosa (Andalusien), das in diesem Jahr nach einer Komplettrenovierung wieder eröffnet wird.

Die **Barceló Hotel Group** plant 14 Neueröffnungen (2.500 Zimmer), darunter einige in Spanien, zum Beispiel das Barceló Aracena; das Occidental Diagonal 414 in Barcelona; sowie das Barceló Santiago auf Teneriffa, ein Hotel mit vier Sternen und 407 Zimmern, das für zehn Millionen Euro renoviert worden ist.

Riu Hotels & Resorts eröffnete 2019 ihr neues Flaggschiff im Städtebereich: das Riu Plaza España in Madrid (585 Zimmer), und auch wenn man in diesem Jahr keine neuen Hotels im Land eröffnen werde, gibt es „große Umbauprojekte“. Wenn im April das Riu Concordia eröffnet wird, hat die Kette die 100%ige Renovierung all ihrer Hotels an der Playa de Palma abgeschlossen. Nach Angaben des Vorstandsvorsitzenden Luis Riu will

man in diesem Jahr zwei große Projekte auf den Kanaren abschließen: die Komplettrenovierung des Riu Palace Jandia auf Fuerteventura sowie den Umbau des Riu Buenavista auf Teneriffa.

Im April diesen Jahres plant **H10 Hotels** die Eröffnung des H10 Imperial Tarraco der Kategorie vier Sterne Superior in Tarragona, im Juni kommt das H10 Puerto Poniente in Benidorm an die Reihe.

Die **Palladium Hotel Group** führt auf Menorca „eines der ehrgeizigsten Projekte“ auf dem spanischen Markt durch, denn die Gruppe investiert 26 Millionen Euro in das Palladium Hotel Menorca, ein All Inclusive Hotel mit vier Sternen. Gleichzeitig studiert die Kette die Möglichkeit, die Marke für Stadthotels Only YOU Hotels in Málaga und Valencia einzuführen und im Jahr 2021 mit der Marke TRS Hotel auf Ibiza zu starten, ein „Export“ aus der Karibik.

Ehrgeizige Hotelketten

Weitere Hotelketten, die sich zum Ziel gesetzt haben, Terrain in Spanien zu gewinnen, sind zum Beispiel **Ona Hotels**, die ihr viertes Hotel in Barcelona eröffnet hat; oder **MP Hotels**, die die Genehmigung für den Bau des Eco Resort Stella Canarias mit 1.800 Zimmern in Jandia im Süden Fuerteventuras bekommen hat. **Casual Hotels** hat bereits die Verträge für sechs Hotels in Málaga, Valencia und Cádiz unterzeichnet, deren Eröffnung

für die Jahre 2020 bis 2022 geplant ist.

Smy Hotels hat Puerto de la Cruz auf Teneriffa als Standort ihres erstens Hotels auf den Kanaren gewählt, das nach der Komplettrenovierung eines Hotels in Torremolinos gleichzeitig ihr zweites in Spanien ist; **Room Mate** wird in diesem Jahr erstmals ein Strandhotel eröffnen, nämlich das Room Mate Olivia mit 391 Zimmern in Calviá. In den kommenden 18 Monaten wird die Kette von Kike Sarasola zehn Hotels in spanischen Städten wie Madrid, Málaga, San Sebastián und Las Palmas eröffnen.

Stärkung der internationalen Ketten

Die **Apple Leisure Group** startete im Jahr 2018 in Spanien und hat ein Abkommen mit **Hotel Investment Partners** (HIP) für das Management von vier Hotels (1.268 Zimmer) auf Fuerteventura (2), Teneriffa und Mallorca getroffen. Diese Hotels werden umgebaut und den Standards der Marken **Secrets Re-**

sorts & Spas (5 Sterne), **Alua Hotels & Resorts** (4 Sterne) und **Zoëtry Wellness & Spas Resorts** angepasst.

Im Mai wird **Four Seasons** ein Luxushotel mit 200 Zimmern in Madrid eröffnen, und noch vor dem Sommer legt die Marke **CR7**, die aus einer Kooperation der **Grupo Pestana** mit dem Fußballspieler **Cristiano Ronaldo** entstanden ist, ihr Debüt in der spanischen Hauptstadt hin. Deren Hotel mit 168 Zimmern befindet sich in der Gran Vía, in den Umbau des Gebäudes wurden 13 Millionen Euro investiert. Die **InterContinental Hotel Group** führt ihrerseits die Marke **Kimpton** in Barcelona ein.

Auch 2021 und 2022 wird das Luxusangebot weiter ausgebaut, denn **Accor** bringt die Marke **SO/** an die Costa del Sol und **Evok Hotels** hat für 65 Millionen Euro ein historisches Gebäude in Madrid gekauft, in dem 2022 das Brach Hotel Madrid eröffnet werden soll. ■



hotelsummum.com | Carrer de la Concepció, 26, Palma. 07012 | (+34) 971 875 837

ILUNION Hotels implementiert das Oracle- Managementsystem OPERA PMS in seinen 26 Einrichtungen

PMS, Sales and Catering, Symphony und Hotel Mobile wurden in sechs Monaten gleichzeitig implementiert – eine wahre Rekordzeit

Dank der erfolgreichen Implementierung des von Oracle entwickelten Hotelmanagementsystems OPERA PMS kann ILUNION Hotels seine 26 Hotels nun integral verwalten und seinen Kunden einen Service bieten, der noch persönlicher und noch zielgerichteter auf ihre Bedürfnisse eingeht.

Durch dieses integrierte Managementsystem werden nicht nur Kundenbetreuung und -service erheblich verbessert, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz im täglichen Management aller Organisationsbereiche des Unternehmens.

Die Einführung dieses neuen Systems als Teil eines integralen Prozesses zur digitalen Transformation des Unternehmens hat nur sechs Monate gedauert – eine wahre Rekordzeit!

José Ángel Preciados, Generaldirektor von ILUNION Hotels, meint hierzu: „Dank dieses neuen Tools können wir unseren Kunden ein optimales, umfassendes Erlebnis in einer zunehmend wettbewerbsorientierten Branche bieten, die sich ständig verändert und weiterentwickelt.“

OPERA PMS wurde speziell für das Hotelgewerbe mit dem Ziel entwickelt, die Bedürfnisse aller in einem Hotelbetrieb tätigen Personen bei sämtlichen Abläufen abzudecken – die verschiedenen Managementmodule des Programms sind miteinander verknüpft.

Laut Patricia Otero, der Leiterin für Transformation, Exzellenz und Innovation bei ILUNION Hotels, besteht das Hauptziel dieses Transformationsprojekts darin, den Kunden durch die Personalisierung des gesamten Angebots einen



exzellenten Service zu bieten.

Otero weiter: „Die Implementierung war deshalb so erfolgreich, weil die multidisziplinären Teams aus den verschiedenen Bereichen des Unternehmens eng miteinander zusammengearbeitet haben und sich extrem gut auf das Oracle-Team einstellen konnten.“

OPERA PMS ist das von Hotelketten am häufigsten verwendete Managementsystem. Dieses System wird zurzeit in mehr als 120 Ländern von 35.000 Hotels mit über 3,3 Millionen Zimmern eingesetzt.

ILUNION HOTELS: HOTELS, BEI DENEN ALLE DAZUGEHÖREN

ILUNION Hotels, die Hotelkette von ILUNION, der Marke der sozialen Unternehmensgruppe der spanischen Blindenorganisation ONCE, ist in der Touristikbranche beim Thema „soziale Eingliederung“ führend. Im Jahr 2018 waren im Schnitt 1.062 Personen bei ILUNION beschäftigt, davon 439 (41,3%) mit einer Behinderung.

Das Unternehmen wurde 1988 mit einer klaren sozialen Ausrichtung gegründet; es entwickelte seine

Tätigkeit nach Kriterien der wirtschaftlichen Rentabilität und sozialen Verantwortung. Die Hotelkette betreibt zurzeit 26 Fünf-, Vier- und Drei-Sterne-Hotels in verschiedenen Teilen Spaniens. ILUNION Hotels ist die einzige Hotelkette Spaniens, der das Universelle Barrierefreiheitszertifikat (UNE 170001-2) für alle ihre Einrichtungen sowie das Gütesiegel „Q Sostenible“ für eine nachhaltige Gebäudewirtschaft verliehen wurde.

Darüberhinaus werden 11 Arbeitsstätten (10 Hotels und das landesweit tätige Catering-Unternehmen ILUNION Catering by Maher) als „Centros Especiales de Empleo“ (CEE, besondere Beschäftigungszentren) betrieben. Dies bedeutet, dass mindestens 70 % der Beschäftigten eine Behinderung haben. Damit setzt ILUNION Hotels in der Tourismusbranche ein Zeichen für die berufliche Eingliederung von Menschen mit einer Behinderung.



INFORMATIONEN:

www.ilunionhotels.com

„Das Leben ist wunderbar und steckt voller Überraschungen!“

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 das Motto:

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



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 51-53 ENTRESUELO | BARCELONA | 933632330 | info@abba-hotels.com | www.abbahotels.com | 19 | 1.885 |
| ACCOR HOTELS | AREQUIPA 1 | MADRID | 911030119 | svsana.amata@accor.com | www.acorhotels.com | 5000 | 650.000 |
| ACEVI HOTELS | VILLARROEL, 106 | BARCELONA | 934520000 | info@acev-hotels.com | www.acevhotels.com | 2 | 144 |
| ACTA HOTELS | JOSEP IRIJA I BOSCH 3-5 | BARCELONA | 902221103 | f.ralajes@acta-hotels.com | www.actahotels.es | 12 | 1.118 |
| AD-HOC HOTELS | SAMNIEGO 20 | VALENCIA | 963921377 | info@ad-hoc-hotels.com | www.adhoc-hotels.com | 3 | 90 |
| ADH-HOTELS & RESORTS | ALCALÁ, 54 | MADRID | 915127211 | contactanos@adh-hotels.com | www.adh-hotels.com | 5 | 948 |
| ADRIAN HOTELS | PARIS, S/N | TENERIFE | 922713333 | info@adrianhoteles.com | www.adrianhoteles.com | 3 | 714 |
| AFINA HOTELS | RAMBLETA PARE ALEGRE, 98 | BARCELONA | 937333300 | comercial@afinahoteles.com | www.afinahoteles.com | 2 | 176 |
| ALEGRIA HOTELS | CTRA. N-I, KM. 672, 5 | BARCELONA | 937678684 | hello@alegria-hotels.com | www.alegria-hotels.com | 19 | 3000 |
| ALEXANDRE HOTELS | AIDA, MARIA-FORTUAY, 70, 2º | TARRAGONA | 977346011 | reservaciones@alexandrehotels.com | www.alexandrehotels.com | 6 | 1.685 |
| ALUSUN HOTELS | FLUVA, 7 | PALMA DE MALLORCA | 971436101 | upren@alusun-hotels.com | www.alusun-hotels.es | 34 | 6.886 |
| ALTA MAR HOTELS & RESORTS | VIDA, LA CORNISA, 21 | MALLORCA, 271 | 928560700 | l.herran@altamarhotels.com | www.altamarhotels.com | 2 | 131 |
| AMIC HOTELS MALLORCA | VISTA ALEGRE, 1 | LAS PALMAS | 902400661 | central@amic-hotels.com | www.amic-hotels.com | 3 | 408 |
| ANIMA HOTELS | CESAR MARTINELL, 2 | ILLES BALEARS | 935442670 | info@animahotels.es | www.animahotels.es | 5 | 504 |
| APPLE LEISURE GROUP | GEMAR CIRUGIANS I BARBERS, 48 | BARCELONA | 971465611 | info@applelg.net | appleleisuregroup.com | 3 | 141 |
| AR HOTELS & RESORTS | AIDA, LUJAN CARLOS I, 48 | PALMA DE MALLORCA | 965882618 | calidad@ar-hotels.com | www.ar-hotels.com | 65 | 23.127 |
| ARCA HOTELS | GREGORIO MARANON, 13 BAJO | ALICANTE | 984834358 | info@arca-hotels.com | www.arcahotels.com | 4 | 482 |
| ARENAS THE RESORTS | TSCARNERSTRASSE 37 | ASTURIAS | 41 31 3878787 | info@arenasresorts.com | www.arenasresorts.com | 24 | 664 |
| ARTEM FRESH PEOPLE HOTELS | CAPFORT, 6, BAIOS | ASTURIAS | 971356935 | artem@artemhotels.com | www.artemhotels.com | 6 | 879 |
| ATRAM HOTELS | CAPTAIN ARENAS, 20 | MENORCA | 934189967 | atram@atramhotels.com | www.atramhotels.com | 5 | 535 |
| ATLANTIS HOTELS & RESORTS | AVDA GRANDES PLAYAS, S/N | BARCELONA | 928536444 | baharea@atlantishotels.com | www.atlantishotels.com | 13 | 1056 |
| ATTICAZ1 HOTELS | AVDA. LINARES RIVAS, 4 BAJO | LAS PALMAS | 981257481 | lcalide@nrcavante.com | www.atticaz1hotels.com | 2 | 625 |
| AXEL HOTELS | CONSELL DE CENT, 263, ENTLO | A CORUÑA | 933222570 | silvia.perera@axelhotels.com | www.axelhotels.com | 7 | 608 |
| AXOR HOTELS | CAMPEZO, 4 | BARCELONA | 913121960 | info@axorhotels.com | www.axorhotels.com | 9 | 844 |
| AZULINE HOTELS | CAN CALAFAT, 43 2º OFC. 62 POL.SON OMS | MADRID | 971434954 | info@azulinehotels.com | www.azulinehotels.com | 2 | 502 |
| AZAHAR HOTELS | GENERAL DIRZ PORRIER, 57 1º B | IBIZA | 971340085 | info@azaharhotels.com | www.azaharhotels.com | 15 | 2.574 |
| BBB ESPAÑA Y PORTUGAL | LUIS PASTEUR, S/N | MADRID | 625049394 | info@azaharhotels.com | www.azaharhotels.com | 4 | 275 |
| BALNEARIOS BELAS TERNAL | VARGAS 57B | MADRID | 912784576 | info@hotelbb.es | www.hotel-bb.es | 34 | 3121 |
| BALNEARIOS TERMAEUROPA | IOAQUIN VASCO S/N | CANTABRIA | 942318669 | reservas@elaltermal.com | www.elaltermal.com | 12 | 905 |
| BE LIVE HOTELS | ENRIQUE GRANADOS, 6 EDIF. A 2º PLANTA | LA RIOJA | 941394405 | reservas@termaeuropa.com | www.termaeuropa.com | 2 | 252 |
| BEATRIZ HOTELS & RESORTS | CONCILIOS DE TOLEDO, S/N | PALMA DE MALLORCA | 917717100 | comunicacion@barcelo.com | www.barcelo.com | 251 | 55.944 |
| BECORDIAL HOTELS | CARTAGO 22, 1ª PLANTA | MADRID | 913776420 | info@bluesensehotels.com | www.bluesensehotels.com | 32 | 9.979 |
| BEST HOTELS | POLIGONO GALERIA CALLE U, Nº3 (EDIFICIO IUSA) | BARCELONA | 977351505 | expansion@besthotels.es | www.besthotels.es | 4 | 1.349 |
| BEST WESTERN SPAIN HOTELS, S.L. | AVDA. ANTONIO MACHADO, 66, LOCAL 22 | MALAGA | 66059470 | orio.aresc@bestwestern.com | www.bestwestern.es | 10 | 1.708 |
| BETH HOTELS | AVENIDA DIAGONAL, 70 | BARCELONA | 935991271 | central@bethhotels.com | www.bethhotels.com | 5 | 290 |
| BG HOTELS | NEOPATRIA, 3A | BARCELONA | 971268706 | central@bethhotels.com | www.bethhotels.com | 4 | 142 |
| BLAU HOTELS & RESORTS | MANUEL AZAÑA, 38 | MALLORCA | 971757657 | carolin.neumann@blauhoteles.com | www.blauhoteles.com | 7 | 1.688 |
| BLUEBRY HOTELS | GRAN VIA ASIMA, 6 IQD. | PALMA DE MALLORCA | 971430309 | marketing@bluebay.com | www.bluebayresorts.com | 8 | 2.740 |
| BLUESENSE HOTELS & RESORTS | GREMÍ FUSTERS, 33 | MALLORCA | 971427110 | info@blueseahotels.es | www.blueseahotels.es | 62 | 11.518 |
| BONDIRA HOTELS | ANIMES, 22 | PALMA DE MALLORCA | 937690300 | info@bondirahoteles.com | www.bondirahoteles.com | 27 | 4.400 |
| BQ HOTELS | MARQUES DE LA SENIA, 39 | MADRID | 913776420 | info@bluesensehotels.com | www.bluesensehotels.com | 7 | 580 |
| BULL HOTELS | ALFREDO L. JONES, 40 | ILLES BALEARS | 971707755 | central@bghoteles.com | www.bghoteles.com | 7 | 719 |
| BULL HOTELS | MATEU ENRIC LLADO, 1 1º B | LAS PALMAS | 978260100 | administracion@bullhotels.com | www.bullhotels.com/ | 13 | 2.173 |
| CAN CALCO HOTELS | AMOROS, 1 | PALMA DE MALLORCA | 971865364 | booking@cabot-hotels.com | www.cabot-hotels.com | 6 | 1.469 |
| CARRIS HOTELS | PLAZA DO TOURAL, 10 | MALLORCA | 971549510 | info@canalcohotels.com | www.canalcohotels.com | 4 | 160 |
| CASTILLA TERNAL | PAGO DE SANCTI SPIRITUS, S/N | A CORUÑA | 983600816 | gdp@grupoparis.com | www.carrishotels.com/ | 7 | 110 |
| CASUAL HOTELS | PASCUAL Y GENIS, 20 | VALLADOLID | 963210219 | info@casillatermal.com | www.casillatermal.com | 6 | 448 |
| CATALONIA HOTELS & RESORTS | CORCEGA, 323 | VALENCIA | 963210219 | hol@casualhotels.com | www.casualhotels.com | 4 | 344 |
| CENTRHOTEL HOTELS | TUSET, 23 - 2º - 7º | BARCELONA | 934514446 | info@centrhotel.com | www.centrhotel.com | 18 | 920 |
| CHECK-IN HOTELS | CTRA. N-I, KM. 672, LOCAL B | BARCELONA | 937657757 | comercial@checkinhotels.com | www.checkinhotels.com | 72 | 10.426 |
| CHIC AND BASIC | PRINCESA, 50 | BARCELONA | 932954650 | juliachicandbasic.com | www.chicandbasic.com | 9 | 817 |
| CIUTAT HOTELS | PINTOR OILLET, 3 | BARCELONA | 938796220 | gromolles@ciutathotels.com | www.ciutathotels.com | 12 | 1627 |
| CIVIS HOTELS | MELNDRAGA, 2 | CASTELLON | 902464555 | sec-lue@aldiana.com | www.civishotels.com | 7 | 246 |
| CLUB ANDIANA | DE LA RUIDA, 5 PLANA D'EN BOSSA | LAS PALMAS | 928169870 | sec-lue@aldiana.com | www.aldiana.de | 4 | 263 |
| CONCEPT HOTEL GROUP | | IBIZA | 971393268 | reservas@hchotels.com | www.concepthotels.es/es/ | 3 | 311 |
| | | | | | | 10 | 2.600 |
| | | | | | | 5 | 147 |

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel. +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|----------------------------|-----------|--|------------------------------|--------|--------|
| CONDÉS HOTELS | PASSEIG DE GRACIA 73 | BARCELONA | 934500000 | info@condeshotels.com | www.condeshotels.com | 3 | 292 |
| CONFORT HOTELS | MARBELLA, 30 PLAYA DE PALMA | PALMA DE MALLORCA | 971288210 | info@conforthotels.es | www.conforthotels.com | 2 | 182 |
| CORAL HOTELS | LOS ROBLES, APTOS. MASARUI, URB. LA PAZ | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 972389240 | info@coral-hotels.com | www.coral-hotels.com | 8 | 1.243 |
| COSTA-BRANA PERO HOTELS / PETITS GRANIS HOTELS DE CATALUNYA | TURISME, 1 | GIRONA | 972600034 | radde@gruposabiravaaenrte.com | www.costaravaverhotels.com | 98 | 4.380 |
| CREA HOTELS | JORGE JUAN 9, 3º | MADRID | 965150309 | admin@alicante.daniyahotels.es | www.crea-hotels.com | 4 | 523 |
| DANIA HOTELS | AVDA. DENIA, 133 | ALICANTE | 932222554 | f.osorio@hoteldante.es | www.danyahotels.com | 3 | 300 |
| DANTE HOTELS | MALLORCA, 181 | BARCELONA | 933668600 | info@derbyhotels.com | www.dante-hotels.com | 3 | 157 |
| DERBY HOTELS COLLECTION | VALENCIA, 284 | BARCELONA | 985275151 | reservas@domus-hotels.es | www.derb-hotels.com | 23 | 1.272 |
| DOMUS HOTELS | PLAZA LONGORIA CARBAHAL, 1 5º | ASTURIAS | 972365700 | direccionlor@domus-hotels.com | www.domus-hotels.es | 5 | 344 |
| DOM IJUAN HOTELS | RIERA, 77 | GIRONA | 927172730 | control@dreamplacehotels.com | www.donjuanhotels.com | 2 | 1.074 |
| DREAMPLACE HOTELS & RESORTS | ALCALDE WALTER PAEZIMAN, S/N | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 927172730 | contratacion@hotelesolunas.com | www.dreamplacehotels.com | 4 | 1.202 |
| DUNAS HOTELS & RESORTS | EINSTEIN, S/N | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928445220 | info@ecohoteles.com | www.hotelesolunas.com | 4 | 1.992 |
| EIV HOTELS | SALIDA 35 AUTOPISTA INCA-SA POBLA | PALMA DE MALLORCA | 971575094 | ekhotels@ekhotels.com | www.ekhotels.com | 6 | 498 |
| ELE HOTELS | AV. CESAR AUGUSTO, 27 | BARCELONA | 976469700 | info@eras-hotels.com | www.ekhotels.com | 9 | 601 |
| EMSAHOTELS | TUSET, 20/24, 7º B | BARCELONA | 930179149 | emsa@emsa-hotels.com | www.emsa-hotels.com | 11 | 884 |
| ERICLLA HOTELS | SE SPARTAN, 2 | IBIZA | 971340101 | emsa@emsa-hotels.com | www.emsa-hotels.com | 2 | 256 |
| ERILLIA HOTELS | ERICLLA, 37-39 | VIZCAYA | 944705700 | errilla@hotelerilla.es | www.ericllahotels.com | 3 | 400 |
| ESPANOLA HOTELS | PADILLA 32, BAJO DCHA | MADRID | 913697380 | espanola@espanola.es | www.espanola.es | 3 | 250 |
| ESPERANZA HOTELS | AVDA. SALBUFERA, 4 | MALLORCA | 971890568 | info@esperanzahotels.com | www.esperanzahotels.com | 3 | 555 |
| ESTIVAL GROUP | CAMI DEL RECO, 15 | TARRAGONA | 973719110 | info@estivalgroup.com | www.estivalgroup.com | 8 | 2194 |
| EUROPE HOTELS INTERNATIONAL | AVDA RAFAEL PUIG, 38 | TENERIFE | 922757700 | direccion@europa-hotels.com | www.europa-hotels.org | 8 | 1.047 |
| FARANDA HOTELS | MUNTANER, 403 ENTLO 1 | BARCELONA | 931772477 | comercial@eveninghotels.com | www.eveninghotels.com | 16 | 2.934 |
| FERGUS HOTELS | AVDA. DE PORTUGAL, 7 - BAJO | ASTURIAS | 985343805 | info@fergushotels.com | www.farandahotels.com | 26 | 3.084 |
| FERRER HOTELS | GREMÍ HORTOLANS, 11, PISO 1 PUERTA 12 | ILLES BALEARS | 971006007 | info@ferrehotels.com | www.fergushotels.com | 12 | 2437 |
| FONTECRUZ HOTELS | TER, 21 3º PLANTA POL.SON FUSTER | PALMA DE MALLORCA | 971850024 | info@ferrehotels.com | www.ferrehotels.com | 7 | 858 |
| FURIEE GROUP HOTELS | AVDA. PUERIA DEL MAR, 15 | MADRID | 914295330 | mmarine@fontecruzhotels.com | www.fonrecruzhotels.com | 5 | 233 |
| G.S.M HOTELS | MONTEBARRON 7, 4º LOCAL 2 | MADRID | 913190607 | gsmhotels@gsmhotels.es | www.furieehotels.com/ | 8 | 1.982 |
| GALLERY HOTELS | PASSEIG DE GRACIA 61 1º 1ª | BARCELONA | 932722085 | galleryhotels@galleryhotels.com | www.galleryhotels.com | 47 | 7.208 |
| GARBI HOTELS | POTOSI, 7 | GIRONA | 971367704 | adm@hotelesgarbi.com | www.hotelesgarbi.com | 3 | 291 |
| GARDEN HOTELS | MENESTRALS, 5 POL. CAN MATZARÍ | MALLORCA | 971888400 | info@gardenhotels.com | www.gardenhotels.com | 7 | 1.259 |
| GARDELLO GRUPO HOTELERO | VIA LAETANA, 23 - 4º | BARCELONA | 932689060 | adm@garallohotels.es | www.garallohotels.com | 12 | 2.239 |
| GEVA HOTELS | AVENIDA DEL ATLANTICO 6, URB. GOLF DEL SUR | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 922713308 | reservas@gevalturquesa@geva-hotels.com | www.gevalturquesa.com | 19 | 1.518 |
| GF-HOTELS | AVENIDA BRUSSELS, 16 | TENERIFE | 922716624 | info@gh-hotels.com | www.gh-hotels.com | 4 | 1170 |
| GH-HOTELS | ANSELMI CIANE, 121 BAIXOS | BARCELONA | 937664941 | info@gh-hotels.com | www.gh-hotels.com/es/ | 5 | 1.603 |
| GLORIA THALASSO & HOTELS | LAS MARGARITAS, S/N | LAS PALMAS | 928152990 | direccioncomercial@gloriapalaceh.com | www.gloriapalaceh.com | 3 | 719 |
| GOLDEN HOTELS | MARCONI, 16 | BARCELONA | 937671626 | marcos@goldenthotels.com | www.goldenthotels.com | 4 | 1.138 |
| GR-HOTELS | BALMES, 7 7º D | BARCELONA | 933040244 | info@gr-hotels.com | www.gr-hotels.com | 4 | 338 |
| GRAN ISLA HOTELS | AVDA. DEL GOLF, 1 APART. IUTLANDIA | MALLORCA | 971691900 | bookings@granisla.com | www.gr-hotels.com | 4 | 495 |
| GRUP SOTERAS HOTELS | PASSEIG DE LA MARINA, 212 | BARCELONA | 936651900 | toni.lope@grup-soteras.com | www.grup-soteras.com | 4 | 436 |
| GRUPO ABADES | AUTOVIA A92 KM. 189 | GRANADA | 938327200 | abades@abades.com | www.abades.com | 7 | 693 |
| GRUPO ANDIANA | PASEO MADRIZ, 5, 1º 1ª | BARCELONA | 932327205 | marphed@persol.es | www.persol.es | 9 | 1.253 |
| GRUPO ANFI | BARRANCO DE LA VERGA, S/N | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928152990 | info@anfi.es | www.levantehotels.com | 4 | 381 |
| GRUPO AR HOTELS | PASEO CASTELLANA, 140-5º. EDE. LIMA | MADRID | 915902860 | eventos@arhotels.com | www.arhotels.com | 4 | 536 |
| GRUPO BALI | LUIS PRENDES, 4 | ALICANTE | 966813612 | comercial@grupobali.com | www.grupobali.com | 3 | 1.122 |
| GRUPO HOTELS MAGIC COSTA BLANCA | AVDA. MARINEROS DE VILLAJIOSA, 19 BAJOS | ALICANTE | 966851121 | umerch@hoteles-costa-blanca.com | www.hoteles-costa-blanca.com | 13 | 2.654 |
| GRUPO HOTELS PORCEL | PASEO DE LA SABICA, 40 | GRANADA | 958225575 | reserva@hotelesporcel.com | www.hotelesporcel.com | 6 | 700 |
| GRUPO HOTUSA | MALLORCA, 351 | BARCELONA | 932681010 | comunicacion@grupohotusa.com | www.grupohotusa.com | 202 | 20.732 |
| GRUPO IBERSOL | VENDRELL, 2 | TARRAGONA | 977380405 | marphed@persol.es | www.iber-sol.es | 9 | 1.253 |
| GRUPO LEVA HOTELS | PASEO MARITIMO 15 | MALLORCA | 971585564 | 971585564 | www.levantehotels.com | 4 | 381 |
| GRUPO LOPESAN | ALCALDE ENRIQUE JORGE, S/N | GRAN CANARIA | 902099935 | info@lopesan.com | www.lopesan.com | 20 | 7.463 |
| GRUPO PIERRE & VAGANCES | PASEO DE GRACIA 51, PRINCIPAL | BARCELONA | 934342176 | barcelona.comercial@gruopierre.com | www.pierrehotels.es | 47 | 7.000 |
| GRUPO PINERO | PLAZA MEDITERRANEO, 5 | PALMA DE MALLORCA | 971787000 | comark@grup-pinero.com | www.grupo-pinero.com/ | 27 | 14.153 |
| GRUPO REINO HOTELS | RECOGIDAS, 53 | GRANADA | 958209861 | direccion@gruporeino.com | www.grupo-reino.com | 4 | 160 |
| GRUPO RESIDE | PAU CLARIS 165 | BARCELONA | 932724299 | info.hotelesria@gruporeside.com | www.gruporeside.com | 4 | 436 |
| GRUPOTEL HOTELS & RESORTS | CTRA. ARTA-PTO. ALCUDIA, 68 | MALLORCA | 971850061 | central@grupotel.com | www.grupotel.com | 35 | 6.407 |
| GUITARI HOTELS | CONSTANTI RIBAI-AIGUA, 7 | GIRONA | 972347000 | comercial@guitarhotels.com | www.guitarhotels.com | 7 | 1.081 |
| H10 HOTELS | AV LLUIS COMPANYS, S/N | BARCELONA | 937664420 | online@h10hotels.com | www.h10hotels.com/ | 18 | 4.500 |
| HCC HOTELS | NIMANCIA, 185-1º PLANTA | BARCELONA | 934304147 | h10hotels.com | www.h10hotels.com | 66 | 17.437 |
| HD HOTELS & RESORTS | DIPUTACION, 264 | BARCELONA | 934817350 | comercial@hchotels.com | www.hchotels.es | 6 | 541 |
| | CTRA. DEL RINCON S/N CENTRO CIAL LAS ARENAS | LAS PALMAS | 928491712 | reservas@hchotels.com | www.hdhotels.com | 4 | 496 |

