

03.03.2015

ERÖFFNUNGSBERICHT: ITB Berlin ist starker Marktplatz in turbulenten Zeiten

10.096 Aussteller aus 186 Ländern – Messegelände komplett belegt – Premiere für World Legacy Awards mit National Geographic – Erstes Buyer Seller Speed Dating bringt Einkäufer mit internationalen Ausstellern zusammen – Große Zuwächse aus Asien, Indien und den arabischen Ländern – Gay & Lesbian-Travel, Adventure & Sustainable Travel sowie Travel Technology wachsen weiter – Erste „toolsLounge“ bündelt webbasierte Anwendungen für die Branche

Die 49. Auflage der ITB Berlin ist erneut ausgebucht und verzeichnet stabile Ausstellerzahlen. Vom 4. bis 8. März 2015 präsentieren 10.096 Aussteller aus 186 Ländern in 26 Hallen einen repräsentativen Überblick über das globale Reiseangebot und wachstumsstarke Marktnischen.

In den 26 Hallen auf dem Berliner Messegelände präsentieren mehr als zwei Drittel internationale Aussteller ihre Angebote. Erneut werden über 100.000 Fachbesucher auf der weltweit führenden Messe der internationalen Reiseindustrie erwartet. Am Wochenende kann das Privatpublikum bei den Ausstellern direkt Reisen buchen. Im Fokus steht das offizielle Partnerland Mongolei. Auf einer doppelt so großen Fläche wie im Vorjahr informieren 30 mongolische Aussteller in Halle 26c über ihr Angebot. In Halle 4.1 präsentiert die Mongolei nachhaltige Reisen. Mongolische Gastfreundschaft erwartet die Besucher der ITB Berlin in einer großen Jurte am Eingang Süd. Die ITB Berlin vergibt dieses Jahr zusammen mit der Zeitschrift National Geographic zum ersten Mal den World Legacy Award und zeichnet damit nachhaltige Tourismusprojekte aus.

Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH: „Die ITB Berlin ist ein starker Marktplatz und bietet für die internationale Reiseindustrie optimale Voraussetzungen für Geschäftsverhandlungen und -abschlüsse. Dies ist in turbulenten Zeiten angesichts eines schwächeren Euros und Unsicherheiten durch Terroranschläge und Konflikte besonders wertvoll und wichtig.“ Die Geschäftsabschlüsse der Aussteller lagen 2014 nach Schätzungen der Messe Berlin bei 6,5 Milliarden Euro. „In diesem Jahr haben wir den gut etablierten ITB Buyers Circle ausgebaut und führen das erste Buyer Seller Speed Dating durch. So wollen wir den guten Geschäften unserer Aussteller noch einmal einen kräftigen Schub geben. Zudem diskutieren wir auf dem ITB Kongress alle Fragen, die die Branche bewegen. Mit Best-Practice Beispielen, aktuellen und exklusiven Studienergebnissen sowie Trendthemen der globalen Touristik ist der größte Fachkongress der Branche eine unverzichtbare Wissensplattform“, so Christian Göke weiter.

Effektive, internationale Business-Plattform

Der Buyers Circle der ITB Berlin umfasst 850 handverlesene Top-Einkäufer der internationalen Tourismusindustrie, die aus den Bereichen Business Travel, MICE und Leisure Travel kommen. Ihr verfügbares Kaufvolumen bewegt sich zwischen 100.000 Euro und mehr als zehn Millionen Euro. Der Kreis ist ausgesprochen international: Knapp 80 Prozent der Einkäufer kommen aus Europa, rund acht Prozent aus dem Mittleren Osten. Sieben Prozent der Einkäufer reisen aus Nordamerika an. Erstmals in diesem Jahr findet am 5. März 2015 das ITB Speed Networking im Marshall-Haus statt. 300 vorab registrierte Aussteller stellen den Einkäufern ihre Produkte vor. Alle Plätze waren innerhalb eines Tages ausgebucht. Die Bandbreite der Aussteller reicht von