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel.+34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|--|---|------------------------|----------------|--|---------------------------------|--------|---------|
| HELLOS HOTELES | CARABELA, 7 | MALLORCA | 971264250 | info@hellos-hotels.com | www.hellos-hotels.com | 4 | 1.053 |
| HESPERIA | AVDA. MARE DE DEU DE BELLITGE, 3 | BARCELONA | 936113131 | hg@grupohg.com | www.hg-hotels.com | 33 | 5647 |
| HG-HOTELS | AVDA. DIAGONAL, 626, 2º 1ª | BARCELONA | 932541390 | cretie.aramburu@hilton.com | www.hilton.com/en/ | 11 | 1.077 |
| HILTON WORLDWIDE | AVDA. DE LA HISPANIDAD, 2-4 | MADRID | 915790220 | info@hiltonhotels.com | www.hiltonhotels.net | 5757 | 923.110 |
| HIPOTELES | ESTANVOL, 18 | MALLORCA | 971587512 | secretaria@hiltonhotels.net | www.hiltonhotels.com | 30 | 6.833 |
| HM-HOTELS | JAUME III, 26, ENTLO 2F | PALMA DE MALLORCA | 971425586 | comercial@hospederiasdeextremadura.es | www.hospederiasdeextremadura.es | 18 | 3.135 |
| HOSPEDERIAS DE EXTREMADURA | BENITO ARIAS MONTANO, 1 ESCALERA 1.3ª OFICINA 2 | BADAJOS | 924870597 | hospes@hospes.com | www.hospes.com | 8 | 270 |
| HOSPEDES HOTELES | PZA. MARQUES DE SALAMANCA, 10, 2ºD | MURCIA | 914362766 | reservas@hospes.com | www.hotelania.com | 9 | 475 |
| HOTELANIA | AVDA. GRAN VIA, 5/N | MADRID | 968337789 | reservas@hospes.com | www.hotelania.com | 2 | 253 |
| HOTELATELIER | PASEO DE LA GASTELLANA, 143 9º PLANTA | MADRID | 915159450 | jaimie.bernandez@hotelatelier.com | hotelatelier.com | 35 | 2.129 |
| HOTELERA POLLENSINA (HOPOSA) | DE LA VELA, 6 | MADRID | 971866127 | hospes@hospes.es | www.hospes.com | 14 | 916 |
| HOTELS ANDALUCES CON ENCANTO (HACE) | AVDA. DELA DIPUTACION, 5/N | CADIZ | 956815266 | comercial@hace.es | www.hace.es | 5 | 596 |
| HOTELS BEGONA | AVDA. DE LA PROVIDENCIA, 566 | ASTURIAS | 985133909 | begonahotel@hotelesbegona.com | www.hotelesbegona.com | 4 | 151 |
| HOTELS BENDORM | AVDA. FILIPINAS, 10 | ALICANTE | 965853950 | reservas@hotelesbendorm.com | www.hotelesbendorm.com | 3 | 374 |
| HOTELS CENTER | PLAZA ISABEL LA CATOLICA, 6 | GRANADA | 958215969 | comercial.marketing@hotelescenter.com | www.hotelescenter.com | 9 | 1.205 |
| HOTELS DE CANTABRIA | FINCA LOS CUAREZOS, 5/N | CANTABRIA | 942679332 | olimp@hotelesdecantabria.com | www.hotelesdecantabria.com | 3 | 206 |
| HOTELS EL CHURRA | AVDA. MARQUES DE LOS VELEZ, 12 | MURCIA | 968238400 | hoteleschurra@elchurra.net | www.elchurra.net | 2 | 177 |
| HOTELS ELBA | AVDA. MATAPINONERA, 11 | MADRID | 914320111 | ggoorcu@hoteleselba.com | www.hoteleselba.com | 16 | 3.054 |
| HOTELS GANMAR | AVDA. FDO. TARRAGO, 27, 1º | MALLORCA | 971657189 | ganmar@ganmar.com | www.ganmarhotels.com | 3 | 603 |
| HOTELS GLOBALES | LAS SIRENAS, 17 | MALLORCA | 971132300 | info@hotelesglobales.com | www.globales.com | 49 | 10.591 |
| HOTELS H2 | ARAGON, 281 5º 1ª | BARCELONA | 934675957 | compras@hoteles2.com | www.hoteles2.com | 2 | 178 |
| HOTELS HOLIDAY WORLD | AVDA. DEL SOL, 340, KM 215,6 | MALAGA | 952579757 | clientes@holidayworld.es | www.holidayworld.es | 4 | 864 |
| HOTELS INTUR | FRANCIA, 183 CIUDAD DEL TRANSPORTE | CASTELLON | 964394497 | maisa@intur.com | www.intur.com | 8 | 971 |
| HOTELS MA | PZA. MANUEL CANO, 2 | GRANADA | 958287447 | reservas@hoteles-ma.es | www.hoteles-ma.es | 2 | 261 |
| HOTELS MARINA D'OR | MOYANO, 8 | CASTELLON | 964727270 | redes.socias@marinador.com | www.marinador.com | 7 | 1.347 |
| HOTELS MEDITERRANEO | AVDA. PAPA LUNA, 96 | CASTELLON | 964480914 | reservas@hotelesmediterraneo.com | www.hotelesmediterraneo.com | 3 | 392 |
| HOTELS MONTE | VIRGEN DE LUJAN, 8 | SEVILLA | 954088205 | hmdm@hotelesmonte.com | www.hotelesmonte.com/es/ | 3 | 277 |
| HOTELS MONTEMAR | GENARO BRESTRA, 8 | ASTURIAS | 985400100 | info@hotelesmontemar.com | www.hotelesmontemar.com | 3 | 421 |
| HOTELS NORAI | AVDA. LUIS CASAS 32 | PONTEVEDRA | 986733399 | hnorai@hotelesnorai.com | www.hotelesnorai.com | 4 | 151 |
| HOTELS PATO | ESTEROS, 3 | HUELVA | 959311250 | comercial@hotelespato.com | www.hotelespato.com | 2 | 194 |
| HOTELS POSEIDON | HOTELS POSEIDON, 9 | ALICANTE | 965850200 | poseidon@hotelesposeidon.com | www.hotelesposeidon.com | 8 | 1.759 |
| HOTELS RH | LAPIPA 1, EDIF. LOCALES 2 Y 3 | ALICANTE | 965853040 | centra@hotelesrh.com | www.hotelesrh.com | 18 | 1.848 |
| HOTELS SAINT MICHEL | GREMÍ VELLUTERS, 21 POL. SON ROSSINOL | ILLES BALEARS | 971274622 | saintmichel@stmicheel.net | www.stmicheel.net | 12 | 2.634 |
| HOTELS SANTOS | LUAN BRAVO, 8 | MADRID | 914263941 | comercial@h-santos.es | www.h-santos.es | 16 | 2.784 |
| HOTELS SERVICE GROUP | AV. COMUNIDAD VALENCIANA, 22 | ALICANTE | 965850660 | publicidad@servicegroup.es | www.servicegroup.es | 19 | 4.822 |
| HOTELS SILKEN | AVDA. ZABALGANA 1 | ALAVA | 945188800 | silken@hoteles-silken.com | www.hoteles-silken.com | 24 | 3.134 |
| HOTELS SUNNING | MINERVA, 15 | MALLORCA | 971894089 | tomás.massanet@sunwing.net | www.sunwing.com | 10 | 3.385 |
| HOTELS WAR | ALAMEDA DE SANTA EUFEMIA, 24 ENTLO. | SEVILLA | 954155144 | info@hoteleswar.com | www.hoteleswar.com | 3 | 202 |
| HOUMA HOTELS | VILLAGRABIA ROSA, 8 | SEVILLA | 971491511 | info@houmhotels.com | www.houmhotels.com | 2 | 199 |
| HOYMA APARTHOTELS TURISTICA KONRAD & HIDALGO, SL | PUEBLO CANARIO LOCAL 404 | TENERIFE | 922790964 | central@housa.es | www.housa.es | 7 | 1.849 |
| HUSA HOTELS | SABINO DE ARANA, 27 | BARCELONA | 935101300 | central@housa.es | www.housa.es | 7 | 496 |
| IBB HOTELS | PLAZA EPI ANADA, 57 PLANTA 2 | MENORCA | 971077000 | central@ibbhotels.com | www.ibbhotels.com | 13 | 1317 |
| IBEROSTAR HOTELS & RESORTS | GENERAL RIERA, 154 | PALMA DE MALLORCA | 971077000 | prensa@iberostar.com | www.iberostar.com | 102 | 32.404 |
| IBIZA FEELING | RAMON Y CAJAL, 2 | IBIZA | 971343614 | info@ibiza-feeling.com | www.ibiza-feeling.com | 4 | 218 |
| ILUNION HOTELS | ALBACETE, 3 | MADRID | 913839494 | marketing@ilunionhotels.com | www.ilunionhotels.com | 26 | 4.535 |
| ILUNION HOTELS & RESORTS | AV. ASIMA 20, DESPACHO 22 | PALMA DE MALLORCA | 871704306 | dpn@ilunionhotels.com | www.ilunionhotels.com | 3 | 328 |
| IMG-HOTELS | SAN JOSE 21 | SEVILLA | 954217307 | info@img-hotels.com | www.img-hotels.com | 3 | 269 |
| INSOTEL HOTEL GROUP | ARAGON, 71 | IBIZA | 971390068 | l.torres@insotel.com | www.insotel.com | 8 | 2.480 |
| INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP | BROADWATER PARK | BLICKINGHAMSHIRE | 44 1895 512000 | jesus.salmeron@ihg.com | www.ihg.com | 5000 | 749.721 |
| INTERGROUP-HOTELS | MENDEZ NUÑEZ, 1 | SEVILLA | 954293820 | info@intergroup-hotels.com | www.intergroup-hotels.com | 7 | 328 |
| INTURHOTEL | CALO DIOS CORRAL, S/N, URB. CALA ESMERALDA | MALLORCA | 971837474 | reservas@inturhotel.com | www.inturhotel.com | 7 | 1.080 |
| INVA HOTELS | VICENTE CUERVO, 9 | IBIZA | 971311500 | headoffice@invahotels.com | www.invahotels.com | 8 | 1.504 |
| IZAN HOTELS | EMILIO CARBE, 5 | MADRID | 915913322 | central@izanhotels.es | www.izanhotels.es | 4 | 600 |
| JM HOTELS | CTRA. ALICANTE- CARTAGENA KM. 17,200 | ALICANTE | 966690236 | dircomercial@jshotels.com | www.jshotels.com | 3 | 256 |
| JS-HOTELS | CTRA. ALICUDIA-ARTA, 1 | MALLORCA | 971851206 | berenguer@jsh-hotels.com | www.jsh-hotels.com | 11 | 1.561 |
| KEY-HOTELS | VIA AUGUSTA, 95 | TARRAGONA | 972326900 | helenalobrero@key-hotels.com | www.key-hotels.com | 2 | 137 |
| LABRANDA-HOTELS & RESORTS | MEETING POINT SPAIN -, C/TEOMALDO POMER, 5N 2ª PLANTA, L217 | LAS PALMAS | 928143668 | helenalobrero@key-hotels.com | www.key-hotels.com | 75 | 17.790 |
| LOUARE HOTELS | VILLAGE 5, ETAGE 750 PLACE L'ELIPSE | FRANCIA | 33 142914600 | press@loouarehotels@loouare-hotels.com | www.loouarehotels.com/ | 1.500 | 97.000 |
| LTI HOTELS | AV. ARQUITECTO GOMEZ CUESTA, 3 | SANTA CRUZ DE TENERIFE | 928774050 | sales@lti.de | www.lti.de | 17 | 5.157 |
| LIUS HOTELS | AVDA. DE ITALIA, 8 | LAS PALMAS | 971010930 | dlaia@liushotels.com | www.liushotels.com | 2 | 227 |
| MAC HOTELS + PURE SALT LUXURY HOTELS | GREMIO TINDREROS, 25 A | ILLES BALEARS | 971010930 | info@mac-hotels.com | www.mac-hotels.com | 3+3 | 143+229 |
| MAGIA HOTELES | ZACATIN, 25 | GRANADA | 958285806 | m.loper@magiahoteles.com | www.magiahoteles.com | 8 | 876 |

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel.+34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|---|---|----------------------------|-------------|-------------------------------------|---------------------------------------|--------|--------|
| MAJESTIC HOTEL GROUP | AUSIAS MARX 48, BAJOS | BARCELONA | 934881717 | info@majestic-hotels.com | www.majestic-hotels.com | 10 | 691 |
| MAJESTIC RESORTS | PLAYA BAVARO, PROV. LA ALTAGRACIA | BARCELONA | 8092719898 | info.puntacana@majestic-resorts.com | www.majestic-resorts.com/hotels/ | 3 | 1.766 |
| MANOLI HOTELS | AVDA. FRANCA S/N URB. MIL PALMERAS | ALICANTE | 965321822 | reservas@manolihotels.com | www.manolihotels.com | 3 | 343 |
| MAR-HOTELS GROUP | GRAN VIA ASIMA 1 POL. SON CASTELLO | ILLES BALEARS | 971456688 | info@mar-hotels.com | www.mar-hotels.com | 8 | 1.143 |
| MARIN'S HOTELS | NA LLAMBERS, Nº41 | SON SERVERA | 971585805 | info@mar-hotels.com | www.mar-hotels.com | 4 | 438 |
| MARITIM HOTELES | AGUSTIN DE FOYA, 16-7º PUERTIA 6-ESCALERA D | MADRID | 913237756 | info.res@maritim.de | www.maritim.com | 46 | 15.000 |
| MARQUE HOTELES | OBISPO HUERTADO, 12 | GRANADA | 958223305 | info@marques-hotels.com | www.marques-hotels.com/ | 3 | 92 |
| MARRIOTT INTERNATIONAL INC. | PASEO DE LA CASTELLANA, 133 - 9º | MADRID | 915729446 | com.cubital@marriott.com | www.marriott.com | 7000 | 50 |
| MATAS ARNALOT GRUPO | BOSSA RODONA, 3 | BARCELONA | 938940320 | info@matasarnalot.com | www.matasarnalot.com | 2 | 141 |
| MAVI HOTELS | LOPEZ RUBIO, EDE. TLUINDIDORES, 12 | GRANADA | 958015580 | info@mavi-hotels.com | www.mavi-hotels.com | 3 | 124 |
| MED PLAYA CADENA HOTELERA | PASSEIG GENERAL MENDOZA, 1 PLANTA 6 | GIRONA | 97229512 | direccion@medinahoteles.com | www.medinahoteles.com | 3 | 475 |
| MEDINA HOTELES | FLORIDA, 3 | ALICANTE | 965867669 | comercial@mediumhotels.com | www.mediumhotels.com | 5 | 285 |
| MEDSUR HOTELES | AVDA. MARINA BANA, 23 | BARCELONA | 965854712 | info@medsur-hotels.com | www.medsur-hotels.com | 329 | 83.018 |
| MEDIA HOTELS INTERNATIONAL | GREMIO TONELEROS, 24 (POL. IND. SON CASTELLO) | ALICANTE | 971224400 | comunicacion@mella.com | www.mellahotelsinternational.com/es | 5 | 726 |
| MIX HOTELS | BLAISE PASCAL, S/N EDF. U | PALMA DE MALLORCA | 971466017 | bsastre@mix-hotels.com | www.mix-hotels.com | 5 | 363 |
| MIL-HOTELS | BARTOLOME CALAFELL, 23 | MALLORCA | 971261634 | searra@mil-hotels.com | www.mil-hotels.com | 5 | 1.701 |
| MONARQUE HOTELES | BARQUILLO, 36 | MADRID | 913084610 | central@monarquehoteles.es | www.monarquehoteles.com | 6 | 1.050 |
| MOSH HOTELES | LOS NIDOS, 23 | MALAGA | 952384700 | amaragui@msh-hotels.com | www.msh-hotels.com | 6 | 711 |
| MUR HOTELS | LUIS DORRESTE SILVA, 95 | MALLORCA | 971031030 | comercial@senseshotels.com | www.senseshotels.com | 4 | 476 |
| MYWAY HOTELS | ABAMA RESORT, EDIF. OFICINAS | LAS PALMAS DE GRAN CANARIA | 928296666 | info@groupmyway.com | www.myway-hotels.com | 4 | 614 |
| NEST STYLE | AVDA DEL CID, 25 1º OF. 6 | TENERIFE | 922589600 | info@myway-resorts.com | www.myway-resorts.com | 2 | 719 |
| NEW MAJITUS HOTELS LIMITED (BEACHCOMBER HOTELS) | BOTANICAL GARDEN STREET | VALENCIA | 963261291 | beachcomber@choi.com | www.beachcomber-hotels.com | 2 | 65 |
| NH HOTEL GROUP | SANTA ENGRACIA, 120 7º | CUREPIPE | 2366019000 | communication@nh-hotels.com | www.nh-hotels.es | 9 | 2.100 |
| NOROTEL | VIOS TENDEROS S/N | MADRID | 914519718 | central@norotel.com | www.norotel.com | 368 | 57.277 |
| NOZAR HOTELS & RESORTS | COMTE BORRELL, 124 | LAS PALMAS | 928157170 | adela.alonso@nozarsresorts.com | www.boiaulifresort.com | 17 | 4.842 |
| NUÑEZ INVARRO HOTELS | COMTE DUJREGEL, 230 | BARCELONA | 934146660 | comhotels@nuñezhotels.es | www.nuñezhotels.com | 12 | 1.117 |
| ONIS HOTELS & RESORTS | GOBELAS 17, URB.LA FLORIDA | MADRID | 913728333 | reservas@onishotels.com | www.onishotels.com | 6 | 3.500 |
| OCA HOTELS | MIGUEL FERRO CAVEIRO S/N | A CORUNA | 881850091 | calidad@ocahotels.es | www.ocahotels.com | 30 | 1.465 |
| OD-HOTELS | ATENAS 30-46 | IBIZA | 971591214 | laver.tor@odgroup.es | odgroup.es | 7 | 493 |
| OHTELS | TERRER, 13 EDIF. VENTURA PARK LOCAL 1 | TARRAGONA | 977352225 | of@oh-hotels.es | www.oh-hotels.es | 16 | 4.050 |
| OIA HOTELS | GRAN VIA ASIMA 45º PL. POL. SON CASTELLO | ILLES BALEARS | 971456455 | oia@oia-hotels.com | www.oia-hotels.com | 5 | 776 |
| OLIVA HOTELS | PLAZA CATALUNYA, 19 | BARCELONA | 933168700 | info@olivahotels.es | www.olivahotels.es/ | 5 | 682 |
| OLYMPIA GRUPO | MAESTRO SERRANO, 3 | VALENCIA | 963033392 | ventas@olympiagrup.com | www.olympiagrup.com | 5 | 353 |
| ONA-HOTELS | COMTE BORRELL 230, 3º | BARCELONA | 933930630 | ama.camaron@onacorporation.com | www.onahotels.com | 34 | 4271 |
| ONIX HOTELS | GRAN VIA DE LES CORTS CATALANES, 367-981 | MALLORCA | 933034154 | sales@onixhotels.com | www.onixhotels.com | 4 | 762 |
| ONIX HOTELS | AV. FRAN. DON LLIBRES, 10 | MALLORCA | 971743266 | secretariageral@pabisa.com | www.pabisa.com | 4 | 762 |
| PALAFOX HOTELS | MARQUES DE CASA IMENEZ, S/N | ZARAGOZA | 976237700 | hotelpalafox@palafoxhotels.com | www.palafoxhotels.com | 6 | 916 |
| PALIA HOTELS | PASEO MALLORCA 32, A ENTLO. | ILLES BALEARS | 971213533 | comercial@palia.es | www.palia.es | 7 | 1.517 |
| PALLADIUM HOTEL GROUP | AVDA. BARTOLOME ROSSELLO, 18 APARTADO 476 | ILLES BALEARS | 971313811 | info@palladiumhotelgroup.com | www.palladiumhotelgroup.com | 50 | 14.000 |
| PANDORAM HOTELS | CERVANTES, 19 BAIOIZO | MADRID | 913694850 | info@pandoramhotels.com | www.pandoramhotels.com | 7 | 348 |
| 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 ABRASCAL, 2-4, 6ª PL | MADRID | 915166700 | www.paradores.es | www.paradores.es | 97 | 6.058 |
| PESTANA HOTEL GROUP | RUJAU, 54 | IBIZA | 31521842001 | info@grupopapalazol.com | www.papalazol.com | 94 | 12.000 |
| PLAYASOL IBIJA HOTELS | METGE MIQUE SERRA, S/N | TARRAGONA | 971304078 | info@grupopapalazol.com | www.papalazol.com | 36 | 4.144 |
| PORT AVENTURA HOTELS | AV. ALCAIDE PERE MOLAS, KM 2 | TARRAGONA | 977779000 | info@portaventura.es | www.portaventura.es | 6 | 2.228 |
| PORT HOTELS | ESTOCOLMO, 4 | ALICANTE | 965867863 | comercial@porthotels.es | www.porthotels.es | 11 | 1.642 |
| PORTBLUE HOTEL GROUP | GREMIO DE CIRUGIAS I BARBERS, 48, PISO 2ºK | MALLORCA | 971546900 | call-center@portblue.com | www.portbluehotels.com | 8 | 1.134 |
| POSADAS DE ESPAÑA | JORGE LUAN, 9 | MADRID | 91571735 | central@posadasdeespana.com | www.posadasdeespana.com | 4 | 344 |
| POUSADAS DE COMPOSTELA | VIRXE DA CERCA, 27 | A CORUNA | 981569550 | info@posadasdecompostela.com | www.posadasdecompostela.com | 6 | 112 |
| PREMIUM SUITES | DIPUTACION 195 | BARCELONA | 93453419 | info@kosulite.com | www.premiumsuihotels.com | 3 | 99 |
| PRESTIGE HOTELS | AVDA. NORO, 45 | GIRONA | 972252725 | bosses@prestige-hotels.com | www.prestige-hotels.com/es/index.html | 6 | 954 |
| PRETUR | MENENDEZ PELAO, 7 | LAS RIOJA | 941270638 | info@pretur.com | www.pretur.com | 4 | 336 |
| PRINCESS HOTELS | ANTONIO GAUDI, 62 | TARRAGONA | 977318959 | info@princess-hotels.com | www.princess-hotels.com | 21 | 9.423 |
| PRINSOHEL | DEL TER, 27, POL. SON FLISTER | PALMA DE MALLORCA | 971706070 | prinsotel@ | | | |

HOTELKETTEN NACH ZAHL DER BETTEN

| Name | Anschrift | Provinz | Tel. +34 | E-mail | Web | Hotels | Zimmer |
|--|---|-------------------|-----------|------------------------------------|-----------------------------------|--------|--------|
| ROBINSON HOTELS | ROBINSON CLUB CALA SERENA | MALLORCA | 97169504 | region@robinson-ep.com | www.robinson-ep.com | 5 | 1.611 |
| ROC HOTELS | ENRIQUE ALZAMORA 6, 8º | ILLES BALEARS | 971213090 | central@roc-hotels.com | www.roc-hotels.com | 22 | 5.341 |
| ROOMMATE HOTELS | VELAZQUEZ 50 | MADRID | 913995777 | info@room-matehotels.com | www.room-matehotels.com | 26 | 2013 |
| ROSAMAR HOTELS | PAU CASALS 8-10 | GIRONA | 972364422 | rosamar@rosamarhotels.com | www.rosamarhotels.com | 5 | 878 |
| SABINA HOTELS | NA PENVAL, 1 | MALLORCA | 971585214 | lgames@sabinahotels.com | www.sabinahotels.com | 4 | 392 |
| SALLES HOTELS | POL. IND. PAEC 4 | GIRONA | 972652463 | reservas@salleshotels.com | www.salleshotels.com | 9 | 901 |
| SANDOS & MARCONFORT HOTELS | AVDA. PRINCIPES DE ESPAÑA, 1 NAVE 1 BAJOS. ES FIGUERAL | PALMA DE MALLORCA | 971783300 | marketing.eur@sandos.com | www.sandos.com/www.marconfort.com | 13 | 4.827 |
| SANSH HOTELS | AVDA PEPARSON 1-3 | BARCELONA | 932063880 | pedr@bbs-sanshotels.com | www.sanshotels.com | 3 | 235 |
| SARDINERO HOTELS | PIAZA ITALIA 1 | CANTABRIA | 942271100 | | www.gruposardinero.com | 4 | 408 |
| SB HOTELS | PLAZA EUROPA 9-11, PLANTA 24 | BARCELONA | 935011400 | info@sbhotels.es | www.sbhotels.es | 8 | 1.605 |
| SBH HOTELS & RESORTS | AVDA. AGUSTIN MILLARES, 2 | LAS PALMAS | 928875982 | comercio@sbhhotels.com | www.sbhotels.com | 9 | 3.281 |
| SEASIDE HOTELS | TEOBALDO POWER, S/N 1º PLANTA | GRAN CANARIA | 928763308 | marketing@seaside-hotels.com | www.seaside-hotels.com | 11 | 2.175 |
| SELENTA GROUP | AV. DIAGONAL 662-664 PLANTA 2 - MODULO D EDIFICIO PLANETA | BARCELONA | 936003030 | info@selenta.com | www.selenta.com | 9 | 2.710 |
| SEMARAR HOTELS & RESORTS | CARRERA FARO SABINAL, S/N | ALMERIA | 950627010 | | www.semararhotels.com | 38 | 9.414 |
| SEROTEL HOTELS | AVDA. 16 DE JULIO, 85 POL. SON CASTELLO | MALLORCA | 971431266 | dir.comercial@serotelhotels.com | www.serotelhotels.com | 4 | 807 |
| SERRANO HOTELS | PARIS 120 1º 1ª | BARCELONA | 931834325 | reservas@serotel.com | www.serotelhotels.com | 36 | 3.289 |
| SERRATUR | AVDA. CALA AGULLA, 123 | MALLORCA | 971564312 | comercial@seratanohotels.com | www.seratanohotels.com | 5 | 710 |
| SETH HOTELS | DORANWAS, 4 | MENORCA | 928152777 | senatur@senatur.com | www.senatur.com | 13 | 2.028 |
| SIR HOTELS | CAPFORT, 9 | VALENCIA | 963373951 | sethotels@sethotels.com | www.sh-hotels.com | 9 | 944 |
| SIR HOTELS | DOCTOR ROMAGOSA 1 BAJO | VALENCIA | 963373951 | sethotels@sethotels.com | www.sh-hotels.com | 3 | 508 |
| SIR HOTELS | VOORBURGWAL 271 4-5 | VALENCIA | 963373951 | sethotels@sethotels.com | www.sh-hotels.com | 6 | 465 |
| SIRENIS HOTELS & RESORTS | DES CUBELLS 32 | ILLES BALEARS | 971312512 | info@sirenishotels.com | www.sirenishotels.com | 10 | 3.753 |
| SKAY HOTELS | EDIFICIO LOGITRANVEL PARCELA 3B CTBA PALMA-VILLEMOSA KM.7,4 | PALMA DE MALLORCA | 952225577 | info@sohotels.com | www.sohotels.com | 8 | 1512 |
| SOHO BOUTIQUE HOTELS | ALAMEDA PRINCIPAL, 45 1ª | MALAGA | 937678211 | info@sohoinvest.com | www.sohohotels.com | 34 | 1.312 |
| SOLOVENT INVEST (AQUA HOTEL & OHLA BOUTIQUE HOTELS AVENIDA DEL MAR, 16 | ISAC NEWMON, 3ª PLANTA EDIFICIO DISSET, PARC BIT | BARCELONA | 971284284 | ueq@sohoinvest.es | www.sohohotels.com | 9 | 1.900 |
| SOMMOS HOTELS | AVDA. DE FRANCIA, 4 | MALLORCA | 974551061 | aneto@sommoshotels.com | www.sommoshotels.com | 7 | 232 |
| SPRING HOTELS | PASEO CALADES S/N | TENERIFE | 972961111 | spring@springhotels.com | www.springhotels.com | 2 | 144 |
| STILL HOTELS | GRAN VIA ASIMA, 4-7ª POL. SON CASTELLO | PALMA DE MALLORCA | 971207114 | comercial@stillhotels.com | www.stillhotels.com | 3 | 1.076 |
| SUICO HOTELS | AVDA. GASADO DEL AISAL 26 | PALENCIA | 979749044 | casillanaga@hotelesuico.com | www.hotelesuico.com | 3 | 217 |
| SUN CONFORT GROUP | GLORIEA CARRASCO, BLOQUE 3-5 ESC. 1 BAJO | ALCANTE | 96852453 | booking@sweet-hotels.com | www.sun-confort.com | 3 | 600 |
| SWEET HOTELS | CORREOS, 8 | VALENCIA | 96535282 | direccion@sweethotels.com | www.sweethotels.com | 7 | 241 |
| TEMPLE HOTELS | AVDA PORTUGAL, 2 | LEON | 982410058 | ponferrada@templehotels.com | www.templehotels.com | 3 | 301 |
| THB HOTELS | VIA ALEMANIA 14-6º | MALLORCA | 971850033 | thb@thbhotels.com | www.thbhotels.com | 16 | 2.677 |
| THE LEADING HOTELS OF THE WORLD | ORENSE, 85 EDIF. LEMINGTON | MADRID | 915591750 | | www.thw.com | 430 | 50 |
| THE TOTAL EXPERIENCE | LEÓN Y CASTILLO, 421 4B | LAS PALMAS | 928240038 | volanco@hoteleshe.com | www.hoteleshe.com | 25 | 2265 |
| TORRE DE CANVAMEL HOTELS | CTRA. ARTA - CANVAMEL, KM 5 | MALLORCA | 971841134 | info@torredecanvamel.com | www.torredecanvamel.com | 4 | 118 |
| TORSE HOTELS | PLAZA FLORES, 3 | ALMERIA | 962872060 | torreluz@torreluz.es | www.torreluz.es | 3 | 132 |
| TRAVEL LODGE HOTELS ESPAÑA | SAN RAFAEL, 1-3 | VALENCIA | 911697850 | info@torsehotels.com | www.torsehotels.com | 2 | 436 |
| TRH HOTELS | SANTA LEONOR, 34 | MADRID | 913430318 | carlos.nunes@travelodge.co.uk | www.travelodge.es | 5 | 621 |
| TUDANCA HOTELS | HERMOSILLA, 57 1º D | MADRID | 913430318 | info@trhotels.com | www.trhotels.com | 8 | 1.247 |
| TULGASA | CTRA. MADRID - IRUÑ, A-1 KM.153 | BURGOS | 947506011 | reservasaramda@hotelesstudanca.com | www.hotelesstudanca.com | 4 | 220 |
| UNICO HOTELS | PARQUE GONZALEZ HONTORIA S/N | CADIZ | 956305611 | info@lugasa.com | www.lugasa.com | 9 | 181 |
| UNIVERSAL HOTELS | PLAZA URQUINAONA, 6 PLANTA 8 | BARCELONA | 933104363 | info@unichotels.com | www.unichotels.com | 3 | 292 |
| UR HOTELS | GREMIO CIRUJANOS Y BARBEROS, 25 | PALMA DE MALLORCA | 971711746 | central@universalthotels.es | www.universalthotels.es | 17 | 2.013 |
| URB HOTELS | AVDA. ALEJANDRE ROSSELLO, 29 ENTLO | ILLES BALEARS | 971725600 | info@urhotels.com | www.urhotels.com | 3 | 167 |
| VALENTIN HOTELS | ARIBAU, 171 2-2 | BARCELONA | 931816348 | central@urh-hotels.com | www.urh-hotels.com | 13 | 1.110 |
| VALLADOLID HOTELS | LUZ 5 | MALLORCA | 971022000 | comercial@valentinhotels.com | www.valentinhotels.com | 11 | 3.415 |
| VELADA HOTELS | MUNEZ DE ARCE, 11 | VALLADOLID | 983298811 | comercial@hotelesvaladolid.com | www.hotelesvaladolid.com | 4 | 90 |
| VERSER HOTELS | ALCALA 476 | MADRID | 913756800 | hibaplaya@verserhotels.com | www.verserhotels.com | 2 | 243 |
| VIR HOTELS | TARRAGONA, S/N, PLAZA DE FIGUERETAS | IBIZA | 971302804 | dtor.comercial@verticehotels.com | www.verticehotels.com | 3 | 398 |
| VIVACCI HOTELS | REPUBLICA ARGENTINA, 1 | SEVILLA | 950631100 | info@vivhotels.com | www.vivhotels.com | 5 | 685 |
| VIVA HOTELS & RESORTS | ANABEL SEGURA, 11 EDIFA BAJO CN ALBATROS ARROYO DEL LA VEGA | MADRID | 978391517 | info@vivhotels.com | www.vivhotels.com | 6 | 1.200 |
| VP HOTELS | AGUSTIN ARGUELLES, 1 | MALLORCA | 914902650 | info@vivhotels.com | www.vivhotels.com | 38 | 5.328 |
| WEARE HOTELS & MORE | GRAL DIAZ PORLIER, 101 | MADRID | 915620807 | marketing@photels.com | www.photels.com | 7 | 1.380 |
| WITHYOU HOTELS & APARTMENTS | AVDA. BRUSELAS, 34 | MADRID | 917892600 | dgem@withyouhotels.com | www.withyouhotels.com | 2 | 543 |
| ZAFIRO HOTELS | MAR LESTANY, 35 | GIRONA | 972483038 | info@zafirohotels.com | www.zafirohotels.com | 2 | 55 |
| ZENIT HOTELS | PIA ARAGON, 2 - 1ª PLANTA | MALLORCA | 971897006 | central@zenithotels.com | www.zenithotels.com | 17 | 2.987 |
| ZI HOTELS | COLONIA EUROPA, S/N | ZARAGOZA | 902474902 | central@zenithotels.com | www.zenithotels.com | 27 | 2.182 |
| ZI HOTELS | | CASTELLON | 964401040 | reservas@zhotels.com | www.zhotels.com | 5 | 1.247 |

Affilired

Experten für Performance-Marketing für die Reisebranche



Den direktverkauf zu erhöhen



Mehr qualifizierten traffic zu erhalten



An internationaler online-sichtbarkeit zu gewinnen

Unsere **all-in-one-plattform** hilft ihnen, ihr publikum zu erreichen und dafür nur eine gebühr zu zahlen



CPA-SEM Kampagnen



Affiliate Marketing



Programmatische Werbung



Werkzeuge für lokalen einsatz



Metasearch-Lösung

Treffen wir uns auf der  ITB BERLIN

Western Division

saleseu@affilired.com

+34 971 908 803

APAC Division

salesapac@affilired.com

+91 7717 356 758

www.affilired.com

Die Fluggesellschaften stärken ihre Präsenz mit neuen Routen und Verbindungen

Deutschland bleibt der zweite Markt mit den meisten Fluggästen in Spanien

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

Im Jahr 2019 zählten die spanischen Flughäfen knapp 14,5 Millionen Fluggäste, die von deutschen Flughäfen aus nach Spanien flogen. Das waren zwar 2,1% weniger als im Vorjahr, dennoch blieb Deutschland der zweite Quellenmarkt mit den meisten Passagieren in Spanien. In diesem Jahr stärken die meisten Anbieter ihre Präsenz in beiden Ländern durch neue Routen und Frequenzen.

Das spanische Angebot

Iberia, die der **International Airlines Group (IAG)** angehört, fliegt aktuell auf Strecken zwischen Düsseldorf, München und Hamburg und ihrem Hub auf dem Flughafen Madrid-Barajas. Die wichtigste Neuerung in diesem Jahr für die Strecke zwischen Deutschland und Spanien ist die Einführung neuer Frequenzen auf der Strecke Hamburg-Madrid, die in diesem Winter elfmal pro Woche angeboten wird (Hin- und Rückflug), das sind vier Flüge mehr (28%) als in der letzten Wintersaison. Im Sommer sollen die gleichen Frequenzen beibehalten werden, was einer Steigerung um 25% im Vergleich zum letzten Sommer entspricht. Andererseits führt Iberia in ihrer Airbus A320-Flotte, mit der die Routen zwischen Deutschland

und Spanien abgedeckt werden, on board Wifi-Verbindungen ein, die allen Passagieren zur Verfügung stehen. Ihre Low-Cost-Filiale **Iberia Express** bietet zwei Strecken zwischen Deutschland und Spanien an: nach Berlin, einer der ersten internationalen Destinationen dieser Gesellschaft; und nach Stuttgart. Derzeit fliegt sie 21 Mal pro Woche zwischen der deutschen und der spanischen Hauptstadt, das sind drei Flüge pro Tag, die auch im Sommer 2020 beibehalten werden. Damit setzt die Gesellschaft weiterhin auf den deutschen Markt. Auch die Stuttgart-Strecke wird das ganze Jahr über beibehalten. In diesem Jahr nimmt Iberia Express den neuen A321neo in ihre Flotte auf, das modernste Flugzeug von Airbus für die Kurz- und Mittelstrecke.



Iberia führt die neuen Routen zwischen Deutschland und Spanien mit ihren neuen Airbus A320 durch.

2019 beförderte Iberia Express mehr als 334.000 Passagiere zwischen Berlin und Madrid; dies war somit die internationale Strecke mit der größten Nachfrage und eine der fünf mit dem stärksten Zuwachs. Zu den beliebtesten Destinationen der deutschen Fluggäste zählen die Kanaren, die Balearen und Santiago de Compostela. **Air Europa** fliegt zweimal täglich die Flughäfen Frankfurt, München und Düsseldorf an. Die ersten beiden Strecken werden mit der Boeing 737-Flotte abgedeckt, nach Düsseldorf fliegt die Gesellschaft mit Embraer. Sie beförderte im letzten Jahr mehr als 560.000 Passagiere auf den drei Strecken, fast 30% mehr als im Vorjahr. In diesem Jahr hat die Gesellschaft die Kapazitäten um 27% gesteigert. Für Air Europa wird 2020 ein Jahr der Konsolidierung sein, die Gesellschaft arbeitet weiterhin an der Verbesserung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Die beliebtesten Reiseziele ihrer deutschen Gäste sind Madrid, die Kanaren und Balearen sowie Sevilla und Coruña.

Das deutsche Angebot

In diesem Winter 2020 hat die **Lufthansa Gruppe (Lufthansa, Swiss, Austrian Airlines, Eurowings, Brussels Airlines und Edelweiss)** 1.282 Flüge pro Woche zwischen Deutschland und Spanien im Programm. Die Gesellschaften decken Strecken zwischen 20 spanischen Flughäfen und 25 europäischen Destinationen ab. Die **Lufthansa** verbindet mit 466 Flügen pro Woche Frankfurt und München mit elf spanischen Destinationen. **Eurowings**

„
Iberia führt in ihrer Airbus A320-Flotte, mit der sie die Routen zwischen Deutschland und Spanien fliegt, on board Wifi-Verbindungen ein, die allen Passagieren zur Verfügung stehen“

bietet 404 Flüge pro Woche zwischen 22 Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz und elf Städten in Spanien. Ab Ende Oktober dieses Jahres wird die **Lufthansa** ihre neuen Airbus A321 auf Flügen zwischen ihrem Hub München und zwei neuen Destinationen, nämlich Gran Canaria und Fuerteventura, einsetzen. Dazu kommt ein zusätzlicher Flug auf der Strecke München-Teneriffa Süd, die somit zweimal pro Woche angeboten wird. Die Gruppe betont, dass die bei ihren Fluggästen am meisten gefragten Reiseziele in Spanien Barcelona, Palma de Mallorca, die Kanaren, Madrid, Valencia, Bilbao und Málaga sind.

Low Cost

EasyJet bietet insgesamt 13 Routen von Berlin Schönefeld nach Barcelona, Valencia, Mallorca, Málaga, Gran Canaria, Teneriffa Süd, Lanzarote, Fuerteventura und Santa Cruz de la Palma; und von Berlin Tegel nach Madrid, Jerez de la Frontera, Mallorca und Menorca. Dazu kommt ab dem 5. April eine neue Verbindung von Berlin Tegel nach Ibiza. Ab dem 29. März fliegt die Low Cost von Basel an der deutsch-schweizerischen Grenze nach Valencia. Im Jahr 2019 bot die Fluggesellschaft insgesamt 1,53 Millionen Sitzplätze auf Maschinen zwischen Deutschland und Spanien, das war eine Steigerung der Kapazitäten um 11,7%. Die Routen mit den meisten Fluggästen waren im Jahr 2019 Tegel-Palma de Mallorca mit einer Kapazität von 480.000 Plätzen; und Schönefeld-Barcelona mit 270.000 Plätzen.

Vueling, die ebenfalls der IAG-Gruppe angehört, wird in diesem Sommer 2020 die gleichen Strecken zwischen Deutschland und Spanien anbieten wie schon im letzten Jahr, wobei aber alle Verbindungen durch insgesamt über 150.000 Sitzplätze mehr (+19%) gestärkt werden. Konkret fliegt die spanische Low-Cost-Gesellschaft zwischen Barcelona und sieben deutschen Flughäfen: Berlin Tegel, München, Düsseldorf, Hannover, Hamburg, Nürnberg und Stuttgart; zwischen Palma de Mallorca und München sowie Stuttgart; und zwischen Bilbao und Berlin Tegel. ■

Spanien, mit Madrid und Barcelona an der Spitze, besticht durch seine Stärke im MICE-Bereich

Ein solides Kongressreiseziel



Madrid organisierte nach der Absage Chiles in Rekordzeit den Klimagipfel COP25.

Spanien genießt eine ausgezeichnete Position im Bereich des Kongress-tourismus, denn zum Reiz und zur Erfahrung als Reiseziel kommen die Professionalität der Kongressbranche, die große Erfahrung bei der Organisation bedeutender internationaler Veranstaltungen und der Einsatz für Innovation und die intensive Nutzung der Technologie. All das macht das Land stark im Wettbewerb. Die Exzellenz der Infrastrukturen, die guten internationalen Verkehrsverbindungen und die Sicherheit sind weitere Pluspunkte für die spanischen Destinationen.

Die wichtigsten Messwerte des MICE-Tourismus steigen weiter, auch für 2020 sind die Aussichten gut. Wie aus den Daten des **Spain Convention Bureau (SCB)** hervorgeht, stiegen die Einnahmen der und durch die Branche im Jahr 2018 –dem letzten zu Redaktionsschluss abgeschlossenen Geschäftsjahr– um 8% auf mehr als 6,638 Milliarden Euro. Die Zahl der Veranstaltungen stieg um 3,4% auf mehr als 25.000 und die der Teilnehmer um 7,7% auf mehr als 4 Millionen.

An der Spitze bleiben

Spanien liegt zusammen mit Deutschland und Frankreich an der Spitze, was die für 2020 erwarteten Ausgaben für Tagungen und Events angeht, so der globale Bericht von **American Express Meetings & Events**. Demnach soll die Zahl der Veranstaltungen um 2,4% zulegen, Barcelona und Madrid bleiben unter den zehn besten Kongressreisezielen Europas. Das **Staatssekretariat für Handel** hat für dieses Jahr allein 99 internationale Handelsmessen gezählt, mehr als im letzten Jahr. Spanien ist weltweit das dritt wichtigste Kongressreiseziel, wenn man nach der Klassifizierung großer Veranstaltungen geht, wie es die **International Congress and Convention Association (ICCA)** tut. Im Jahr 2018 fanden 595 große Kongresse statt, mehr gab es nur in den USA und Deutschland; Spanien liegt damit vor Frankreich, Großbritannien und Italien. Was die Zahl der Teilnehmer angeht, liegt

Spanien mit mehr als 297.000 Teilnehmern bei diesen internationalen Großveranstaltungen an zweiter Stelle.

Ein Blick auf die Städte zeigt, dass sich Madrid auf den weltweit dritten Platz vorgearbeitet hat und im Vergleich zum Vorjahr um 7,8% zugelegt hat –165 große Veranstaltungen; Barcelona liegt mit 163 Veranstaltungen an vierter Stelle. Paris und Wien führen die Liste an, für die nur regelmäßig stattfindende internationale Veranstaltungen mit Verbandscharakter betrachtet werden, die mindestens zwischen drei Ländern rotieren und mindestens 50 Teilnehmer haben. Spanien ist das einzige Land mit zwei Städten auf den ersten fünf Positionen und mindestens drei weiteren auf den mittleren Rängen: Valencia auf Platz 92, Sevilla an 93. und Bilbao an 115. Stelle.

Erst kürzlich stellte Madrid erneut ihre enorme Fähigkeit zur Organisation großer Veranstaltungen unter Beweis, als sie den Klimagipfel COP25 übernahm. Dieses internationale Mega-Event wechselte nach der Absage Chiles den Austragungsort und brachte rund 25.000 Teilnehmer in die spanische Hauptstadt. Diese logistische Herausforderung wurde in einer Zeitspanne von nur zwei Wochen gelöst: man organisierte zwei große Austragungsorte für die Verhandlungen und alternativen Veranstaltungen sowie ausreichende Hotel- und Transportkapazitäten.

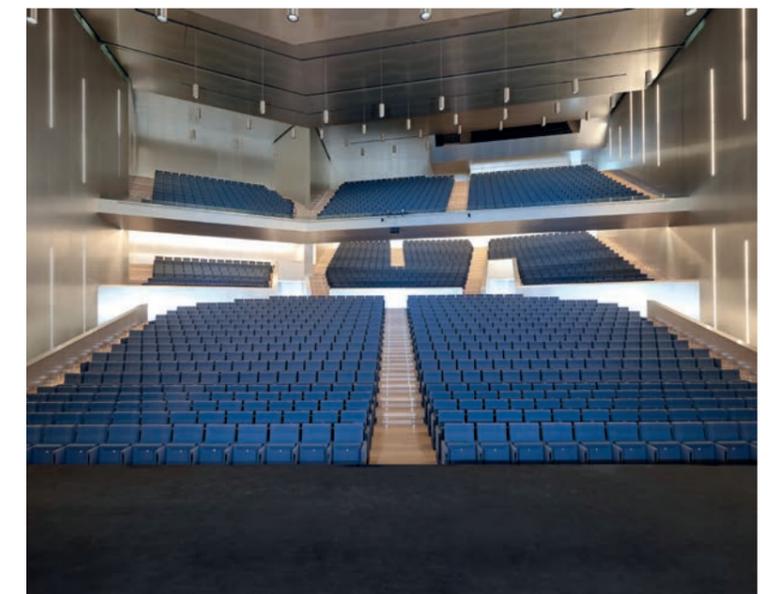
In Barcelona sollen 2020 insgesamt 33 Kongresse mit je mehr als Tausend Teilnehmern stattfinden. Obwohl dieses Jahr der Mobile World Congress (MWC) aufgrund des Coronavirus abgesagt wurde, hat der Organisator **GSMA** bereits angekündigt, dass der Kongress, zu dem normalerweise rund 100.000 Besucher kommen, im nächsten Jahr fortgesetzt werde und der Vertrag bis 2023 bestehen bleibe. Ab 2021 wird es in Barcelona einen weiteren Technologie-Megakongress geben: **Integrated Systems Europe (ISE)** mit rund 80.000 erwarteten Besuchern; darüber hinaus wird in der Stadt bis mindestens 2022 die **IBTM World** stattfinden. Der Tagungstourismus in Barcelona brachte 2018 einen Rekordumsatz von 1,9 Milliar-

den Euro, so viel wie nie zuvor.

Die Infrastrukturen der Stadt erhalten weiterhin Auszeichnungen, wie etwa das Internationale Tagungszentrum **Centro de Convenciones Internacional de Barcelona CCIB**, das bei den **VIII Prevue Visionary Awards** kürzlich mit Gold ausgezeichnet wurde.

Ein weiterer Vorteil Spaniens als MICE-Destination ist seine Vielfalt: Andalusien besticht durch seine Authentizität als Wettbewerbsvorteil im Tagungstourismus, ein Wert, der bei den Organisatoren immer mehr Gewicht gewinnt; die Kanaren ragen durch ihre Infrastrukturen, das ganzjährig gute Klima und ihre Natur heraus. Die Insel hatten 2018 mehr als 205.000 Kongressbesucher.

Mallorca, das Urlaubsreiseziel des Mittelmeerraums schlechthin, unternimmt große Anstrengungen, um als solide Destination für die Organisation von Kongressen, Events und Produktpräsentationen wahrgenommen zu werden. Auch für Filmdrehs ist die Insel beliebt, erst kürzlich wurden Aufnahmen für verschiedene internationale Filme und Serien gemacht. Zu den Stärken Palmas gehören der drittgrößte Flughafen Spaniens und erstklassige Kongress- und Hotelinfrastrukturen. ■



Das Kongresszentrum von Palma und das Hotel Meliá Palma Bay zählten in ihrem ersten kompletten Geschäftsjahr 226 Veranstaltungen.

Das weibliche Unternehmertum trägt zur Konsolidierung in ländlichen Gegenden bei

Nachhaltiger Tourismus zur Stabilisierung der Bevölkerung und Schaffung von Wohlstand auf dem Land

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Die Diversifizierung des Freizeitangebotes hat dem ländlichen Tourismus wichtige Impulse gegeben, was sich an der Öffnung von Hotels und Restaurants sowie an der Entwicklung von Aktionsprogrammen zeigt, die zur Dynamisierung der Wirtschaft in diesem Bereich und zum Einhalt der Entvölkerung einiger Orte beitragen.

Die Abwanderung der Bevölkerung vom Land in die Städte hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Es handelt sich um einen weltweiten Trend, der sich in Spanien ganz intensiv bemerkbar macht. In 5.000 der insgesamt 8.100 Gemeinden des Landes leben jeweils weniger als 1.000 Menschen, wie aus den Daten des **Spanischen Statistisches INE** hervorgeht.

Jedoch unternimmt die Tourismusbranche erhebliche Anstrengungen, um zur Schaffung von Wohlstand in diesen Gegenden beizutragen, die öffentlichen Dienstleistungen zu verbessern und Arbeitsplätze zu schaffen. In der Folge trägt der Tourismus dazu bei, dass wieder mehr



Landwirtschaft und Viehzucht haben zwar immer noch eine Schlüsselbedeutung auf dem Land, aber sie fangen an, den Protagonismus mit Aktivitäten rund um Tourismus und Freizeit zu teilen.

Menschen sich in ländlichen Gebieten niederlassen, und hält dadurch die Abwanderung auf. Die Bevölkerungszahlen stabilisieren sich oder steigen sogar leicht an. Dafür müssten aber diese Gemeinden mehr steuerliche und finanzielle Hilfe bekommen. Für **Francisco Mestre**, den Vorsitzenden der **Vereinigung der Schönsten Dörfer Spaniens**, müssten "Unternehmer und Selbständige in diesen Dörfern besser behandelt werden, es müsste eine spezielle Steuergesetzgebung für die Unternehmen geben, die sich hier niederlassen und Arbeitsplätze schaffen".

Weitere Beiträge dazu wären der bessere Vertrieb von lokalen Produkten, mehr Investition in Weiterbildung und Information in wichtigen Bereichen des Unternehmertums sowie Impulse für die Vermarktung und die Optimierung der Internetverbindungen.

Weibliches Unternehmertum

Dieser Trend profitiert von der Diversifizierung der traditionellen Aktivitäten in ländlichen Gegenden, was man zum Teil „den unternehmerischen Möglichkeiten zu verdanken hat, die von Frauen angepackt werden“, so die **Vorsitzende des Landfrauenverbandes (Fademur), Teresa López**.

Tatsächlich bestätigt das **Observatorium für Ländlichen Tourismus** eine starke feminine Präsenz an den Spitzen dieser Unternehmen: 58% der spanischen Landgasthäuser werden von Frauen geführt. Das Observatorium ist eine Initiative für Forschung und Entwicklung, die 2014 von **EscapadaRural.com** mit Unterstützung der **Universität CETT-UB Tourismuscampus** und des Forschungsunternehmens **Netquest** ins Leben gerufen.

Obwohl die Landwirtschaft und Viehzucht immer noch eine Schlüsselbedeutung auf dem Land haben, fangen sie an, den Protagonismus mit Aktivitäten rund um Tourismus und Freizeit zu teilen. Zu diesen Bereichen gehören „zahlreiche Aktivitäten, für die vorhandene Ressourcen genutzt werden und die nachhaltige und umweltfreundliche Alternativen darstellen“, so **Teresa López**.

Bei diesen Aktivitäten spielen die Technologien eine große Rolle, um den Austausch von Erfahrungen und Wissen zwischen der ländlichen Welt und den neuen Generationen zu fördern. ■



unserem Voranschreiten 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



f mygrancanaria
t gctourism
i visitgrancanaria

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

Der Bankrott von Thomas Cook hat zur Expansion bei den anderen Veranstaltern geführt

Die großen Reiseveranstalter erweitern nach den Anpassungen des Marktes ihr Angebot in Spanien

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Der Zusammenbruch von Thomas Cook hat den anderen deutschen Reiseveranstaltern die Möglichkeit eröffnet, ihre Portfolien zu erweitern; gleichzeitig haben die meisten ihre Flugkapazitäten entsprechend der Programme für 2020 vergrößert.

TUI Deutschland

Das Jahr beginnt mit guten Nachrichten für Spanien von Seiten der **TUI Deutschland**. Wie ein Sprecher der Gruppe gegenüber Hosteltur mitteilte, hat der Reiseveranstalter sein Angebot erweitert und wird in diesem Sommer „das größte Portfolio aller Zeiten“ anbieten. Die Sommersaison begann mit einem Anstieg der Buchungen für das Unternehmen, das erklärt, man könne bereits jetzt erkennen, dass die Nachfrage nach spanischen Destinationen, insbesondere Mallorca, im Vergleich zum letzten Jahr gestiegen sei. „Wir haben große Nachfrage für alle spanischen Reiseziele. Im Moment gibt es bedeutende Zuwächse für die Balearen, Kanaren, Jerez und Madrid“.

Für den Sommer 2020 plant TUI Deutsch-

land generell ein starkes Wachstum und rechnet mit 500.000 zusätzlichen deutschen Touristen. Die Quellen der Gruppe berichten, anlässlich des Bankrotts von **Thomas Cook** habe TUI neue Exklusivverträge abgeschlossen bzw. Kapazitäten in mehr als 150 Hotels erweitert, die zuvor Partner des großen Rivalen waren. Insbesondere in Spanien hat jetzt **TUI Blue**, die Lifestyle-Hotelmarke der Gruppe, ein erheblich erweitertes Angebot an Urlaubshotels, die auf Lifestyle und Erlebnisse ausgerichtet sind. Bei der Gruppe stellt man fest, dass „Mallorca immer noch die beliebteste Insel der Deutschen ist“, TUI bietet hier mehr als 400 Hotels an. Das Unternehmen hat sein Portfolio vor allem rund um Palma erweitert und zwei Hotels des gehobenen Segments

der Kette **Pabisa Hoteles** aufgenommen, die TUI ganz exklusiv anbietet: das Pabisa Bali Park mit 4,5 Sternen, das im März 2020 eröffnet werden soll; und das Aubamar Suites & Spa by Pabisa mit 5 Sternen und Eröffnung im Juni.

Auf Mallorca wird es vier und auf Menorca ein TUI Blue Hotel geben. Das TUI Blue Alcudia Pins ist neu für Familien und hat direkten Zugang zum Strand und eine Badelandschaft mit vier verschiedenen Pools. Im Sommer 2020 wird es sechs TUI Blue Houses auf den Kanaren geben, nämlich drei auf Gran Canaria, zwei auf Lanzarote und eines auf Fuerteventura. Auch das TUI Kids Club Maspalomas Princess ist neu auf Gran Canaria und steht in Campo Internacional nahe des Strandes von Maspalomas. Das Familienhotel mit deutschsprachiger Kinderbetreuung wurde im letzten Sommer umfassend renoviert und bietet Pools mit Wasserrutschen für Kinder.

TUI expandiert außerdem auf dem spanischen Festland im Städtesegment, insbesondere in Städten wie Madrid und Sevilla. Dabei ist besonders das neue **Riu Plaza España** in Madrid zu erwähnen, das erste Stadthotel der Marke Riu Plaza in Spanien und das erste der Kette in Madrid. Der deutsche Veranstalter verweist als Attraktionen auf die eindrucksvolle Sky Bar, die Dachterrasse im 26. Stockwerk, von der aus man einen herrlichen Rundumblick auf ganz Madrid hat, und die Brücke mit Glasboden auf der Dachterrasse.

Eine weitere Neuheit im Programm ist das TUI Suneo Costa Brava. Das Hotel befindet sich in Lloret del Mar und bietet All Inclusive in seinem Restaurant und in der vielseitigen Poollandschaft, die auch einen großen Kinderbereich hat.

Auch die Abteilung Tours und Aktivitäten wird im Sommer im TUI-Programm ausgebaut, vor allem auf dem spanischen Festland. Neu sind die **TUI Tours Rundreisen**, bei denen die Gäste von einem deutschsprachigen Führer begleitet werden und die bereits für kleine Gruppen ab zwei Personen durchgeführt werden. So erforscht man zum Beispiel mit den **TUI Tours Barcelona und Katalonien** die Re-



TUI hat für diesen Sommer ihre wichtigste Eigenmarke in Spanien gestärkt. Im Bild das TUI Blue Suite Princess auf Gran Canaria.

„
Die TUI hat bis zu 150 Hotels, die zuvor exklusiv bei Thomas Cook buchbar waren, in ihr Programm aufgenommen und erweitert ihr Angebot in Spanien mit der Marke TUI Blue

gion Montsant im Landesinneren Kataloniens per Fahrrad. Dabei besuchen die Gäste unter anderem ein Familienweingut und können dort Wein und Olivenöl verkosten.

DER Touristik

DER Touristik Deutschland meldet ebenfalls eine erhebliche Vergrößerung des Hotelportfolios auf den Balearen für den Sommer 2020, denn man habe 90 zusätzliche Häuser ins Programm genommen. Auf den Kanaren gibt es für die Saison 2019-20 insgesamt 41 neue Hotels im Programm.

Dazu gehören zum Beispiel das Esencia de Fuerteventura am Strand von Esquizo, das nur exklusiv bei DER Touristik gebucht werden kann; das Fuerteventura Princess am gleichen Strand, das über **ITS, Jahn Reisen** und **Dertour** gebucht werden kann; der Club Maspalomas Suites & Spa auf Gran Canaria, buchbar bei Dertour und Jahn Reisen; oder das Hotel La Palma Jardín auf La Palma, zu buchen bei Jahn Reisen. Sie gehören alle der gehobenen Mittelklasse an.

FTI Group

Bei der **FTI Group** macht sich die Bedeu-

tung Spaniens in diesem Jahr vor allem an der Steigerung der Flugkapazitäten für die Kanaren bemerkbar, die im Februar 2020 in Kraft getreten ist. An sieben Tagen pro Woche können Gäste von Düsseldorf, Frankfurt, Leipzig/Halle und München aus mit **Holiday Europe** nach Fuerteventura fliegen.

Der Reiseveranstalter erklärt, dass man an den Komfort der Gäste gedacht habe, daher starten die Flüge morgens zu angemessenen Zeiten, die Flugdauer beträgt zwischen vier und fünf Stunden. Zusätzlich zu den Pauschalpaketen, die das Unternehmen im Zusammenhang mit diesen Flügen anbietet, bekommen alle Gäste im **Labranda Hotel & Resort** und **Lemon & Soul Hotel** einen Extraservice: sie werden mit einem Erfrischungsgetränk begrüßt und haben direkten und exklusiven Transfer in ihr Hotel. Das Unternehmen gibt auf der ITB 2020 weitere Details über ihr Spanienprogramm für den Sommer bekannt.

Die Hotelkette **MP Hotels** der Gruppe hat sich in weniger als fünf Jahren als Hotelkette Nummer eins auf den Kanaren konsolidiert. Das gilt sowohl für die Zahl der Häuser –mehr als 30, das sind rund 38% aller 70 Hotels der Kette–; als auch für die Investition, denn bis 2022 sollen 194

„
Alltours rechnet damit, im Sommer 2020 erstmals in seiner Geschichte eine Million Gäste nach Spanien zu bringen“

Millionen Euro investiert werden. Davon fließen 120 Millionen in das künftige Eco Resort auf Fuerteventura, das das größte seiner Art in Europa werden soll.

Schauinsland Reisen

Auch **Schauinsland Reisen** stärkt 2020 seine Präsenz auf den Kanaren, die aufgrund der ganzjährigen Nachfrage eines der wichtigsten Reiseziele für das Unternehmen sind, wie ein Sprecher mitteilt. So steigert man zum Beispiel auf Fuerteventura in dieser Saison die Bettenkapazitäten von zuvor 45.000 auf rund 100.000 Betten und erwartet doppelt so viele Gäste wie im letzten Jahr.

Der unabhängige Reiseveranstalter erfreut sich nach den Turbulenzen rund um den Bankrott von Thomas Cook großer Beliebtheit. Das ist „ein klarer Beweis, dass es sich lohnt, ausgeglichene und seriöse Beziehungen mit den Unternehmenspartnern aufzubauen und sich eine hohe wirtschaftliche Solidität zu verschaffen“.

Auf den Kanaren hat Schauinsland Reisen neben den eigenen Hotels R2 Río Calma und R2 Maryvent Beach auch andere Häuser exklusiv für Deutschland unter Vertrag genommen. Das sind zum Beispiel das MUR Faro Jandía & Spa oder das Sen-



Schauinsland-Reisen hat die höchste Zertifizierung für seine Solvenz erhalten, die von der Creditreform AG ausgestellt wird.

tido Buganvilla Hotel & Spa. Außerdem stärkt das Unternehmen seine enge Zusammenarbeit mit Partnern auf den Inseln wie zum Beispiel **Lopesan Hotels & Resorts**. Hier nimmt es das Aora Buenaventura by Lopesan Hotels ins Programm, um sich verstärkt dem jungen Publikum zuzuwenden.

Auf Mallorca nimmt der Reiseveranstalter das Morlans Suites neu ins Programm. Es handelt sich um das ehemalige Hotel Promenade in Paguera, das nach einer Komplettrenovierung jetzt von **Morlans Hotels** geführt wird. Auch die Hotels Gran Bahía und Trendhotel Alcudia hat Schauinsland Reisen exklusiv für den deutschen Markt unter Vertrag genommen. Nach dem Bankrott von Thomas Cook übernimmt Schauinsland Reisen als einziger Veranstalter unter anderem die kleinen Hotels Maria Eugenia, Vista Sol und Quijote Park. Auch das Iberostar Cristina kann man direkt bei diesem Veranstalter buchen.

Auch für Andalusien wurden Hotel- und Flugkapazitäten ausgeweitet. Schauinsland Reisen hat sich Plätze auf täglichen Flügen der **Lufthansa** von Frankfurt und München nach Málaga gesichert, zum Teil

„
Schauinsland-Reisen wächst auf Mallorca und den Kanaren mit Eigenmarken und gemeinsam mit Hotelpartnern wie Lopesan oder Iberostar“

finden die Flüge in der Hauptsaison sogar zweimal täglich statt. Bei den Hotels kommen zum Beispiel das **Ikos Andalucía** mit 5 Sternen oder das **Smy Costa del Sol** mit 4 Sternen neu dazu. Das **Iberostar Málaga Playa** mit 4 Sternen ist zwar nicht neu im Programm, wird aber ab dem Sommer das Kinderunterhaltungsprogramm des Reiseveranstalters anbieten.

Alltours

Alltours rechnet damit, in diesem Sommer erstmals mehr als eine Million Gäste nach Spanien zu bringen. Das wichtigste Einzelreiseziel ist für das Unternehmen Mallorca, wohin es im Sommer 100.000 Gäste mehr schicken will. Auf der Baleareninsel bietet Alltours alle Urlaubsorte an, insbesondere die bei den deutschen Gästen beliebten, hat aber auch Angebote für Individualisten im Programm.

Für die Osterferien bietet der Veranstalter exklusive Charterflüge mit **Eurowings** auf die Insel, die am 5., 18. und 19. April von Köln/Bonn aus starten.

Alltours ist mit dem bislang größten Produktangebot in die Buchungssaison für den Sommer 2020 gestartet. Bereits mit Erscheinen der Sommerkataloge im September hatte der Reiseveranstalter über 20.000 Hotels –im Vorjahr waren es 15.000– und damit weltweit 30 Prozent mehr Hotels als im Sommer 2019 im Programm. Darin sind auch deutlich mehr von alltours exklusiv angebotene Hotels enthalten. Zudem hat alltours die Zusammenarbeit mit den großen Hotelketten Iberostar, Grecotel, H10 etc. ausgebaut, zu denen der Veranstalter bislang nur sehr eingeschränkter Zugang hatte. Nach dem Konkurs von Thomas Cook hat alltours die Kooperation mit diesen Hotelketten noch einmal erweitert, so dass es hier keine Angebotslücken mehr gibt. Darüber hinaus hat alltours über 90 Prozent der Exklusivhotels von Thomas Cook in sein Programm aufgenommen, einige davon sogar als alltours Exklusivprodukte für den Sommer 2020. Der Veranstalter hat auch seine Kontingente in den mit Thomas Cook überschrittenen Hotels erweitert. ■



FTI wird seine Gäste in den Labranda Hotels & Resorts in dieser Saison mit neuen exklusiven Dienstleistungen überraschen. Foto: Labranda El Dorado in Puerto del Carmen.

Eine etwas andere Art, das Reiseziel zu entdecken

Aktivtourismus – eine sichere Option für alle, die sich in der Natur bewegen wollen

Der Aktivtourismus wird bei den Reisenden immer beliebter, entweder als Reisegrund an sich oder aber als Ergänzung anderer Aktivitäten im Urlaub. Spanien hat eine schier unendliche Auswahl an Möglichkeiten, um Aktivitäten unter freiem Himmel an Land, auf dem Meer oder in der Luft zu betreiben.

„
Klettersteige,
also vertikale
Sportrouten
mit Sicherheits-
elementen,
werden von Tag
zu Tag beliebter

Der Aktivtourismus gewinnt in Spanien an Gewicht und führt zu einem neuen Freizeitmodell, das auf Diversifizierung setzt und gleichzeitig die Beschäftigung und wirtschaftliche Entwicklung in sonst vom Tourismus eher weniger frequentierten Gegenden fördert. Im Land gibt es über 3.500 Unternehmen, die sich mit diesem Segment beschäftigen; sie setzen insgesamt knapp 287 Millionen Euro um und haben im Schnitt zwischen 8 und 10 Angestellte. Das geht aus den Zahlen hervor, die der Vorsitzende der **Spanischen Vereinigung für Aktivtourismus (ANETA)**, **Oscar Santos**, bekannt gegeben hat.

Als neuen Reisetrend beobachtet man eine stärkere Einbindung der Reisenden in die Umwelt und die lokalen Gemeinschaften. In diesem Sinne ist der Aktivtourismus eine Alternative, die unter anderem zum Schutz und Erhalt der Umwelt und zur Dynamisierung und Entwicklung von Infrastrukturen in gewissen Enklaven beiträgt.

Spanien bietet Erlebnisse, die sowohl in ihrer Art als auch wegen der Orte, an denen sie stattfinden, einmalig sind. Für die abenteuerlichsten Reisenden bieten sich Klettern, Canyoning, Bungee Jumping, Fallschirmspringen, Kajak, Surfen, Windsurfen und viele weitere Unternehmungen an. Für die entspannteren Momente gibt es Spazier-, Rad- oder Reitrouen durch landschaftlich schöne Gegenden oder einzigartige Orte für leidenschaftliche Sternegucker.

Sportliche Betätigungen

Was Sport in den Städten angeht, ist Spanien international anerkannt für seine Marathons. In diesem Bereich herausragende Städte sind Madrid, Sevilla – beide mit Gold-Etikette von World Athletics, der weltweiten Organisation für Leichtathletik-, Valencia – mit Silber-Etikette seit diesem Jahr-, Barcelona – die dieses Jahr Silber bekommt-, San Sebastián und Castellón – die seit Februar die Bronze-Etikette hat.

Valencia steht an der Spitze dieser Gruppe, was die Zahl der Besucher und der Anmeldungen angeht. Der beliebte Marathon der Stadt wird im kommenden Dezember zum 40. Mal ausgetragen. Ihre neue Auszeichnung, die höher als die Gold-Etikette angesehen wird, setzt die Stadt gleich mit den weltweit besten Lauf-Städten wie Tokio, London, Boston, Berlin, Chicago und New York.

In den Bergen

Für alle, die den Schnee lieben, hat Spanien über 35 modern ausgestattete Skistationen. Die Berge bieten sich aber auch zum Wandern an oder, um die Widerstandsfähigkeit auf die Probe zu stellen, sei es zu Fuß oder auf dem Fahrrad.

Diese Branche ist in einem ständigen Prozess der Anpassung an die Nachfrage begriffen, die qualifiziertere und unvergessliche Erlebnisse sucht. In dieser Richtung sind immer mehr neue Alternativen aufgetaucht. Eine davon, die immer mehr zieht, sind die Klettersteige: vertikale Sportrouten mit Sicherheitselementen wie Stufen, Rampen, Handgriffen oder Seilen, um Wände oder Bergmassive erklimmen zu können.

Sie sind eine interessante Option für alle, die das Reiseziel auf eine andere Art entdecken wollen. Zu den bekanntesten Klettersteigen Spaniens gehören die von Sobrón

(Álava), San Feliu de Guíxols (Girona), El Chorro (Málaga), Barranco de Berriel (Gran Canaria) oder Valdeón (León).

Wer sich gerne in luftiger Höhe bewegt, kann das auch auf dem Caminito del Rey in der Provinz Málaga, tun, einem der 'schönsten Wege Spaniens'. Es handelt sich um einen hoch gelegenen, drei Kilometer langen und kaum einen Meter breiten Weg, der zwischen den Wänden der Gaitanes-Schlucht gebaut. Eine der bekanntesten Stellen ist die Hängebrücke in 105 Metern Höhe.

Mehr als Sonne und Strand

Alle spanischen Regionen haben ein großes Angebot in diesem Bereich, auch die Inseln, die ansonsten sehr stark mit dem Bade-tourismus in Verbindung gebracht werden. Allein auf den Kanaren sind mehr als 700 Unternehmen im Bereich Aktivtourismus registriert, die unvergessliche Erlebnisse im Kontakt mit der Natur, aber auch mit der lokalen Gastronomie, Kultur und Geschichte bieten.

Auch auf den Balearen gibt es schöne Routen, um die spektakulären Landschaften zu durchwandern, ebenso wie hochwertige Sportanlagen und ein dichtes Netz an Nebenstraßen, die dazu einladen, sich sportlich zu betätigen und dabei neue Orte kennen zu lernen. ■



Der Aktivtourismus trägt zum Schutz der Umwelt und zur Dynamisierung der Wirtschaft in bestimmten Gegenden bei.

AND

Die Region budgetiert Investitionen in Höhe von einer Million Euro für diesen Markt

Andalusien will wieder eine Hauptrolle für den deutschen Markt spielen

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Eine der Prioritäten der Region Andalusien für das Jahr 2020 ist es, ihre Position im deutschen Quellenmarkt zu festigen und ihre Reize für diese im Süden Spaniens sehr begehrten Besucher aufzufrischen. Daher investiert sie im Lauf des Jahres eine Million Euro in die Werbung in Deutschland, wobei besonderes Augenmerk darauf gelegt wird, das Angebot in den Bereichen Kultur, Sprachreisen, MICE, Städtereisen und vielen anderen darzustellen.

Andalusien schloss das Jahr 2019 als bisher bestes Tourismusjahr mit 32,5 Millionen Besucher ab, 6,1 mehr als im Vorjahr. Mit dem Zuwachs wurden die Erwartungen vom Jahresbeginn verdoppelt. 12 Millionen Besucher waren ausländische Touristen, 3,41% mehr als im Vorjahr und erheblich mehr als der spanienweite durchschnittliche Zuwachs von 1%. Es war also ein sehr erfolgreiches Jahr und die Region hat sich vorgenommen, diese starke Position in allen Quellenmärkten aus-

zubauen, vor allem in so wichtigen Märkten wie dem deutschen. Das Staatliche Unternehmen für Tourismus- und Sportmanagement in Andalusien, das dem Ministerium für Tourismus, Regenerierung, Justiz und Lokale Verwaltung der Regierung von Andalusien angehört, bemerkte gegenüber Hosteltur: „Der deutsche Markt hat eine weltweite Führungsposition als Quellenmarkt für Auslandsreisen und ist selbstverständlich auch für Andalusien ein Markt von ausschlaggebender Bedeutung“.

Konkret hat sich Deutschland in Andalusien als zweiter internationaler Quellenmarkt etabliert, was die Zahl der Besucher angeht. Dennoch sind „die Aktionen in Deutschland im Jahr 2020 aufgrund der aktuellen Lage dieses Marktes und seiner Trendwende in traditionellen Destinationen von besonderer Bedeutung“. Andalusien wird in Deutschland einen Aktionsplan durchführen, der aus einer ganzen Reihe von Marketingtools besteht, um für die Destination Andalusien generell und die einzelnen Ge-

biete und Segmente insbesondere zu werben. Geplant sind rund 40 Aktionen verschiedener Arten im Rahmen des Tourismusmarketings. Unter anderem nimmt Andalusien in diesem Jahr an Tourismussmessen in wichtigen Städten wie Berlin, Düsseldorf, München und Frankfurt teil. Darüber hinaus wird es Aktionen direkt für Endkunden sowie Handels-

reaktionen in verschiedenen Medien durchgeführt, um so viele Berührungspunkte wie möglich mit dem potentiellen deutschen Kunden zu finden; auch digitale Aktionen und neue Inhalte in deutscher Sprache auf der Website www.andalucia.org sind geplant. Die Gesamtheit der Aktionen fokussiert sich einerseits auf Aktionen für Branding und Verbreitung der Marke,

Kulturkarte

Die Kultur ist einer der größten Reize Andalusiens. Die Statistik zeigt, dass mehr als 10,5% aller Besucher der Region im letzten Jahr wegen ihrer Kultur, Geschichte und Kunsterbe nach Andalusien kamen. Aus diesem Grund hat man die neue Tourismus- und Kulturkarte Andalusien geschaffen, die Ende Januar präsentiert wurde und



Der Städte- und Kulturtourismus ist einer der großen Trümpfe Andalusiens. Im Bild die zentrale Larios Straße in der Hauptstadt Málaga. Foto: Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Die Aktionen in Deutschland im Jahr 2020 sind aufgrund der aktuellen Lage dieses Marktes und seiner Trendwende in traditionellen Destinationen von besonderer Bedeutung

reisen geben, mit denen man die touristischen Vermittler in Deutschland ansprechen will. Außerdem sollen Vertreter der Region an Kongressen wichtiger deutscher Verbände und Tourismusmanagementgruppen teilnehmen und man will gemeinsame Marketing-Abkommen mit touristischen Vermittlern und Transportunternehmen abschließen. Gleichzeitig sollen Verantwortliche deutscher Firmen an Kennenlernreisen in die Region und an den Marketing-Börsen, die in Andalusien im Laufe des Jahres 2020 stattfinden sollen, teilnehmen.

Um den Endkunden direkt anzusprechen, werden Kommunikationskampagnen in Verbindung mit Wer-

andererseits auf Initiativen zur Bewerbung spezifischer Segmente wie Kultur, Badetourismus, City Breaks, Sprachtourismus, Caravanning, Natur- und Inlandstourismus, MICE, Gastronomie, Städtetourismus etc. Auf diese Weise wird Andalusien im Laufe des Jahres 2020 knapp eine Million Euro in Werbung speziell auf dem deutschen Markt investieren.

In diesem Zusammenhang ist die ITB einer der Meilensteine für die Bekanntmachung der Destination Andalusien in Deutschland. Eine Messe, „an der Andalusien mit dem Ehrgeiz teilnimmt, wieder eine Hauptrolle in unserem zweitstärksten internationalen Quellenmarkt zu spielen“.

die den Inhabern Zugang zu Information und Angeboten des Netzwerkes der Kulturräume und des Netzwerkes der Museen Andalusiens bieten wird. Insgesamt umfassen diese Organisationen 58 Zentren und Orte in den acht Provinzen Andalusiens.

Die Ministerien für Tourismus, Kultur und Geschichtliches Erbe arbeiten daran, die Karte um neue Vorteile zu bereichern, etwa Rabatte bei den Eintrittspreisen oder kostenlosen Eintritt in gewisse Anlagen. Dies kann in Kraft treten, sobald das neue Gesetz für öffentliche Eintrittspreise in Museen und Archäologischen Stätten in Andalusien verabschiedet ist, das aktuell mit dem Ministerium für Finanzen, Industrie und Energie ausgefeilt wird. ■

COM

Eine neue Marke soll Profis und Amateure anziehen

Die Region Valencia setzt auf den Sport als Tourismusmagnet

Neben Küsten und Stränden sind auch Kultur und Gastronomie Teil der Identität des Tourismusangebotes der Region Valencia. In den letzten Jahren ist die Region zudem zu einer internationalen Größe für bestimmte Sportarten geworden. Daher haben die Tourismusbehörden beschlossen, auf den Sport zu setzen und mit Hilfe dieser Strategie mehr Besucher in die Region zu holen. Zu diesem Zweck hat man die Marke ‚Region des Sports‘ geschaffen.

Im Jahr 2019 reisten 9,5 Millionen ausländische Touristen in die Region Valencia, wie aus den offiziellen Statistiken hervorgeht; das waren 3,9% mehr als im Vorjahr. Deutschland ist einer der wichtigsten Quellenmärkte für die Region, der im letzten Jahr einen Zuwachs von 8,8% auf 605.661 Reisende erfuhr, während die Zahl der deutschen Besucher spanienweit um 7,4% zurückging. Die Besucher aus Deutschland gaben 580 Millionen Euro aus, 11,6% mehr als noch 2018.

Diese Zahlen belegen die Bedeutung des deutschen Marktes in der Region Valencia und bewegen die Behörden dazu, weiter zu arbeiten, damit noch mehr Besucher aus Deutschland kommen. Daher ist die Region auf der ITB, um ein Angebot zu präsentieren,



Paella und Reis in allen Varianten sind international bekannte Gerichte.

dessen Protagonistin die Küste von 632 Kilometern Länge und mit spektakulären Stränden ist; sie teilt sich allerdings die Hauptrolle mit einem reichen, Jahrhunderte alten Kulturerbe; und den zahllosen originellen Feste der Städte und Gemeinden.

Im letzten Jahr erklärte die Regionalregierung 55 Fiestas zu Ereignissen von Touristischem Interesse, eine Auszeichnung für Feste, die aus touristischer Sicht interessant sind und die Kultur und Volksbräuche aufwerten. Auf der anderen Seite wird im Bereich der Freizeitgestaltung in diesem Jahr dem Sporttourismus besondere Bedeutung beigemessen.

Destination für Läufer

Die Stadt Valencia hat international

bei den Anhängern des Marathon-Laufens an Bedeutung gewonnen. Jedes Jahr kommen Tausende von Läufern aus der ganzen Welt, um am Marathon der Stadt, einem der Läufe mit den meisten Sportlern in ganz Spanien, teilzunehmen. Im letzten Jahr waren 10.000 der insgesamt 25.000 Teilnehmer Ausländer aus 101 Ländern. Am Wochenende der Veranstaltung wurden in der Stadt 125.000 Übernachtungen gezählt.

Im Bewusstsein, dass dieser Marathon, der in diesem Jahr sein 40jähriges Jubiläum feiert, die Region international in den Blickpunkt rückt, haben sich die Tourismusbehörden vorgenommen, den Sport zu einem der touristischen Hauptanreize der Region zu machen.

Aus dem Grund haben sie die Marke ‚Region des Sports‘ geschaffen, eine gemeinsame Initiative der Regierung Valencias und der Stiftung Trinidad Alfonso, mit der man Wettkämpfe, Turniere, Konzentrationen und Sportveranstaltungen in die Region holen will. Allein in diesem Jahr sind 150 Veranstaltungen geplant, unter anderem die Rugby-Weltmeisterschaft Sub20, die im September in Villajoyosa in der Provinz Alicante stattfindet.

Der Ministerpräsident Valencias, Ximo Puig, betont, dies sei „eine ganz besondere Möglichkeit, neue und große Sportveranstaltungen in die Region zu holen, mit deren Hilfe Arbeitsplätze geschaffen werden“.

Die Provinzregierung von Castellón will die Gemeinden der Provinz zu Reisezielen für den Radsport machen, die alle Erwartungen der Radsportler erfüllen sollen. So ist das Projekt ‚Castellón, Destination für Radsportler‘ entstanden, ein Produktclub, der verschiedene Segmente umfasst: Straßensport, Mountainbike, Radtourismus, Familiensport und Handbike.

Wie die Vorsitzende des Tourismuspatronats der Region, Virginia Martí, feststellt: „Der Radtourismus ist eine attraktive Form des Familientourismus“, darüber hinaus sei eines der Ziele der neuen Marke, Sportvereine und -grup-

“

Die Region führt die touristische Marke ‚Region des Sports‘ ein, mit deren Hilfe man hofft, Wettkämpfe, Turniere, Konzentrationen, Sportveranstaltungen und deren Anhänger an Land zu ziehen

pen in die Provinz Castellón zu holen, um ihre Saisonvorbereitung oder Trainingslager zu organisieren.

Städtetourismus

In der Stadt Valencia findet in diesem Jahr erstmals das Festival für Kunst und Gastronomie Fest/n, statt, eine Initiative, in der Gastronomie und Kultur zusammengebracht werden. Wie ihre Initiatoren sagen, fasst diese Marke „die sieben Linien zusammen, aus denen unsere Tourismusstrategie besteht: Gastronomie, Natur, Erlebnisse, Kongresse, Wohlbefinden, Fiestas und Sport“.

Andererseits hat der Marketingorganismus Visit Valencia ein Programm mit Routen durch beispielhafte Geschäfte und Läden herausgebracht, denn die Shoppingmöglichkeiten gewinnen immer mehr Bedeutung bei der Wahl des Reiseziels. Außerdem befindet sich der Shoppingtourismus bereits an dritter Stelle der Besucher, die am meisten in der Stadt ausgeben. Das Programm Valencia Shopping soll dazu beitragen, das Einkaufsangebot der Stadt zu dynamisieren und damit einen Mehrwert für die Stadt als Reiseziel und eine bereichernde Erfahrung für die Besucher zu schaffen. Gleichzeitig soll eine Plattform für die Produkte „Made in Valencia“ und den valencienschen Handel geschaffen werden.

„Der lokale Handel trägt, ebenso wie Gastronomie und Kultur, zu einer positiven Wahrnehmung Valencias von Seiten der Touristen bei und verhilft ihm dazu, unsere Stadt von ihrer besten Seite zu erleben“, so Visit Valencia.

Valencia hat auch die Marke ‚Valencia Unique‘ als Stadt der einmaligen Erlebnisse geschaffen, unter deren Dach sich Angebote rund um Shopping, Wellness, Sport, Kultur, Freizeit, Gastronomie und für Familien mit Kindern zusammenfinden. Alles ist auf der Website ‚uniquevalencia.com‘ dargestellt, wo sich nach und nach alle heimischen Angebote einfinden werden, die es den Besuchern ermöglichen werden, in die Stadt einzutauchen. Ziel ist es, die Erlebnisse zu Gefühlen zu machen. ■

KAT

Deutschland ist einer der sechs wichtigsten Märkte für die Region

Katalonien will 2020 mit dem Sporttourismus internationale Bedeutung erlangen

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

Katalonien war im Jahr 2019 die spanische autonome Region mit den meisten internationalen Touristen, nämlich 19,4 Millionen – das waren 23,1% aller ausländischen Besucher Spaniens. Einer der sechs wichtigsten Märkte für die Region ist Deutschland. „Es ist das vierte Land mit den meisten Besuchern und liegt mit 7,4% hinter Frankreich, Großbritannien und den USA, die gleiche Reihenfolge gilt auch bei den Ausgaben der Touristen“, heißt es bei der katalanischen Tourismusagentur ACT. In diesem Jahr wird der Sporttourismus der Star des Tourismusangebots sein.

Die ACT erklärt, dass Katalonien das Jahr 2020 zum Jahr des Sporttourismus erklärt hat, da in diesem Jahr die Olympiade in Tokio stattfindet und man außerdem die Kandidatur der Region Pyrenäen-Barcelona für die Olympischen Spiele 2030 im Blick habe. Das thematische Jahr wird als Möglichkeit angesehen, sich als internationales Beispiel für den Sporttourismus zu positionieren.

„In diesem Sinne arbeiten wir daran, den Sport als besonderes Merkmal der Tourismusmarke Katalonien zu fördern und unsere Destination mit den Werten des Sports zu assoziieren – Gleichheit, Gemeinschaft,

Barrierefreiheit, Innovation und gesunde Lebensweise“.

Bei der Agentur ist man der Überzeugung, dass die Qualität des touristischen Angebotes und die ausgezeichneten Sportanlagen in Verbindung mit dem Klima und der Landschaft Katalonien zu einem idealen Reiseziel für Sportler machen. „Daher werden wir verstärkt versuchen, Trainings Camps und Sportevents zu vermarkten und in die Region zu holen“.

Dieses Ziel wird von einer Werbekampagne unterstützt, für die man die katalanische Medaillengewinnerin im Synchronschwimmen, Ona Carbonell, sowie internationale



Katalonien startet die Grand Tour de Catalunya, eine neue Route, um die Region kennenzulernen, die alle möglichen Erlebnisse bereithält.



Rupit, ein malerisches Dorf im Landesinneren der Provinz Barcelona (Foto: Agencia Catalana de Turismo).

Influencer in den Bereichen Sport und Lifestyle aus Deutschland wie Claudia Beitsch und Sören Aulbach gewinnen konnte.

Zu Ende dieses Jahres soll die Grand Tour de Catalunya ins Leben gerufen werden, ein neues touristisches Produkt, um die Destination kennen zu lernen und dabei neue Erfahrungen rund um Kultur, Gastronomie und Wein sowie Aktivtourismus kennen zu lernen. Die Route ist speziell dafür gedacht, Katalonien zu sehen, zu erleben, zu durchlaufen, zu entdecken und zu schmecken.

Ein weiteres wichtiges Produkt, das Katalonien weiterhin für den deutschen Markt anbietet, ist MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions). Rund 12,2% aller deutschen Besucher kommen aus geschäftlichen Gründen nach Katalonien. Neben der Stadt Barcelona, die bereits als Kongress- und Eventreiseziel konsolidiert ist, will man auch andere Städte in der Region bewerben, die entsprechende Einrichtungen besitzen.

Strategischer Markt

Die ATC bezeichnet den deutschen Tourismus wegen seiner hohen Kaufkraft als strategisch wichtig.



Katalonien will sich im Olympiajahr 2020 mit Hilfe thematischer Tourismusprodukte als internationales Beispiel für den Sporttourismus positionieren

Etwa 19% der deutschen Besucher in Katalonien haben ein Nettoeinkommen von mehr als 4.000€, 32% verdienen zwischen 3.000 und 4.000€. Das führe dazu, dass die Besucher mehr am Urlaubsort ausgeben und es sich um einen hochwertigeren Tourismus handele.

Ein weiterer Faktor, der für den Besuch der deutschen Touristen spricht, ist die Tatsache, dass es aus den meisten deutschen Großstädten Direktflüge nach Katalonien gibt; allein Barcelona hat in der Hochsaison rund 300 Flüge pro Woche nach Deutschland. Tatsächlich kommen 85,2% der deutschen Besucher mit dem Flugzeug an, 12,9% in Autos oder Wohnwagen, was es ihnen er-

möglicht, die Küste und die Berge zu besuchen. Dies passt wiederum zur Dezentralisierungsstrategie der ACT.

Positive Entwicklung

Die Entwicklung des deutschen Tourismus in Katalonien im Jahr 2019 war positiv, er stieg nach einem leichten Rückgang im Vorjahr wieder um 1,4% an. Konkret besuchten im letzten Jahr 1,4 Millionen Deutsche die Region und gaben dabei über 1,23 Milliarden Euro aus, 2,7% mehr als 2018.

Die Ausgaben pro Person sind gestiegen, dieser positive Trend hält an: 2019 gaben die deutschen Touristen in Katalonien im Schnitt 863,10 € pro Kopf aus, 1,3% mehr als im Vorjahr. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag lagen bei 141€, 2,7% mehr als 2018 und 69,7% mehr als noch 2010.

Aussichten für 2020

Wie verschiedene Umfragen zeigen, sind 7% der befragten Deutschen fest entschlossen, in den nächsten fünf Jahren nach Katalonien zu reisen, 49% ziehen es in Erwägung. 74% aller deutschen Touristen, die Katalonien zwischen 2016 und 2018 besuchten, schließen es nicht aus, in den nächsten drei Jahren Spanien, darunter Katalonien, wieder zu besuchen.

Während sich in der Vergangenheit die Besucherströme vor allem auf Bade- und Städtetourismus konzentrierten, weisen die aktuellen Daten darauf hin, dass die Interessen der deutschen Besucher in Zukunft sehr vielseitiger sein und vor allem auf Natur, Kultur, Wandern und Besuche malerischer Dörfer abzielen werden. So rechnet man zum Beispiel damit, dass sich die Nachfrage im Bereich Wandern im Vergleich zu 2018 verdreifachen wird, während fünfmal so viele Menschen Interesse an malerischen Dörfern haben werden. ■



Auch dieses Jahr auf der ITB präsent

Das Marketing der Stadt Madrid konzentriert sich auf das Angebot rund um Barrierefreiheit und das Premium-Segment

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Madrid präsentiert sich in Deutschland mit zwei Hauptachsen seines Tourismusmarketings: Barrierefreiheit und Premium-Tourismus. Die Agentur für **Tourismus der Stadt** ist auch in diesem Jahr auf der ITB präsent, wo sie den Fachleuten der Reisebranche bereits seit zehn Jahren die Hauptattraktionen der Stadt und ihre Neuigkeiten rund um Tourismus, Kultur, Gastronomie, Handel und Freizeit vorstellt.

In diesem Jahr konzentriert Madrid ihre Messepräsenz auf das Angebot in Sachen Barrierefreiheit der Stadt, ein wichtiges Thema für den deutschen Markt.

Die Hauptstadt arbeitet ständig daran, ihr Tourismusangebot für alle Menschen zugänglich zu machen, und hat dafür die **Führer für barrierefreien Tourismus** und **Barrierefreies Madrid in sieben Tagen** herausgegeben. Dazu kommt ein Programm für barrierefreie Besichtigungen, die das **Netzwerk der Servicestellen für Touristische Information und Betreuung (SAIT)** anbietet. Hierbei ist zu betonen, dass das **Tourismuszentrum der Plaza Mayor** führend in Sachen Barrierefreiheit ist und als erstes Stadtbüro für Tourismusinformation in Spanien das Zertifikat für generelle Barrierefreiheit UNE 170001-2 erhalten hat.



Deutschland hat sich als fünfter internationaler Quellenmarkt für Madrid konsolidiert und zweiter für ganz Spanien, was die Ausgaben angeht

Madrid setzt aber auch auf den Premium-Tourismus und bringt auf die Messe die Neuheiten des exklusiven Angebots der Destination. Dazu kommt Neues aus Kultur, Gastronomie, Shopping, Events... Die Hauptstadt vermarktet ihre größten Attraktionen und betont dabei die neuen



Im Bereich Barrierefreiheit verfügt Madrid über fachlich ausgebildete Führer, das Programm speziell angepasster Besichtigungen oder das Netzwerk der Informationsstellen für Touristen.

touristischen Ressourcen in jeder einzelnen Kategorie. Dafür hat die Stadt einen großen thematisch gestalteten Bereich im Stand von Turespaña, wo, wie schon in den letzten Jahren, auch Tourismusunternehmen aus Madrid präsent sind. Sie präsentieren ihre Angebote und suchen Geschäftsmöglichkeiten bei Meetings und Gesprächen mit Reiseveranstaltern und -büros der deutschen Branche. Ziel ist es, die ersten Schritte für künftige Abkommen und Kooperationen zu machen, um den Strom internationaler Besucher in die Hauptstadt zu beleben.

Deutscher Markt

Deutschland hat sich als fünfter internationaler Quellenmarkt für Madrid konsolidiert. Im letzten Jahr reisten 261.271 Deutsche in die spanische Hauptstadt, 1,1% weniger als 2018; jedoch stieg die Zahl der Übernachtungen der deutschen Besucher um 0,76% auf 604.998 an.

Und was die Ausgaben der Touristen angeht, ist Deutschland sogar der zweite Markt für ganz Spanien, der im Jahr 2019 insgesamt 12,22 Milliarden Euro ausgab, das waren 14,1% der gesamten touristischen Ausgaben. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Tag stiegen auf 1.028 bzw. 124 Euro.

Die idealen Flugverbindungen zwischen Deutschland und Madrid fördern den Besucherstrom. Derzeit wird die spanische Hauptstadt von sieben deutschen Städten aus mit 15 Verbindungen angeflogen: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München, Köln und Stuttgart. ■

Initiative der Regionalregierung

“Villas Floridas” in der Region Madrid sollen den Tourismus dezentralisieren

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Die Region Madrid setzt auf ein neues Modell des nachhaltigen, hochwertigen und dezentralisierten Tourismus und nutzt dafür das Projekt **“Villas Floridas” – „Blühende Kleinstädte“**. Dreh- und Angelpunkt dieser Initiative ist es, elf Kleinstädte der Region mit Blumenschmuck zu versehen und zu verschönern, um diese Destinationen mit neuen touristischen Ressourcen auszustatten und ihren Reiz für potentielle Besucher zu steigern. Dieses Modell ist bereits erfolgreich in Frankreich und Deutschland eingeführt worden, wird sich allerdings im Fall der Region Madrid den Eigenarten jeder einzelnen Kleinstadt anpassen, um ihre Werte bestmöglich zu unterstreichen und zu nutzen und ihnen den gewissen Mehrwert zu verleihen, der den Unterschied macht.

Dabei spielen natürlich auch noch andere Aspekte wie die Sauberkeit der Städte, die Pflege und Renovierung von Fassaden oder die Beschriftung von Geschäften und die Straßenmöbel eine Rolle. Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind ebenfalls wichtige Aspekte bei der „Verschönerung“ dieser Kleinstädte.

So wird **“Villas Floridas de Madrid”** zu einem neuen touristischen Produkt, das sich auf die „menschlicheren“ Seiten dieser Kleinstädte konzentriert. Das erfordert die Zusammenarbeit zwischen der Region Madrid, den Stadtverwaltungen, Unternehmen, Branchenvertretern und natürlich der einheimischen Bevölkerung.

Denn dieses neue Projekt der Regio-

nalregierung funktioniert als Instrument der gesellschaftlichen Kohäsion. Die Bewohner der Kleinstädte werden die wahren Protagonisten der Verbesserung ihrer Heimat sein, um sie gemeinsam zu nachhaltigeren und attraktiveren Qualitätsdestinationen zu machen.

Das gemeinsame Ziel ist es also, wettbewerbsfähigere Destinationen zu errichten und damit den Besucherstrom in diese Orte zu steigern. Daher soll **“Villas Floridas de Madrid”** ihnen eine Identität und eine nachhaltige, angenehme, gepflegte, saubere, schöne und gesunde Umgebung verschaffen. Man will nicht nur spanische und internationale Touristen in diese Gemeinden holen, sondern auch die Madrider selber. Alle werden von einem Modell des Zusammenlebens zwischen Einheimischen und Residenten profitieren, das gleichzeitig dank des Tourismus ein Antrieb für die Wiederbelebung der einheimischen Wirtschaft sein wird.

Nicht umsonst entspricht der Geist dieses Projekts dem #compromiso179, einer Initiative des regionalen **Ministeriums für Kultur und Tourismus**, deren oberstes Ziel es ist, allen Madridern Zugang zur Kultur zu verschaffen und die Besucherströme zu diversifizieren und in alle Gemeinden zu lenken, vor allem in die mit weniger als 20.000 Einwohnern mit kulturellen und touristischen Reizen.

Elf Kleinstädte

Die elf Kleinstädte um Madrid sind **Manzanares El Real, Patones, San Martín de Valdeiglesias, Torrelaguna, Villarejo de Salvanés, Buitrago de Lozoya, Chinchón, Colmenar de Oreja, Navalcarnero, Nuevo Baztán und Rascafría**. Es handelt sich um einzigartige Destinationen, die aufgrund des Werts ihres Kulturerbes, der Beibehaltung ihrer ländlichen Echtheit und ihrer touristischen Infrastrukturen herausragen und zu Qualitätsdestinationen werden. ■



Buitrago de Lozoya ist eine der 11 ausgewählten Kleinstädte, zusammen mit Manzanares El Real, Patones, San Martín de Valdeiglesias, Torrelaguna, Villarejo de Salvanés, Chinchón, Colmenar de Oreja, Navalcarnero, Nuevo Baztán und Rascafría.

CLM

Marketingaktionen zeigen die neuen Reize der Region auf

Castilla-La Mancha bringt dem deutschen Markt ihre einmalige Gastronomie nahe

Castilla-La Mancha nimmt als Ko-Aussteller von Turespaña an der ITB 2020 teil. Die Region wird das ganze Jahr über spezielle Aktionen für den deutschen Markt durchführen, darunter einen Fam-Trip zusammen mit der OET Frankfurt und eine Pressereise rund um das Produkt Safran im Monat Oktober.

Die Stiftung Impulsa CLM, die der Regionalregierung von Castilla-La Mancha angehört, betont, dass in Folge eines Fam-Trips im Jahr 2019 mit dem deutschen Reiseveranstalter Gebeco die Städte Cuenca und Sigüenza in die Rundreisen eingebunden wurden. Der Veranstalter hatte jahrelang nur Toledo im Rahmen der Rundreisen besucht und nimmt nun erstmals auch diese beiden Städte in seinen Katalog 2020 auf. Der Safran, mit eigener Herkunftsbezeichnung Azafrán de La Mancha, ist bei den Deutschen sehr beliebt und wurde vor allem dadurch populär, dass die deutsche Gastronomiejournalistin Marion Trutter

„
Die Region diversifiziert ihre Attraktionen für die internationalen Märkte mit neuen Destinationen und der Popularisierung einzigartiger Ressourcen

die Region anlässlich der Fiesta de la Rosa del Azafrán in Consuegra besuchte und das Thema im Buch Culinaria Spain aufgriff. Das Gebiet dieser Herkunftsbezeichnung umfasst die Gebiete der La Mancha in den Provinzen Albacete, Ciudad Real, Cuenca und Toledo.

Die Gastronomie ist heute einer der stärksten Anreize der Region für die internationalen Märkte – gleichauf mit dem Safran, dem Käse und dem Roten Knoblauch aus Las Pedroñeras, neben anderen Produkten. Es handelt sich durchwegs um einzigartige Produkte von großer Qualität und großem Nährwert. Die Region hat einen neuen Strategieplan für den Tourismus 2020-2030 mit einem Budget von 65 Millionen präsentiert. Davon fließen 25 Millionen in die Werbung und 16 Millionen in Beschilderung für den Tourismus; abgesehen von Aktionen rund um Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Verbesserung der touristischen Produkte. ■



Die Herkunftsbezeichnung Safran aus La Mancha ist eines der Markenzeichen der Region. Foto: ©Turismo de Castilla-La Mancha, David Blázquez.

Auch Madrid ist dieses Jahr Iberoamerikanische Hauptstadt der Gastronomie-Kultur

Murcia, spanische Gastronomiehauptstadt 2020

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Murcia, deren Motto „Der Gemüsegarten der 1.001 Geschmäcker“ ist, ist zur **spanischen Gastronomiehauptstadt 2020** ernannt worden. Produkttreue und die bedingungslose Unterstützung des Gastronomietourismus sind ihre Stärken. Darüber hinaus will die Stadt in diesem Jahr ihr kulinarisches Angebot als „Element für die touristische Entwicklung“ stärken und bei den verschiedenen Akteuren, die vom Ursprung der Produkte bis hin zum Moment, wo sie auf den Tisch kommen, intervenieren, für mehr Innovation sorgen.

Tatsächlich beziehen sich die 1.001 Geschmäcker des Mottos auf die Zahl der Aktivitäten, die die Stadt das ganze Jahr über organisieren will. Dazu gehören „kreative, innovative und sehr partizipative Aktionen“, wie die Jury bei der Wahl der Stadt bemerkte.

Es kommt nicht von ungefähr, dass 80% aller Besucher Murcias die Region vor allem wegen der guten Küche wählen und das kulinarische Angebot Murcias als „sehr gut“ bezeichnen.

Für den Ministerpräsidenten der Region Murcia, **Fernando López Miras**, konsolidiert sich die Region dank der Wahl der Stadt „als erstklassiges Reiseziel“, denn auf diese Weise „macht sie sich in Spanien und auf der ganzen Welt einen Namen“.

Der Bürgermeister der Stadt, **José**

Ballesta, lenkt das Augenmerk auf die „Rohstoffe von höchster Qualität“ aus dem Gebiet, das „huerta“ (Gemüsegarten) genannt wird und die ganz charakteristisch für die lokale Gastronomie sind, die jetzt im ganzen Land bekannt werden wird. Beide Behörden präsentierten zusammen die Kandidatur. Miras betonte, dass man weiterhin zusammenarbeiten werde, um „alle möglichen Aktivitäten zu organisieren“, die die lokale Gastronomie aufwerten. Dabei gehe man „immer Hand in Hand mit dem Gaststättengewerbe“ und stärke die „Zusammenarbeit der unterschiedlichen Institutionen“.

Gastronomiestädte im Überblick

Die Vergabe der Auszeichnung



Der berühmte Gemüsegarten Murcias versorgt die Küchen mit frischen Produkten; der touristische Wert der Gastronomie soll in diesem Jahr gestärkt werden.

Spanische Gastronomiehauptstadt hat in diesem Jahr schon zum neunten Mal stattgefunden. Die Initiative entstand 2012, die erste Hauptstadt war **Logroño**, gefolgt von **Burgos** (2013), **Vitoria** (2014), **Cáceres** (2015), **Toledo** (2016), **Huelva** (2017), **León** (2018) und **Almería** (2019).

Die Auszeichnung ist zu einer wichtigen Werbeplattform für die spanische Gastronomie geworden, denn die Stadt oder Region, auf die die Wahl fällt, gilt ein ganzes Jahr lang als das In-Reiseziel und als Muss für den Gastronomietourismus des Landes.

Madrid, Iberoamerikanische Gastronomiehauptstadt

Madrid ist in diesem Jahr die **Iberoamerikanische Hauptstadt der Gastronomiekultur** und löst damit Miami ab. Diese Auszeichnung macht Madrid zum „Epizentrum und besten Schaufenster“ der iberoamerikanischen Gastronomie generell, und der gastronomischen Exzellenz der spanischen Hauptstadt im Besonderen.

Sie stellt außerdem den ersten Entwurf für ein **Gastronomie-Szenario Madrid 2020** da, mit dem man die Stadt als weltweit wichtiges Gastronomiereiseziel fördern will. In den kommenden Monaten wird ein Programm mit allen möglichen Aktivitäten entwickelt, das die „Vielseitigkeit und Multikulturalität“ in allen Bereichen unterstreichen will, die mit der „festen und flüssigen“ Gastronomie zu tun haben. ■

NOR

Ökotourismus, Sport und Gastronomie sind die Trümpfe dieser Regionen

Der Norden Spaniens setzt auf die Verbindung mit der Natur und dem Meer

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Die Regionen im Norden Spaniens konzentrieren ihre Bemühungen vor allem auf die Aufwertung ihres Naturerbes und die Förderung des nachhaltigen Tourismus. So nimmt zum Beispiel Asturien zusammen mit dem Grünen Spanien an der ITB 2020 teil, eine Gruppe, zu der die Regionen Galizien, Asturien, Kantabrien und das Baskenland gehören. Für Asturien bedeutet der deutsche Markt rund 12% des internationalen Tourismus in der Region, die ihre Stellung stärken will. 2020 präsentiert sie daher zwei asturianische Varianten des Jakobsweges: der Küstenweg Camino de la Costa und der Camino Primitivo, der von Oviedo aus startet und als die erste Pilgerroute nach Santiago gilt. Beide Wege wurden 2015 von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt und haben angesichts des Heiligen Jahres 2021 in diesem Jahr besondere Bedeutung.

Darüber hinaus setzt das Prinzipat auf den Ökotourismus als Modell des Naturparadieses, denn Asturien die besterhaltene Küste Spaniens und sieben Gebiete, die von der UNESCO zu Biosphärenreservaten erklärt wurden und insgesamt 25% der Fläche der Region bedecken. Dazu kommt in diesem Jahr die Organisation des "I Asturias Paraíso Natural International Cheese Festival", in dessen Rahmen die 33. "World Cheese Awards" ausgetragen werden, die zuvor im italienischen Bergamo stattgefunden haben. Die



Das Produkt 'Gijón Aktiv' umfasst spannende Aktivitäten rund ums Meer und das Surfen, die die Stadt bietet.

Wahl als Austragungsort dieses Ereignisses von von internationaler Bedeutung fiel auf Asturien, da es hier eine wichtige Käseproduktion gibt, sowohl, was das Volumen als auch die Qualität angeht – Asturien gilt als die europäische Region mit der dichtesten Produktion des Käsehandwerks. So leistet die Veranstaltungen einen Beitrag dazu, eine der bekanntesten Gastronomien Spaniens noch besonderer zu machen. Im Rahmen des Prinzipats ist auch die Bemühung Gijóns um den Sporttourismus zu erwähnen. Unter dem Markennamen 'Gijón Aktiv' fördert man vor allem Aktivitäten rund um das Meer, insbesondere das Surfen. Am großen Stadtstrand San Lorenzo findet man die idealen Bedingungen, um eine unvergessliche Surfertaufe zu machen oder in diesem Sport die Perfektion zu erlangen.

Das Baskenland nimmt mit einem

60 m2 Stand im Rahmen des Turespaña-Stands an der ITB teil. Hier ist das Angebot der verschiedenen Territorien der Region sowie ihrer drei Hauptstädte präsent, der Arbeitsbereich bietet Platz für rund 20 Tourismusunternehmen, die professionelle Kontakte aufbauen wollen. Im Rahmen der Messe organisiert Basquetour eine Präsentation des Familientourismus. Der Organismus betont, dass Gastronomie, Wein, Städtetourismus, Kultur und Events zu den Hauptgründen zählen, warum die Deutschen das Baskenland besuchen. Deutschland ist der dritte internationale Quellenmarkt der Region, 2019 kamen insgesamt 124.340 Deutsche in die Region, 12,5% mehr als im Vorjahr; seit 2011 ist der deutsche Tourismus um 77,9% gestiegen. Die Besucher der Region haben sehr gute Eindrücke von der Region, 70% bewerten ihren Aufenthalt als sehr positiv, 30% ziemlich positiv. ■

Von internationalen Markenboutiques bis zu traditionellen Läden – Spanien besticht durch die Authentizität seiner Geschäfte

Ein vielseitiges Reiseziel für den Shopping-Tourismus

Breite Einkaufsstrassen mit internationalen Markenboutiques, traditionelle Märkte mit Qualitätsprodukten, weltweit bekannte Designobjekte 'Made in Spain', Jahrtausende alte Handwerkskunst, traditionelle authentische Geschäfte – diese und viele mehr machen Spanien zu einem ausgezeichneten Reiseziel für alle, die es lieben, den Urlaub zum ausgiebigen Shopping zu nutzen.

Ein gutes Zeichen für den Aufstieg Spaniens als internationales Shopping-Reiseziel sind die zollfreien Verkäufe. Hier war Spanien der zweite Markt mit dem stärksten Zuwachs im Jahr 2019, nämlich 9%; mehr wuchs in diesem Bereich nur Italien (11%). Auch die Anträge zur Mehrwertsteuerrück-erstattung sind ein gutes Indiz, diese nahmen im letzten Jahr um 29% zu, wie der Dienstleister für internationalen Zahlungsservice und -technologie Planet mitteilte.

Authentischer Handel

Abgesehen von den Geschäften mit bekannten Mode- und Schuhmarken, die man in den spanischen Hauptstädten und auch in den Küsten- und Inselregionen vorfindet, beherbergen die meisten spanischen Städte einen eher lokalen Handel, der einen unbestrittenen und von den Touristen sehr gesuchten Mehrwert besitzt: die Authentizität. Von Jahrhunderte alten Spielwarengeschäften und Konfiserien über Läden mit lokalem Kunsthandwerk bis hin zu Vinotheken mit lokalen und einheimischen Weinen – das Angebot ist groß und vielfältig.

Ein Beispiel ist die mallorquinische

Glasbläserei Gordiola, die gerade ihr 300. Jubiläum gefeiert hat. Sie hat ein Museum und Geschäft, die man besuchen kann und wo man sogar den Glasbläsern bei der Arbeit zusehen kann, während sie vorsichtig ihre neuen Stücke anfertigen.

Im Baskenland hat man das Produkt „Nachhaltiger Shoppingtourismus“ ins Leben gerufen, das von der WTO unterstützt wird und mit dem lokale Produkte aufgewertet werden. Es geht darum, ein wahres "Shopperlebnis" zu entwickeln, so dass Kunden an der Herstellung der Produkte, an denen sie Interesse haben, teilnehmen können. Man hat alle Produkte, die man im Baskenland kaufen kann, aufgelistet und Fabrikanten, Designer, Handwerker, lokale Produzenten, Jahrhunderte alte sowie innovative Geschäfte und Märkte ausfindig gemacht, die diese



Im Baskenland kann man nachhaltige Produkte einkaufen, zum Beispiel Glasmalereien von Mikel Delika.

Produkte bekannt machen wollen.

Eine weitere neue Initiative ist der Shopping-Guide Madrid, von dem 40.000 Exemplare gedruckt wurden und in dem man detaillierte Information über die Routen durch Geschäfte, Stadtpläne mit den Einkaufsgegenden sowie Pläne für Metro und Nahverkehrszüge findet.

Ein Aspekt, mit dem Spanien ebenfalls herausragt, sind die Märkte, nicht nur als Quellen für frische Produkte, sondern auch als Grundlage der ausgezeichneten spanischen Gastronomie. In vielen Märkten kann man sich die marktfrischen Produkte direkt zubereiten lassen, um sie vor Ort zu genießen, und man findet darüber hinaus hervorragende Qualitätsprodukte wie Olivenöl, iberischen Schinken oder Weine mit Herkunftsbezeichnung sowie Cava und andere Produkte.

Service für Touristen

Ein Angebot, das bei Shopping-Touristen sehr beliebt ist, sind die Einkaufszentren, von denen einige dazu angelegt sind, denkwürdige Erlebnisse zu bieten – das ist zum Beispiel der Fall des La Roca Village nahe Barcelona und Las Rozas Village bei Madrid. Dort finden Besucher sowohl Luxusmarken als auch lokale Designer und Kunsthandwerk und haben die Möglichkeit, Dienstleistungen wie das "hands-free shopping" zu nutzen, um nicht Tüten und Taschen mit sich herumtragen zu müssen. Außerdem gibt es Verkehrsanbindungen in die Stadtzentren, Büros für Geldwechsel und Rückforderung der Mehrwertsteuer, Personal Shopper auf Anfrage sowie VIP-Parkplätze. ■

KUB

DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE DES JAHRES 2019

Kuba arbeitet entschlossen an seinem Prestige als gastfreundliches, sicheres Reiseziel mit zahlreichen Attraktionen, in das sich seine Gäste verlieben – trotz des wieder entfalteten Grolls der mächtigen Nachbarnation.



JANUAR

- 7. Januar.** – Die Megayacht Variety Voyager eröffnet den Hafen der Stadt Manzanillo im Südosten Kubas für den internationalen Kreuzfahrverkehr.
- 24. Januar.** – Das Hotel Segundo Frente wird bei der Internationalen Tourismusmesse Fitur 2019 in Madrid mit dem Preis für Touristische Exzellenz in der Grünen Kategorie ausgezeichnet.
- 25. Januar.** – Kuba unterzeichnet verschiedene Abkommen mit Russland, um die Luftflotte wieder zu aktivieren. Der neue Pakt umfasst die Einrichtung eines Dienstleistungszentrums auf der Insel.
- 27. Januar.** – Ein großer Tornado bringt erhebliche Zerstörung in zahlreichen Gemeinden und Havanna.
- 30. Januar.** – Das Hotel Nacional auf Kuba wird zum 15. Mal in Folge mit dem World Travel Award ausgezeichnet.

FEBRUAR

- 13. Februar.** – Das Hotel Meliá Internacional in Varadero auf Kuba eröffnet seine ersten 200 Zimmer mit speziellen Angeboten für den Valentinstag.
- 18. Februar.** – Eurowings startet neue Routen von München und Düsseldorf nach Santa Clara.
- 19. Februar.** – Die Urbas-Gruppe kündigt ein Abkommen mit Kuba an, um in Cienfuegos eine Tourismus- und Wohnanlage zu errichten, in die rund 3,5 Milliarden Euro investiert werden.
- 25. Februar.** – Varadero kommt im TripAdvisor-Ranking der weltweit besten Strände auf den zweiten Platz.
28. Februar. – Kuba und die Türkei vereinbaren einen Aktionsplan, um in Sachen Tourismus zusammen zu arbeiten.

MÄRZ

- 4. März.** – Kuba macht die erste Million internationaler Besucher des Jahres voll und erlebt damit den besten Jahresanfang überhaupt in seiner Geschichte als internationales Reiseziel.
- 7. März.** – Das Telekommunikationsunternehmen Kubas (ETEC-SA) macht in Havanna Proben mit der 4G-Technologie. Bis Ende des Jahres soll dieser Service in zahlreichen Städten und Tourismuszentren des Landes verfügbar sein.
- 27. März.** – Der britische Thronfolger Prinz Charles und seine Frau Camilla starten Havanna auf einer Rundreise durch die Karibik einen viertägigen Besuch ab.
- 28. März.** – ETECSA und Google unterzeichnen eine Absichtserklärung, um den Internetzugang auf Kuba zu verbessern.
- 30. März.** – Die Fluggesellschaft Copa Airlines aus Panama kündigt an, das Angebot an Flügen von und nach Havanna, Kuba, auf acht Flüge pro Tag zu erweitern.

APRIL

- 4. April.** – Xulio Fontecha, der Vorsitzende der Vereinigung Spanischer Unternehmer in Kuba (AEEC), erklärt, die spanischen Unternehmen sind darauf vorbereitet, eine mögliche Verschärfung der US-Blockade gegenüber Kuba zu überstehen.
- 8. April.** – Die Tourismusminister Nicaraguas, Anasha Campbell, und Kubas, Manuel Marrero, unterzeichnen ein Abkommen, um gemeinsam für den Tourismus zu werben und die Beziehungen zwischen den beiden Ländern in diesem Bereich zu stärken.
- 10. April.** – Die neue Verfassung Kubas tritt in Kraft.
- 18. April.** – Die Welt reagiert auf die Aktivierung des Titels 3 des Helms-Burton Acts. Die Hotelgruppe Meliá International verteidigt in einer öffentlichen Mitteilung ihre Aktivität in Kuba und bezeichnet es als außergewöhnliches Reiseziel, das weiterhin für den internationalen Tourismus geöffnet bleiben müsse.
- 21. April.** – Die kubanischen Behörden feiern den 70. Jahrestag der ersten Reise der spanischen Fluggesellschaft Iberia nach Kuba – genau am 21. April 1949.
- 28. April.** – Ein örtliches Gewitter führt zu Schäden am internationalen Flughafen Abel Santa María in Santa Clara. Bis zum 5. Mai werden die geplanten Flüge auf andere Flughäfen umgeleitet.
- 30. April.** – Das Hotel Río San Juan in Matanzas, Kuba, wird eröffnet.

MAI

- 3. Mai.** – Das Tourismusministerium Mintur ratifiziert sein Bestreben, im Jahr 2019 die Zahl von 5,1 Millionen Besuchern zu erreichen.
- 4. Mai.** – American Airlines nimmt den Flugverkehr zwischen Miami und Santiago de Cuba auf.
- 6. Mai.** – Die Messe FITCuba 2019 beginnt – mit dem diesjährigen Hauptthema Havanna und Spanien als Gastland. Kuba erreicht 12 Tage früher als im Vorjahr die Zahl von zwei Millionen internationaler Besucher, obwohl die Zahl der Touristen aus Europa zurückgegangen ist. Die spanische Tourismusministerin Reyes Maroto sagt in Havanna: “Wir werden unsere Interessen in Kuba verteidigen“.
- 9. Mai.** – In Havanna werden die Hotels Palacio Cueto und Vedado Azul eingeweiht.
- 11. Mai.** – FITCuba 2019 schließt mit einem historischen Teilnehmerrekord: 7.567 Fachbesucher aus 53 Ländern und 263 Journalisten haben die Messe besucht.
- 28. Mai.** – In Havanna wird die Internationale Messe für Hotellerie, Gastronomie und Touristische Dienstleistungen Hostalcuba 2019 eröffnet, die von der Unternehmensgruppe Palco zusammen mit Fira Barcelona organisiert wird.
- 31. Mai.** – Carnival fordert die Abweisung einer Klage auf der Grundlage des Helms-Burton Act wegen der Nutzung eines Hafens in Kuba.



JUNI

- 4. Juni.** – Die USA verbieten mit sofortiger Wirkung ihren Kreuzfahrtschiffen, in kubanische Häfen einzulaufen.
- 5. Juni.** – Ankündigung der Fertigstellung der Bauarbeiten am Hotel Iberostar Bahía del Almirante, dem fünften Hotel in der Tourismusstadt Gibara.
- 6. Juni.** – Fünfzehn Hotels unter der Leitung von Meliá Hotels International in Kuba erhalten das Zertifikat für Exzellenz 2019 von TripAdvisor. Auch neun Einrichtungen unter dem Management des kanadischen Unternehmens Blue Diamonds Resorts und weitere Hotels erhalten diese Auszeichnung.
- 8. Juni.** – Verschiedene Strände in Jardines del Rey werden für ihre Umweltfreundlichkeit ausgezeichnet.
- 25. Juni.** – Havanna bekommt eine seiner bekanntesten Attraktionen wieder zurück: Coppelia, die Kathedrale des Eises, wird nach einer Komplettrenovierung rechtzeitig zur 500-Jahr-Feier der Stadt wieder eröffnet.

- 27. Juni.** – Kuba führt eine Wirtschaftsstrategie ein, um die internen Kapazitäten und das humane Potential des Landes am besten auszuschöpfen, was die Steigerung von Löhnen und Pensionen für mehr als 2.750.000 Menschen umfasst. / Die Tourismusminister von Kuba und Mexiko koordinieren Aktionen zur Entwicklung der Branche.

JULI

- 1. Juli.** – Auf dem Kongress der Vereinigung der Schriftsteller und Künstler Kubas werden Verbesserungen für die Interaktion zwischen nationaler Kultur und Tourismus beschlossen.
- 10. Juli.** – Entscheidungsträger des Tourismusministeriums Kubas und der Turkish Airlines unterzeichnen ein Abkommen, um gemeinsam in verschiedenen Destinationen weltweit für den Kuba-Tourismus zu werben.
- 11. Juli.** – Die Restriktionen der US-Amerikanischen Regierung führen zu einem Rückgang der internationalen Besucherzahlen in Kuba um 20%. Das Tourismusministerium revidiert sein Jahresziel auf 4,3 Millionen Touristen anstelle der ursprünglich geplanten 5 Millionen. Investitionen in die Entwicklung der Branche sind nicht betroffen.
- 13. Juli.** – Kuba führt den Schienen-Passagierverkehr zwischen Havanna und Santiago de Cuba wieder ein.
- 25. Juli.** – Jim McGovern, ein demokratischer Kongressabgeordneter, sowie der Republikaner Tom Emmer präsentieren dem Repräsentantenhaus der USA einen Gesetzesvorschlag, um die Reisebeschränkungen für US-Bürger nach Kuba aufzuheben. Fünf Tage später wird ein ähnliches Projekt im Senat vorgestellt.
- 30. Juli.** – Verschiedene Strände in Varadero, die leichte Erosionen erlitten haben, werden mit mehr als 1,5 Millionen Kubikmetern Sand aufgeschüttet.

AUGUST

- 1. August.** – Die kubanischen Hotelketten Gran Caribe und Islazul feiern ihr 25jähriges Bestehen.
- 7. August.** – Elite Club Vacanze eröffnet in Havanna das Hotel Vedado 500, das speziell für junge Leute entworfen ist.
- 10. August.** – Der interne Tourismus in den kubanischen Hotels wächst um 15%. / Meeting Point und Coral Travel starten eine neue Route zwischen Moskau und Varadero, die mit Boeing 777 durchgeführt wird.
- 15. August.** – Kuba zählt drei Millionen internationale Besucher, die bisher im Lauf des Jahres 2019 angereist sind.
- 21. August.** – Der Geschäftsbereich des Chinesischen Viertels von Havanna wird wieder für das Publikum geöffnet.
- 22. August.** – Die Zeitschrift Time nimmt die Fábrica de Arte Cubano in Havanna in ihre Liste der 100 empfehlenswerten Orte der Welt auf.
- 23. August.** – Eine Studie von Expedia zeigt, dass Kuba das Ranking der Karibikdestinationen mit der stärksten Hotelnachfrage anführt.
- 25. August.** – Eine Beerentang-Plage erreicht die Halbinsel Gua-

nahacabibes im äußersten Osten Kubas.

27. August. – Varadero zählt eine Million Besucher seit Jahresbeginn 2019.

28. August. – Das Landgut Guachinango im Valle de los Ingenios in Trinidad empfängt seine ersten Gäste.

SEPTEMBER

2. September. – Die spanische Justiz lehnt eine Anklage gegen Meliá Hotels Internacional in Zusammenhang mit dem Titel 3 des amerikanischen Helms-Burton Act ab.

11. September. – Kuba kündigt vorübergehende Maßnahmen aufgrund der Dieselnknappheit an, eine Folge der Verfolgung der Zulieferer durch die USA. Die Regierung legt die Prioritäten auf Investitionen unter anderem in die Verbesserung des Straßennetzes und der Tourismusbranche.

14. September. – Gabriel Escarrer Juliá und Miguel Díaz-Canel Bermúdez weihen das Meliá Internacional in Varadero ein, das neue "Flaggschiff" von Meliá im größten kubanischen Seebad.

16. September. – Havanna ist Austragungsort des 2. Internationalen Kongresses der Vereinigung für Kultur und Tourismus in Lateinamerika (ACTUAL).

23. September. – Blau Hotels for Holidays übernimmt das Club Arenal, ihr zweites Hotel in Kuba. / MGM Muthu Hotels kündigt die Aufnahme von zwei neuen, noch im Bau befindlichen Hotels in Havanna in ihr Portfolio an.

25. September. – Die XII. Ausgabe des Events rund um den Naturtourismus, Turnat 2019, wirbt für die natürlichen Attraktionen der südlichen Inselmitte.

29. September. – Die Gruppe Globalia übernimmt das Management des Fünf-Sterne-Hotels Be Live Collection Cayo Santa María, das sich im Besitz der Gaviota-Gruppe befindet.

OKTOBER

8. Oktober. – Der kubanische Tourismusminister trifft sich in Kanada mit Reiseveranstaltern und Vertretern von Fluggesellschaften, um für Reisen auf die Insel zu werben. / Die zweite internationale Veranstaltung "Destinos Gaviota" im Seebad Varadero geht zu Ende.

17. Oktober. – In Havanna beginnt das 23. MITM Américas mit der Teilnahme von mehr als 600 Führungskräften, Reiseveranstaltern, Reisebüros und anderen Spezialisten aus 65 Ländern.

18. Oktober. – Kasachische Reisebüros und -veranstalter starten einen Fam-Trip nach Kuba, der vom Tourismusministeriums von Kuba und den Turkish Airlines angeregt wurde. / Die kreolische Küche Kubas wird zum Kulturerbe der Nation erklärt.

22. Oktober. – Cubana de Aviación storniert Flüge in verschiedene karibische Destinationen, nachdem sie aufgrund der von den USA auferlegten Restriktionen zwei Pacht- bzw. Code-Sharing-Verträge verloren hat.

26. Oktober. – Azurair-Ukraine und der Reiseveranstalter Anex-tour weihen eine direkte Flugverbindung zwischen Kiew und dem Seebad Varadero in Kuba ein.

31. Oktober. – Das deutsche Kreuzfahrtschiff Hamburg eröffnet die Kreuzfahrtsaison in Kuba. / Avianca Holdings stellt den Ticketverkauf für Reisen von und nach Kuba ein, da sie aufgrund eines Kredits an die nordamerikanischen Regulierungen gebunden ist.

NOVEMBER

1. November. – Viva Aerobus, die mexikanische Ultra-Low-Cost-Gesellschaft, beginnt dreimal pro Woche zwischen Cancún und Havanna zu fliegen.

2. November. – Die russische Fluggesellschaft Nordwind nimmt ihre Direktflüge nach Camagüey in Kuba auf.

3. November. – Lufthansa startet eine Route München-Santa Clara.

6. November. – Kuba bietet Investitionsmöglichkeiten für ausländische Investoren in Höhe von 11.745.000 US-Dollar.

11. November. – Das spanische Königspaar Felipe VI und Letizia statten Kuba einen offiziellen Besuch ab. Sie lernen Havanna und Santiago de Cuba kennen. / Die russische Fluggesellschaft Royal Flight startet eine neue Charter-Route zwischen Moskau und Holguín.



16. November. – Die frisch aufgeputzte Stadt Havanna feiert ganz groß ihr 500jähriges Bestehen.

19. November. – Das Schiff "Panorama" von Variety Cruises eröffnet die Kreuzfahrtsaison in Trinidad.

20. November. – Zum ersten Mal wird der Nationale Tag des Tourismus in Kuba gefeiert.

DEZEMBER

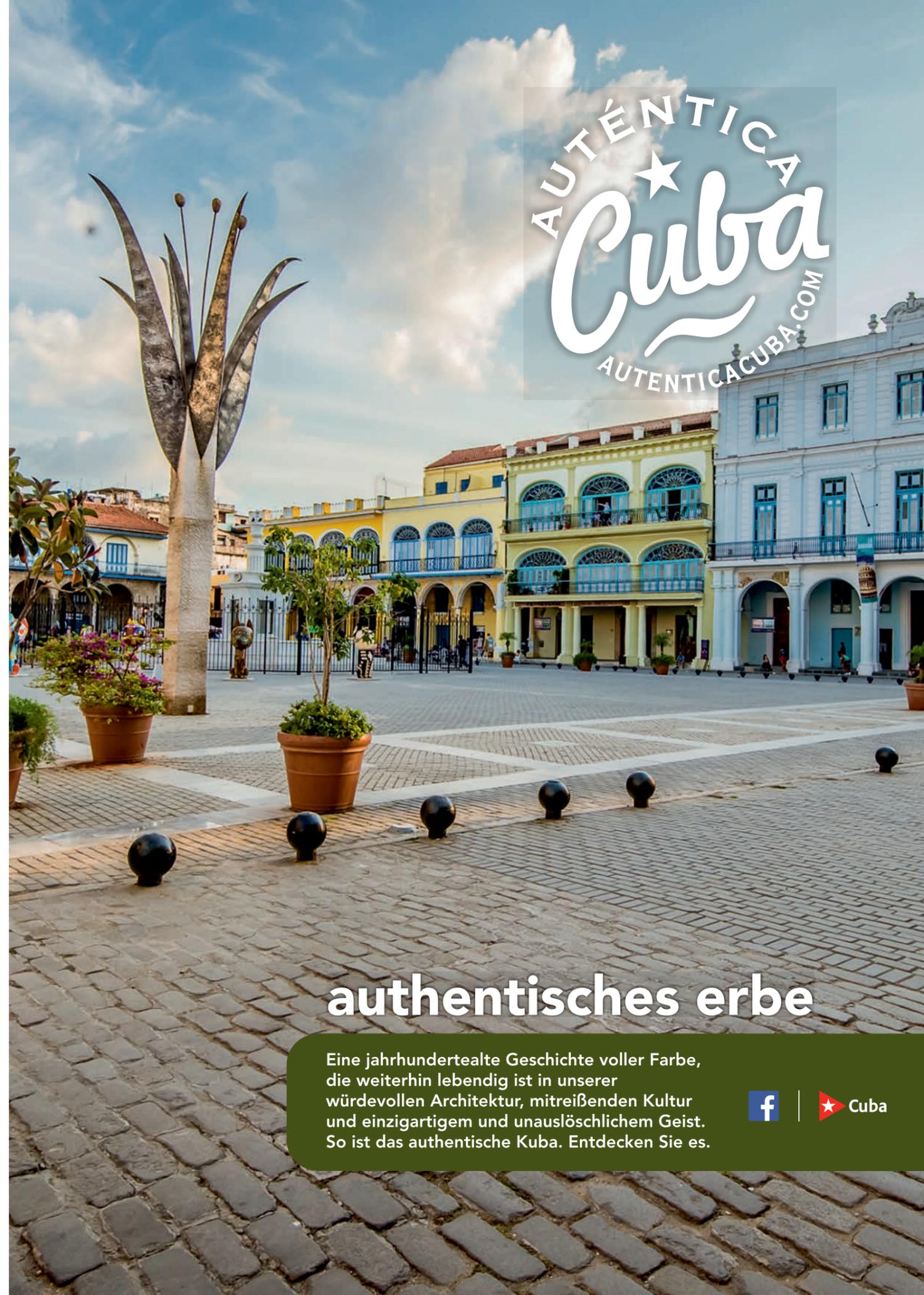
5. Dezember. – Das Hotel "LGBTI friendly" Grand Rainbow Muthu Cayo Guillermo nimmt seinen Betrieb auf.

8. Dezember. – Das All Inclusive Resort mit fünf Sternen Grand Sirenis Cayo Santa María wird eröffnet.

21. Dezember. – Manuel Marrero wird zum Premierminister designiert, sein Nachfolger im Amt des Tourismusministers wird Juan Carlos García Granda.

25. Dezember. – Das Hotel La Popa mit fünf Sternen und 52 Zimmern, das sich in einem Vorort von Trinidad befindet, nimmt seinen Betrieb auf.

27. Dezember. – Die Fachzeitschrift Travelling Scope zeichnet Kuba als beste Tourismusoption für China aus. ■



authentisches erbe

Eine jahrhundertealte Geschichte voller Farbe, die weiterhin lebendig ist in unserer würdevollen Architektur, mitreißenden Kultur und einzigartigem und unauslöschlichem Geist. So ist das authentische Kuba. Entdecken Sie es.





Das Wachstum des Tourismus als Schlüsselsektor der Wirtschaft Kubas wird weiter anhalten



Die Tourismusbranche in Kuba erwartet den Prognosen zufolge im Jahr 2020 rund 4,5 Millionen Touristen, das wären etwa 200.000 mehr als im Jahr 2019; gleichzeitig will man die Einnahmen für die Branche steigern und die Bettenkapazität im Land soll um weitere 4.000 Plätze ansteigen.

Zum Jahresabschluss 2019 erlitt Kuba dem Bericht des Nationalen Statistikamtes ONEI zufolge einen Rückgang der Besucherzahl um 9,3%; insgesamt besuchten 4.275.558 Menschen das Land, das waren 436.352 weniger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Dieser Rückgang der Zahl der Reisenden war eine Konsequenz der Verschärfung der Blockade durch die USA und der daraus folgenden Maßnahmen, um die Reiseströme auf die Insel zu behindern. Daher schlossen die Behörden das Tourismusjahr 2019 mit 4,3 Millionen Besucher ab, während man ursprünglich mit 5,1 Millionen gerechnet hatte. Die wichtigsten Quellenmärkte waren im Jahr 2019 –in dieser Reihenfolge– Kanada, im Ausland lebende Kubaner, USA, die Russische Föderation, Deutschland, Frankreich, Mexiko, Spanien, Italien und England.

Deutschland war im letzten Jahr der fünfte Quellenmarkt mit 174.822 Besuchern, 83,9% so viel wie im Vorjahr. Nur wenige Märkte wiesen im Vergleich 2019/2018 positive Wachstumszahlen auf: Kanada (+100,9%); Auslandskubaner (+103,9%) und die Russische Föderation mit dem stärksten Wachstum von +129,5%.

Der letzte zum Redaktionsschluss dieser Zeitschrift vor-

liegende Bericht Internationaler Tourismus. Ausgewählte Indikatoren des ONEI zeigt, dass die Hotels im System des Tourismusministeriums von Januar bis September 2019 insgesamt 14.830.631 Übernachtungen ausländischer Gäste verzeichneten, 95,7% so viele wie im gleichen Zeitraum des Jahres 2018; die durchschnittliche Belegung lag bei 38%.

Ebenso wie auch schon in den zurückliegenden Jahren wollten die meisten Touristen –93%– Urlaub und Freizeit verbringen und reisten zur Entspannung; darauf folgten Reisende aus beruflichen und geschäftlichen Gründen; sowie Eventreisende. Das Geschlecht der Touristen hält sich weiterhin in etwa die Waage mit 49,5% Männern und 50,5% Frauen; die meisten Reisenden (34,7%) gehören der Altersgruppe zwischen 25 und 44 Jahren an.



Die Tourismusunternehmen nahmen zwischen Januar und September insgesamt über 1,67 Milliarden kubanische Peso ein; der Hauptanteil entfiel auf die Gastronomie mit 0,68 Milliarden Peso (40,7% der Gesamteinnahmen), gefolgt von Unterkünften, Handel, Transport und Freizeitangebot.

Was die Hotellerie angeht, besitzt die Insel heutzutage 74.211 Zimmer. 2019 wurden 3.400 neue Zimmer gehobenen Standards eingeweiht und in Betrieb genommen, in den ersten Monaten 2020 kommen weitere 4.670 Zimmer in Havanna, Trinidad, Holguín und im ersten Hotel des neuen Tourismusgebietes Ramón de Antilla hinzu; das kündigte der Tourismusminister Juan Carlos García Granda bei seiner Willkommensrede anlässlich der Kubanischen Nacht bei der Fitur 2020 in Madrid an. ■

Wähle die Erfahrung


cubatur
Agencia de Viajes



KUB

Vereinigte Staaten

ANGRIFF AUF DEN TOURISMUS

Teodoro Cabrera

Nach drei Jahren des starken Wachstums litt die Zahl der Besucher Kubas im Jahr 2019 unter den von der Regierung Donald Trumps geschaffenen Spannungen. Auch andere Branchen waren betroffen, aber der Tourismus wurde buchstäblich gezwungen, seine kurzfristigen Erwartungen zurückzuschrauben und entschlossen zu handeln, um seiner treibenden Rolle für das neue Entwicklungsmodell gerecht zu werden. Es ist klar, dass diese Verlangsamung nicht nur auf der Antilleninsel spürbar war. Der verrückte Magnat aus New York und seine Konflikte waren eine Bremse für das globale Wachstum und haben die Wirtschaftslage von Millionen Menschen auf der ganzen Welt betroffen. Jedoch ist Kuba ein Fall für sich.

Tatsache ist, dass trotz allem der kubanische Tourismus zu Jahresbeginn einen Zuwachs erfuhr. Die Destination hatte mit dem anhaltenden Rückgang der Touristenströme aus wichtigen europäischen Märkten zu kämpfen; aber die Nordamerikaner kamen weiterhin. Die Warnungen des Vorjahres, die Insel zu bereisen – mit dem Vorwand angeblicher technologischer Attacken auf Diplomaten, die sich immer noch niemand erklären konnten – hatten sich im Licht der Wissenschaft als unwahr erwiesen.

Der Konflikt

In den höheren Kreisen der USA schürt die Niederlage von 2018 den über fast 60 Jahre aufgestauten Groll gegen die Insel. Am 17. Januar beginnen sie ein makabres Spiel mit unvorhergesehenen Konsequenzen. Donald Trump



Die besten Hotels des Landes sind für amerikanische Reisende verboten.

kündigt seine Entscheidung an, das Inkrafttreten des 3. Artikels des kontroversen Helms-Burton Acts nur um 45 Tage aufzuschieben, danach wird es nochmals um knapp 30 Tage verschoben. Am 4. März verschiebt er es nochmals um 30 Tage, eröffnet aber – erstmals seit 1996 – die Möglichkeit, Anklage gegen bestimmte kubanische Unternehmen zu erheben.

Am 17. April informieren die USA vom Inkrafttreten der Artikel 3 und 4 des Gesetzes, das dazu angelegt ist, Kuba seine Souveränität zu nehmen und ausländische Investoren abzuschrecken. Sie kündigen außerdem neue Einschränkungen für Reisen von US-Bürgern sowie Warensendungen auf die Insel an. Kurz danach – am 1. Mai – geben sie grünes Licht für gerichtliche Klagen gegen multinationale Unternehmen, die auf kubanischem Boden oder in kubanischen nationalen Immobilien arbeiten.

Mit bombastischen Ankündigungen, für die besondere Termine ausgesucht wurden, um die Kubaner ganz besonders zu treffen, fuhr die US-amerikanische Administration fort, Hotels und andere touristische Einrichtungen auf ihre schwarze Liste verbotener Unternehmen zu setzen – heute

könnte diese Liste als Grundlage für einen Katalog der besten kubanischen Unterkünfte dienen. Trotz allem wurde die rebellische Insel Mitte des Jahres zur Destination mit den meisten Online-Hotelbuchungen der Karibik. Die Kreuzfahrer der großen nordamerikanischen Gesellschaften waren begeistert, Havanna zu besuchen, und die Schiffe, die Richtung Kuba ablegten und dafür schon zwei Jahre im Voraus gebucht waren, füllten die Häfen im Osten von Houston bis New York.

Die Eskalation

Im Jahr 2019 wandte die Regierung der mächtigen Nachbarnation wöchentlich neue Maßnahmen gegen die kubanische Wirtschaft an; die überraschendste war zweifellos die des 4. Juni. An diesem Tag unterbinden die USA abrupt Kultur- und Lehrreisen nach Kuba, die von Obama genehmigt worden waren, und verbieten die Reisen auf die Insel in Privat- und Firmenjets, Kreuzfahrtschiffen, Segel-, Fischerei- und ähnlichen Schiffen. Die neue Maßnahme wirft die großen Kreuzfahrtunternehmen aus der Bahn, die für die offiziellen Genehmigungen, in kubanischen Häfen anlegen zu dürfen, gekämpft hatten. Die-

Holguín, Cuba



Playa Guardalavaca ist einer der schönsten Strände im Osten Kubas.

Seine Schönheit zog schon den Admiral Christoph Kolumbus in seinen Bann, als er 1492 die Insel entdeckte

Die Gruppe Cubanacan bietet Ihnen die Möglichkeit, in den Hotels Brisas Guardalavaca und Club Amigo Atlántico Guardalavaca einen wundervollen Aufenthalt zu genießen. Beide Hotels sind mit ihrem All-Inclusive-Service und ihrer Lage direkt am Strand ideal für einen Urlaub in der Familie oder mit Freunden, ebenso wie für eine romantische Hochzeitsfeier oder eine unvergessliche Hochzeitsreise

ser Schlag betrifft 800.000 Buchungen und führt zu großen Verlusten. Bekannte Medien kommentierten, dass Trump verzweifelt einen Sieg in seinen eifrigen Bemühungen, die Er-



Havanna war der bevorzugte Kreuzfahrthafen.

folge von Obama zunichte zu machen, brauchte. Gleichzeitig wollte eine ausgewählte Gruppe von Unterstützern Trumps, die auf eine lange antikubanische Tradition zurückblicken, um jeden Preis die allmähliche Annäherung von Millionen Nordamerikanern an die kubanische Wirklichkeit verhindern. Diese Wirklichkeit zu verschleiern und in Misskredit zu bringen, war der Dreh- und Angelpunkt ihrer politischen Karrieren.

Das erklärt den Groll, mit dem versucht wird, die Präsenz Kubas in den großen Buchungsportalen zu verhindern, die, eine nach der anderen, die ungerechte Behandlung akzeptieren mussten. Der erste Schlag kam am 13. Juni, als Expedia Group, Hotelbeds USA und Cubasphere sanktioniert wurden, da sie "offensichtlich" die Blockade der Insel umgingen. Aber der Fall, bei dem das am deutlichsten zutage trat, war Trivago mit offiziellem Sitz in Deutschland; nachdem das Portal am 20. Juni im Zusammenhang mit dem 3. Artikel des Helms-Burton Acts verklagt wurde, kündigte es am 13. November an, auf Drängen der US-Regierung die kubanischen Hotels aus dem Buchungssystem zu nehmen.

Die Antwort

Die plötzliche Beendigung der Kreuzfahrten und die Intensivierung der Maßnahmen gegen den Tourismus zwangen Kuba dazu, die Zielsetzungen

für 2019 neu zu erwägen. Obwohl die Insel das Glück hatte, ein Jahr ohne Hurricanes zu erleben, musste sie die Hoffnung auf 5,1 Millionen Reisende aufgeben und sich ein realistischeres Ziel von 4,3 Millionen setzen. Dabei stützte man sich auf einen Maßnahmenplan zur Diversifizierung der Märkte, Einführung neuer Flüge und Suche neuer Lösungen für Versorgung und Investitionen.

In der Zwischenzeit wuchs der lokale kubanische Markt in den Hotels und erreichte im Juli und August einen ungewöhnlichen Zuwachs von 21%. Am 6. September blockieren neue Sanktionen der USA den Eingang von Devisen. Diese Maßnahme reduziert Geldsendungen an Familienangehörige auf maximal 1.000 Dollar innerhalb von drei Monaten und verbietet „U-turn“-Transaktionen; gleichzeitig verfolgen die Agenten in Washington mit Sanktionen die Treibstofftanker, die den kubanischen Markt versorgen, verbieten die Einfuhr jeglicher Technologie oder anderer Waren, die mehr als 10% amerikanischer Komponenten aufweisen, und bedrohen die Fluggesellschaften, die mit Cubana de Aviación zusammen arbeiten, mit

Sanktionen.

Am 10. Dezember, also genau zu Beginn der Zeit, die die in den USA lebenden Kubaner bevorzugen, um ihre Familien in Kuba zu besuchen, beenden die Fluggesellschaften der amerikanischen kommerziellen Luftfahrt ihre Flüge in kubanische Destinationen mit Ausnahme Havannas. Das kubanische Außenministerium rechnet mit einer unmittelbar bevorstehenden Einstellung der diplomatischen Beziehungen.

Das Fazit eines Jahres

Im Jahr 2019 setzte die nordamerikanische Regierung alles auf die Zerstörung der Wirtschaft der Nachbarinsel. Ihre Maßnahmen gegen den Tourismus brachten ihr Misskredit in der internationalen Gemeinschaft ein und bedeuteten eine plumpe Verletzung des Rechts auf freies Reisen ihrer eigenen Bürger. Die extraterritoriale Anwendung des Helms-Burton Act war ein weiterer Punkt auf einer langen Liste von Streitigkeiten mit ihren traditionellen Verbündeten und die Stärkung der Blockademaßnahmen brachte ihren eigenen Unternehmen hunderte von Millionen an Verlusten ein.

Kuba aber ließ sich durch die neuerlichen Behinderungen nicht von seinen ursprünglichen Zielen abbringen. Die Wirtschaft fuhr keine Verluste ein und man schaffte es, wichtige Investitionen zu erhalten, um weiterhin an der Steigerung der Qualität der Destination zu arbeiten. Man schaffte es, neue Kapazitäten für über 60.000 Passagiere auf Flügen aus Amerika, Asien und Europa auf die Insel zu organisieren, was einem Anstieg von mehr als 10% bei den internationalen Ankünften bedeutet, und mehr Präsenz in den wichtigen Quellenmärkten zu erreichen. Dadurch schaffte man es, bis Ende Dezember auf 4,2 Millionen Besucher zu kommen. Abgesehen von den Kreuzfahrern wächst der Tourismus. Und allen Behinderungen zum Trotz wird er 2020 weiter wachsen. ■



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 MARÍA** 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
















KUB

Eine Liebe, die die Zeit übersteht



Aloida Rodríguez Álvarez
Direktorin CIDTUR/FORMATUR

Vor über einem halben Jahrhundert begann eine Liebesgeschichte, gepaart mit Zusammenarbeit, Austausch und Solidarität, zwischen dem größten Land der Welt – mit mehr als 17 Millionen Quadratkilometern – und Kuba. Russland, umspült von 13 Meeren und drei Ozeanen, liegt 9.550 Kilometer von Havanna entfernt und doch verbindet eine einzigartige und mitfühlende Liebesgeschichte dieses Land mit der größten der Antillen.

In letzter Zeit ist diese Verbindung wieder neu aufgelebt, man führt Gespräche und Verhandlungen aufgrund der gemeinsamen Interessen, heimischen Probleme und der wechselnden Tendenzen im internationalen Geschehen, die beide Länder betreffen. Diese Verbindungen überstanden den Druck der Jahre und der historischen Geschehen seit 1959, damals noch mit der Sowjetischen Union; und 1991 den Zusammenbruch des Sozialismus; beide Staaten hielten ihre Beziehung aufrecht und stärkten sie mit der Machtübernahme von Vladimir Putin im Jahr 2000. Kürzlich statteten der Präsident

des kubanischen Staats- und Ministerpräsidenten Miguel Díaz Canel dem Land Leon Tolstois einen Besuch ab, der die tiefe Sympathie zwischen den beiden Völkern und ihren Führern besiegelte. Nach zwei offiziellen Treffen in Russland besuchte der kubanische Präsident

die Staatliche Bibliothek für Spanische Literatur, wo er 52 russische Spezialisten und zwei Unternehmen, die die Kuppel des Kapitols und die Statue der Republik restauriert haben, mit der Medaille der Freundschaft des Staates von Kuba auszeichnete. In Erinnerung an die Arbeiten, die sie in Kuba durchgeführt haben, betonte Präsident Díaz-Canel, sie haben wunderbare Spuren in Havanna hinterlassen, denn die Stadt **„... hat heute mehr Licht, weil sich die Sonne und der Mond in der goldenen Kuppel spiegeln, die Sie restauriert haben“**. **„Wir danken Ihnen für die Schönheit, die Sie unserer Hauptstadt gegeben haben. Diese Arbeit soll zu einem Meilenstein für die Zusammenarbeit zwischen unseren beiden Ländern werden“**, betonte er. Die Russen haben ganz strenge Auflagen, was die Ruhezeiten für Angestellte

INTERESSANTE NOTIZEN

- Acht wichtige Abkommen wurden im Beisein des russischen Ministerpräsidenten Dimitri Medvedev zwischen Kuba und Russland unterzeichnet. Dieser stattete der Insel Anfang Oktober letzten Jahres einen offiziellen Besuch ab. Die Abkommen umfassen Bereiche wie Transport, insbesondere KFZ- und Schienenverkehr; Infrastrukturen, Industrie, Biotechnologie, Landwirtschaft, Energie und digitale Technologie, neben anderen Themen.
- Der Präsident der Republik Kuba, Miguel Díaz-Canel, betonte die Bedeutung dieser Abkommen, die die Beschlüsse aus der 17. Sitzung der kubanisch-russischen Kommission fortführen, und bezeichnete die Beziehungen zwischen den beiden Ländern als strategisch wichtig. Dabei sei die Beteiligung dieser Nation an den Plänen für die sozioökonomische Entwicklung der Insel bis 2030 besonders wichtig.
- Russland spricht sich kategorisch gegen die Wirtschafts-, Handels- und Finanzblockade gegenüber Kuba aus.
- Präsident Miguel Díaz-Canel Bermúdez betonte bei seinem letzten Besuch Russlands im Oktober, die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen den beiden Ländern machen Fortschritte, **„wir befinden uns in einem guten Moment, es gibt Möglichkeiten und viel guten Willen auf beiden Seiten“**.
- Er versicherte, dass Kuba stark bleiben werde und auf keine Weise gegenüber der Regierung der USA nachgeben werde. Wir erkennen den Helms-Burton Act nicht an, sagte er, **„und wir wahren alle Interessen der ausländischen Unternehmen in unserem Land“**, versicherte er.
- Er vertrat die Ansicht, dass der Tourismus eine der Branchen sei, die am meisten von der Beziehung mit Russland profitiert, da es sich um den Markt mit dem stärksten Wachstum im letzten Jahr handelt.

angeht, und bieten Möglichkeiten und viele Vorteile für den einheimischen Tourismus, es gibt sogar finanzielle Unterstützung für einen Teil des Urlaubs. Heute kommen Russen in fast alle touristischen Destinationen Kubas: Holguín; Santa Lucia in Camagüey; Cayo Coco; Cayo Santa María und Havanna. Vier wichtige Reiseveranstalter – Pegas, Anex Tour, Coral Travel und Tui Travel – bieten Charterflüge an. Dazu kommen die Linienflüge, zum Beispiel fünf Flüge der Aeroflot nach Havanna; drei Flüge pro Woche der Turkish Airlines; sowie KLM-Airfrance; die auch von zahlreichen Reiseveranstaltern genutzt werden.

Russland ist Gastland der FITCuba 2020. Aus Russland kamen fast 178.000 der insgesamt 4,3 Millionen Kubareisenden im letzten Jahr, damit war das Land der dritte Quellenmarkt für den internationalen Tourismus auf

der Insel. Im Vergleich zum Jahr 2018 stieg die Zahl der russischen Touristen um 30% an, ein neuer Rekord des europäischen Riesen auf der größten der Antillen.

Man sieht Russen entspannt durch die Straßen der Altstadt Havannas schlendern und ab und zu mit Einheimischen reden, von denen viele perfekt russisch sprechen, weil sie es entweder selber gelernt oder noch von den Eltern übernommen haben. Die russischen Besucher suchen in Kuba nicht nur Kultur, Strände und gutes Essen, alles Dinge, die sie sehr schätzen; aber sie wollen auch mehr über die Geschichte der Freundschaft zwischen den beiden Ländern erfahren, dank der jahrzehntelang auf beiden Seiten des Meeres Studenten, Arbeiter, Forscher, Künstler und Akademiker aufgenommen wurden, die Wissen, Bräuche, Warmherzigkeit und Verständnis miteinander



der teilten. Daher überrascht es nicht, dass die russischen Touristen von heute als besonders bemerkenswerte Erinnerung an ihren Aufenthalt auf der Karibikinsel die Kommunikation mit dem Hotelpersonal empfinden. Das wichtigste ist, dass sie die Insel, die sie heute noch die **Insel der Freiheit** nennen, besuchen, weil schon vor sechzig Jahren die Eltern oder Großeltern vieler von ihnen kamen, um zu bauen, zu teilen und zu lieben, und zwar **mit einer Liebe, die die Zeit übersteht**. ■



NH HOTEL GROUP BIETET IHNEN EINEN PERFEKTEN AUFENTHALT IN HAVANNA

NH HOTEL GROUP OFFERS YOU A PERFECT STAY IN HAVANA

Ausgezeichnete Lage, außergewöhnlicher Service, privilegierter Blick und internationale Gastronomie
Excellent location, extraordinary services, privileged views and international cuisine

NH CAPRI

Lassen Sie sich von der zeitgenössischen Architektur unseres Hotels überraschen, genießen Sie gemütliche und unvergessliche Momente in Zimmern im Stil der 50er und bewundern Sie den Blick. Ideal für Geschäftsreisende, Gruppen, Urlaubs- oder 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 view. Ideal for business travelers, groups, leisure tourists, and honeymoons.

NH COLLECTION
VICTORIA · LA HABANA

Lassen Sie sich von unglaublich anspruchsvollen Räumlichkeiten und eleganten Zimmern überwältigen. Lassen Sie sich von einem tadellosen Service verwöhnen. Das Hotel ist dank seiner bevorzugten Lage perfekt für Unternehmer und Touristen.

Let yourself be dazzled by incredible sophisticated spaces and elegant rooms. Experience and let yourself be pampered with our impeccable service. This is the perfect hotel for businessman and leisure tourists due to his unbeatable location.



NH HOTEL GROUP
PART OF MINOR
HOTELS

NH
HOTELS

NH COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

TIVOLI
HOTELS & RESORTS

ANANTARA
HOTELS & RESORTS

AVANI
HOTELS & RESORTS

elewana
HOTELS & RESORTS

BAKS
HOTELS & RESORTS



Fünf digitale Trends für die Destination Kuba im Jahr 2020

Dr. José Enrique Salgado Febles

Zum Jahresende 2019 hat sich Kuba als eines der drei wichtigsten Reiseziele in der Karibik gehalten, wenn auch das Ziel von fünf Millionen Besuchern aufgrund verschiedener Faktoren, insbesondere der Restriktionen durch die US-Behörden, wieder in weitere Ferne gerückt ist.

Wegen des Rückgangs der Zahl US-amerikanischer Besucher und der Kreuzfahrer aus diesem Land ist es nun noch wichtiger geworden, die Suche nach anderen Märkten zu perfektionieren und die Einnahmen dank der Touristen, die das Land besuchen, zu verbessern. Das soll insbesondere durch die Nutzung der Technologie geschehen.

Wie es üblich ist, machen Experten, Berater und verschiedene Unternehmen Vorschläge für die Trends in der Reise- und Tourismusbranche 2020. Hier eine Zusammenfassung:

Weitere Verbesserung der Infrastrukturen für Kommunikation

Der heutige Reisende nutzt das Internet vor, während und nach seiner Reise und reist nirgendwohin, wo nicht ein Minimum an Internetzugang garantiert wird.

Das MINTUR muss mit Unterstützung des Ministeriums für Kommunikation Internetzugang und -verbindung für Besucher und Touristen erweitern und dabei Priorität auf 4G in den Touristengebieten, auf Flughäfen und in den historischen Zentren der Städte des Weltkulturerbes legen. Trotz der Verbesserungen, die 2019 eingeführt wurden, ist der Wifi-Service, auf den die Touristen aus der ganzen Welt größten Wert legen, immer noch eine unerledigte Aufgabe.

Im Dezember wurde die Zahl der 6 Millionen Kubaner mit Mobiltelefon erreicht. Etwa drei Millionen davon gehen mit ihren Apparaten ins Internet. Im Falle der Besucher müssen diese Zahlen generell viel höher liegen.

Mobilfunk- und Wifinetzwerk zu garantieren, ist die beste Werbung für das Reiseziel und die beste Art, mehr Ausflüge und Aktivitäten außerhalb der Hotels zu verkaufen und die Anbindung der Gäste an die Destination zu stärken.

Der Fortschritt bei den Roaming-Abkommen mit ausländischen Unternehmen ist noch ungenügend und auch das SIM-Karten-Angebot von Cubacel Tur (eine SIM-Karte für 30 Tage im Wert von 25 USD mit einem Basispaket: 1Gigabyte für Daten im Internet, 20 Minuten für Anrufe und 20 Textnachrichten), die man nur über internationale Vertreiber kaufen und auf dem Flughafen abholen muss, scheint eher unzureichend.

Auch wenn man sich im Rest der Welt an die Verbreitung der 5G-Netzwerke macht, ist es für uns von ungeheurer Bedeutung, 3G und den Zugang dazu zu stabilisieren und soweit möglich auch 4G zu erweitern, vor allem in den Tourismusgebieten.

Elektronische Verbreitung von Reisen und Mehrfachkanal-Tourismus

Der Reisende informiert sich im Internet und versucht danach auch zunehmend, bei einem der zahlreichen Online-Vermittlungskanäle zu buchen und zu bezahlen, während andere weiterhin die traditionellen Reisebüros bevorzugen. Der Trend liegt bei derzeit 50% Direktverkauf und 50% über Vermittler.

Es ist wichtig, weiterhin die Qualität und Reichweite der Websites der kubanischen Hotelketten, der nationalen Fluggesellschaft und der Hotels unter ausländischem Management zu verbessern; zum einen für die Direktbuchungen, aber auch, um die Buchungen

über Reisebüros und die Destinationen zu stärken. Wichtig ist es auch, Präsenz bei den zahlreichen Onlineplattformen zu gewinnen, insbesondere bei Meta-Suchmaschinen und OTA (online travel agencies), ebenso muss die Nutzung des GDS Amadeus ausgeweitet werden, um für Hotels und Autovermieter zu werben und das große Netzwerk der an das GDS angeschlossenen Reisebüros zu nutzen.

Digitale Umwandlung des Verkaufs in der Destination

Die Verkaufsstellen der kubanischen Reisebüros in Hotels und in einigen Hauptverkehrsstraßen der wichtigsten Städte und Tourismusorten müssen informatisiert werden, sie brauchen einen Computer oder Smartphone mit Zugang zu den Buchungszentralen ihrer Unternehmen oder Partnerunternehmen und müssen auf das GDS Amadeus (das garantiert heute nur Havannatur zu 100%) sowie die Buchungsmaschine des Transportunternehmens VIAZUL zugreifen können.

Auf diese Weise garantieren die Agenturen, die Tickets für Cubana de Aviación und andere Fluggesellschaften verkaufen und ALTEA Amadeus oder andere Kundenmanagementsysteme nutzen, tatsächlich Abwicklung in Echtzeit.

Abgesehen davon, dass der Prozess des Verkaufs und der Information der Kunden effizienter wird, reduziert man dadurch Fehler, Beschwerden und Telefonkosten.

Der Reisebüromitarbeiter ist weiterhin sehr wichtig, sogar für die digital natives.

Für die anderen, die 100% Onlinebuchung bevorzugen, ist es wichtig:

- An der Anpassung der Sites der Agenturen zu arbeiten, damit es möglich ist, Plätze zu buchen und sowohl mit internationalen Kreditkarten als auch mit den nationalen elektronischen Zahlungsmethoden (z.B. Transfermóvil, En Zona, etc.) bezahlen zu können, wobei die Si-

cherheit der Transaktionen gewährleistet sein muss.

- Die nationale Entwicklung neuer Apps für Mobiltelefone zu stärken, damit sich Reisende und Touristen informieren können, die Sehenswürdigkeiten am Reiseziel finden und vor allem buchen und möglichst auch bezahlen können.
- Dass Straßen- und Landkarten des Landes dieses ausschlaggebende Element besitzen, um die Verkäufe zu stärken und die Einnahmen pro Reisendem zu steigern.
- Die Hälfte aller Smartphone-Nutzer der Welt besitzen iPhones. Wir müssen es schaffen, dass unsere Apps auch mit IOS und nicht nur mit Android funktionieren.

Die Managementsysteme der kubanischen Hotels und Fluggesellschaften sollten die Kundenbindung fördern und belohnen

Es heißt, dass viele unserer Besucher Wiederholungsbesucher sind, aber bisher hat man praktisch noch keine Aktionen zur Kundenbindung durchgeführt.

Die einheimischen Hotelketten haben dieses Ziel noch nicht wirklich in ihren Strategien verankert, ebensowenig wie Cubana de Aviación. Einige internationale Ketten haben solche Kundenbindungssysteme weltweit verankert, aber da diese nicht mit den Systemen für Hotelmanagement Kubas vereinbar sind, werden sie in unserem Land nicht voll genutzt.

Das ist eine der wichtigsten Marketingaktionen. Es ist einfacher, einen Kunden zu binden, der uns schon kennt, als einen neuen zu gewinnen.

Fluggesellschaften, Hotel- und Restaurantketten sind die wichtigsten Nutzer der Treuesysteme, die in die Managementsysteme von Fluggesellschaften, Hotels und Buchungsportale eingebunden sind. Sie vergeben Punkte, belohnen die treuesten Kunden, erzielen damit, dass die Kunden die Er-

fahrung wiederholen wollen, und sind ein wichtiges Werbeinstrument.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist, dass die Kundenbindung in die so genannten Big Data eingebunden ist. Damit können die Organisationen mit den Punkten ihrer Kunden Daten austauschen, so dass diese zu einem Aktivum für die Intelligenz des Unternehmens und deren ständigen Verbesserung werden.

Intelligentes Reiseziel

Die WTO ruft die Regierungsbehörden der Destinationen und die anderen Spieler zusammen, um gemeinsam das Tourismusmodell des 21. Jahrhunderts zu analysieren und aufzubauen: die intelligenten Städte und Destinationen, die die derzeitige Entwicklungsphase charakterisieren, sowie die Anwendung der neuesten Technologien und Konzepte.

Diese Begriffe werden zu Marketingwerkzeugen im Bereich Unternehmens- und Entwicklungspolitiken, ebenso wie im Bereich der Markenwerbung der verschiedenen Elemente der Wertschöpfungskette im Bereich Reisen und Tourismus.

Im Einklang mit der Neuen Städteagenda der Vereinten Nationen und den Zielen für Nachhaltige Entwicklung konzentrierte sich der letzte Weltgipfel für Städtetourismus der WTO auf das Thema „Intelligente Städte, intelligente Destinationen“. Kuba hat die Aufgabe, die Leitlinien eines Strategieplans zu erarbeiten, um auf der Grundlage des generellen Konzeptes, das die WTO aufgestellt hat, ein eigenes Modell der intelligenten Destination zu „bauen“ und dieses in Einklang mit den Zielen der Reise- und Tourismusbranche der verschiedenen Länder im Hinblick auf 2030 zu bringen. Einige kubanische Universitäten arbeiten bereits an diesen Themen. Vielleicht wäre FITCuba 2020 ein guter Rahmen, um die Debatte über diesen Trend auszuweiten, die informell bereits bei der Tagung 2019 angeregt wurde. ■

| Technologische Trends | Strategische und kommerzielle Trends |
|--|---|
| · Künstliche Intelligenz | · Digitale Umwandlung von Fluggesellschaften, Flughäfen, Hotels, Agenturen etc. |
| · Das Internet der Dinge (IoT) | · Stärkung des Direktverkaufs von Hotels und Fluggesellschaften (durch NDC), aber die Mehrfachkanäle erhalten |
| · Virtuelle Wirklichkeit | · Die Nachhaltigkeit anpassen |
| · Roboter und Virtuelle Assistenten (Chatbots) | · Nach Städten und Intelligenten Destinationen Arbeiten |
| · Biometrische und Gesichtserkennung | · Das Handy als Zugangportal in die Onlinewelt, gestärkt durch das 5G-Netz |

Alle sind interessant für den kubanischen Markt, aber zweifellos gibt es noch viel einfachere Aspekte, die noch zu erledigen sind, und es lohnt sich, einige davon zu erwähnen.

70% der jungen Menschen weltweit sind online. Dieser Anteil ist bei den Touristen noch höher, viele reisen mit dem Smartphone in der Hand. Den Besuchern besseren Zugang in unser

KUB

gaviotahotels.com

Ganz Kuba mit einem Klick



Die offizielle Website von Hoteles Gaviota bietet alle wichtigen Informationen über die Hotels, die sich in den touristisch interessantesten und attraktivsten Gegenden des Landes befinden.

Das Produktportfolio der Gruppe erfüllt die unterschiedlichsten Erwartungen und höchsten Ansprüche. Es gibt Hotels in erster Meereslinie in Holguín, Cayos de Villa Clara oder Jardines del Rey; in den wunderbaren Naturgebieten Topes de Collantes, Cayo Cruz oder Cabo de San Antonio; sowie in Städten mit Kultcharakter in der Karibik wie Havanna, Baracoa oder Santiago de Cuba.

Der Fächer an Angeboten dieser Website wird nach und nach immer mehr erweitert; dank der Möglichkeit zur Buchung von Transportmitteln, Ausflügen, Spa-Behandlungen, Tauchgängen und vielem mehr können Sie so Ihre Reise vervollständigen.

Hoteles Gaviota garantiert Ihnen, dass Sie die Destination Kuba in all ihrer Herrlichkeit genießen werden. Angefangen bei den spektakulären Hoteles

Playa, modern, unterhaltsam, hell, gastfreundlich und familiär; All-Inclusive-Resorts mit vielfältigen gastronomischen Angeboten und vielen Elementen in Sachen Sport, Unterhaltung und Freizeitgestaltung unter freiem Himmel; bis hin zu den Hoteles Habaguanex, persönlich, komfortabel; diese laden dazu ein, ausgehend von der Ruhe der Patios und der Intimität ihrer Galerien und Zimmer das Alte Havanna zu entdecken; all das mit dem Plus des intensiven Kulturlebens in einer Gegend, auf die sich Museen,



Konzerthäuser, Kunstgalerien, Fachgeschäfte und historische Orte konzentrieren. Auch die kleinen, unglaublich attraktiven und komfortablen Villen laden dazu ein, ihr angenehmes Ambiente zu genießen und sich der Routine des Alltags zu entziehen.

Die professionellen User der Web haben Zugang zu Codes und Verkaufskommissionen, können Preise und Verfügbarkeiten in Echtzeit einsehen und ihren eigenen Kunden neue Destinationen und Hotels anbieten und sich dabei auf die Qualität verlassen, die mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Tourismusbranche garantieren.

Wir bieten eine dynamische Buchungsplattform mit neuem Design, auf der man garantiert die besten Preise, die besten Rabatte und die Sicherheit einer offiziellen Website mit persönlicher Betreuung vorfindet. Über sie wurden im Jahr 2019 Buchungen im Wert von 4,6 Millionen Pesos abgewickelt. Wir haben mit Optionen für Familien, Freunde oder Paare unsere Kunden erobert und an uns gebunden und bieten ihnen die Möglichkeit, unter den Häusern unserer Marken zu wählen und das Hotel ihrer Wahl zu buchen: Gaviota Hoteles, Hoteles Pla-



ya und Habaguanex. Außerdem erfahren sie über unseren Newsletter alles über Neueröffnungen und die aktuellen Nachrichten aus dem Alltag unserer Häuser.

Die Web gaviotahotels.com hat nicht nur Fotos der Hotels, sondern auch einen Blog mit Erlebnissen in den

Reisezielen und alle wichtigen Informationen über Events, die die Gruppe organisiert. Naturaleza Digital und Imasub sind internationale Fotografie-Wettbewerbe, die die wunderbare Umgebung, in denen sie stattfinden, nutzen; mit Hilfe von professionellen Fotografen und Amateuren werden so die üppigen Naturschönheiten der Berge von Topes de Collantes und die Meerestiefen von María La Gorda abgebildet. Die Tourismusbörse Destinos Gaviota hat ihrerseits bewiesen, dass sie genügend Bedeutung hat, um in den anspruchsvollen internationalen Terminkalender aufgenommen zu werden – eine einzigartige Gelegenheit für Reisebüros, Reiseveranstalter und andere wichtige Unternehmen der Branche, sich über die Neuerungen und Möglichkeiten der Tourismusgruppe Gaviota und ihrer Handels-

partner in Kuba zu informieren. Wir sehen also, es handelt sich um ein Produkt von weitreichendem Nutzen und eine wichtige Referenz, um künftigen Gästen, die die Naturschönheiten des Landes entdecken wollen, die Möglichkeiten des Reiseziels Kuba und der Tourismusgruppe Gaviota nahe zu bringen. Mit gaviotahotels.com bieten wir die Möglichkeit, Kuba zu lieben, zu träumen und Wohlbefinden, Entspannung, Geschichte und das Unbekannte zu genießen. Ihr Traum beginnt mit einem Klick. Gaviota macht ihn wahr.

INFORMATIONEN:

gaviotahotels.com
gaviota@gaviota.cu



hotel
roc presidente
★★★★★
Havana - Kuba

hotel
roc arenas doradas
★★★★★
Varadero - Kuba

hotel
roc barlovento
★★★★★
Varadero - Kuba

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

📍 **Zweigstelle Andalusien**
Avda. Isabel Manoja 9
29620 Torremolinos.
Tlf: (+34) 952 051 308
www.roc-hotels.com

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



KUB

Islazul, in jeder Stadt Kubas

Die Hotelgruppe Islazul, für die der Rundreise- und Naturtourismus groe Bedeutung hat, ist die einzige kubanische Hotelkette, die Zimmer in kleinen und mittelgroen Hotels in jeder Stadt und in jeder Tourismusregion des Landes bieten kann.

In den letzten Jahren hat sich Islazul darum bemüht, die Qualität ihrer Einrichtungen und Dienstleistungen im Sinne der neuen Tendenzen des nachhaltigen Tourismus zu stärken. In diesem Jahr eröffnet die Gruppe ihr erstes Boutiquehotel: Portales de Paseo, das sich vor allem durch seine Exklusivität auszeichnen wird. Es liegt in El Vedado, einem der lebendigsten Stadtteile Havannas mit zahlreichen Kunstgalerien, Museen, Theatern, Kinos und einem aktiven Nachtleben.

Die Kette arbeitet auch weiterhin an der Renovierung berühmter Gebäude in der Hauptstadt, wie des Hotels Colina, das neben dem Vorteil einer strategisch günstigen Lage durch seine familiäre Atmosphäre besticht; ein ideales Hotel, um neue Kräfte zu tanken und jeden Spaziergang durch die Stadt zu einem unvergesslichen Erlebnis zu machen. Auch am Hotel Lincoln, das zwischen der Altstadt und dem modernen Teil der Stadt liegt, nur wenige Schritte vom berühmten Malecón Havannas entfernt, werden umfangreiche Renovierungsarbeiten unternommen. Dieses Gebäude aus dem Jahr 1926 ist beliebt, da es sich schon seit vielen Jahren um die Besucher verdient macht und ein angenehmes, intimes und warmes Ambiente verströmt.

Islazul schätzt sehr den Beitrag ausländischer Investoren, die die Gruppe bei ihren Bemühungen unterstützen, die Qualität des Portfolios zu steigern; daher arbeitet sie mit Verträgen für Verwaltung und Kommerzialisierung mit Finanzierung. Auf diese Weise hat sich die Gruppe zum Beispiel mit Meliá



Lincoln Hotel.



Colina Hotel.

Hotels International S.A. zusammengeschlossen, die zwei Hotels in Camagüey verwalten wird: das Gran Hotel und das Hotel Colón. Dank verschiedener Verbesserungen und Investitionen im Laufe des Jahres 2020 wird das Hotel Camagüey das erste Hotel der Marke Innside in Kuba.

Im Jahr 2019 feierte die Hotelgruppe Islazul ihr 25jähriges Bestehen mit verschiedenen Neueröffnungen in wichtigen Destinationen des Landes. Dazu gehört das Hostel Vedado Azul in Havanna, dessen Konzept ideale Nutzung des Platzes und günstige Preise verbindet; das macht das Hotel ideal für Studenten und Freundesgruppen, die das Kulturerbe der kubanischen Hauptstadt kennen lernen wollen. Eine weitere Neuerung war das Hotel Deportivo in Santiago de Cuba mit 106 Zimmern, das ganz in der Nähe der

wichtigsten Sporteinrichtungen dieser Stadt im Osten des Landes liegt und das entsprechende Ambiente eines Sport-hotels besitzt.

Heute hat Islazul 9.317 Zimmer, die meisten in der Kategorie drei Sterne. Die Gäste sind vorwiegend Einheimische, gefolgt von Besuchern aus Kanada, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Russland. Für dieses Jahr hat die Gruppe gute Wachstumsaussichten.



#HotelesIslazul



Barceló

HOTEL GROUP

barcelo.com

Varadero Resort by **Barceló**
Barceló Solymar
Occidental Arenas Blancas
allegro Palma Real



Kuba. Der beste Ort, der beste Urlaub.

Wir von der Barceló Hotel Group machen jeden Ort zum besten Ort, denn wir machen das meiste aus der einheimischen Kultur und laden Sie ein, auch noch die verstecktesten Ecken zu entdecken. Bei der Betreuung unserer Gäste achten wir auf das kleinste Detail. Nur so schaffen wir es, dass Ihr Urlaub zum besten Urlaub überhaupt wird.



Carretera Las Américas KM 3.5
 Varadero, Matanzas, Cuba
 Cuba. Teléf. y Fax: 5345-614499

www.barcelo.com

Buchungen:
 reserva@resortsolymar.gca.tur.cu
 reservas@palmareal.gca.tur.cu
 Call Center: (+52) 5 580 0421
 E-mail: sac7@barcelo.com

Inserenten Index

| Inserent | Seite |
|---|--------|
| ADEJE, AYUNTAMIENTO | 50, 51 |
| AFFILIRED | 71 |
| ALCUDIA, AYUNTAMIENTO | 22 |
| APPLE LEISURE GROUP | 35 |
| BLUE SEA HOTELS | 15 |
| BLUEBAY HOTELS & RESORTS | 37 |
| CALVIA, AYUNTAMIENTO | 42 |
| GPRO VALPARAISO PALACE & SPA | 21 |
| GRAN CANARIA, PATRONATO DE TURISMO | 77 |
| GRUPOTEL | 39 |
| H10 HOTELS | 116 |
| HIPOTELS | 19 |
| HM HOTELS | 2, 3 |
| HOTEL BOTANICO | 49 |
| HOTEL SÚMMUM | 63 |
| HOTELES SAINT MICHEL | 40, 41 |
| HOTELS VIVA | 11 |
| IBACAR | 20 |
| IBIZA, CONSELL INSULAR | 32, 33 |
| ILLES BALEARS - AETIB | 26, 27 |
| ILUNION HOTELS | 64, 65 |
| LOPESAN HOTEL GROUP | 9 |
| LORO PARQUE / SIAM PARK / POEMA DEL MAR | 48 |
| MAJESTIC RESORTS | 115 |
| MALLORCA, FUNDACIÓ TURISME | 28, 29 |
| MAR HOTELS | 43 |
| MENORCA, FUNDACIÓ FOMENT DEL TURISME | 30, 31 |
| MIX HOTELS | 38 |
| MP HOTELS | 25 |
| OK RENT A CAR | 7 |
| PARADISO GARDEN | 55 |
| PRINSOTEL | 18 |
| PROTUR HOTELS | 13 |
| RIU HOTELS | 4 |
| SANTA EULARIA DES RIU, AYUNTAMIENTO | 34 |
| SENATOR HOTELS & RESORTS | 58, 59 |
| SIDETOURLS INCOMING SERVICES | 23 |
| SIGILLUM SIGNATURE HOTELS | 16, 17 |
| THB HOTELS | 53 |
| ZAFIRO HOTELS | 61 |




MAJESTIC
 RESORTS
 Entdecke den Majestic Lifestyle

Ocean Coral Spring

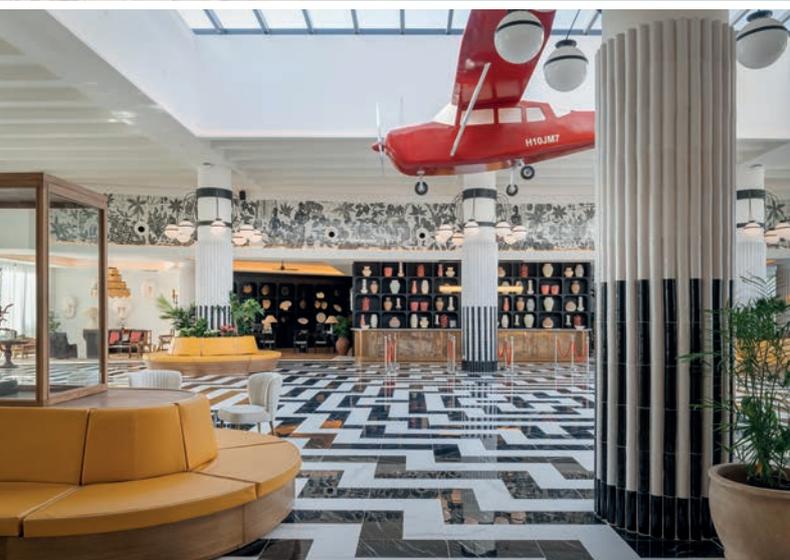
Das neue Luxus-Erlebnis in Jamaika



Wir denken an Sie



Eröffnet
im Jahr
2019



Das exklusive Ocean Coral Spring befindet sich unmittelbar am Meer gelegen in Jamaika. Dieses erst kürzlich eröffnete 5-Sterne Resort liegt inmitten der Natur an einem herrlichen weißen Sandstrand umsäumt von türkisfarbenem Wasser. Es besticht durch ein große Poolanlage, sieben Themenrestaurants und ein breites Angebot an Serviceleistungen. Das Resort verfügt ebenfalls über zwei Tennisplätze und einen Wasserpark.

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

Mountain Spring Bay, Coral Spring
Trelawny, Jamaica
T (34) 900 444 466
reservations@h10hotels.com

www.h10hotels.com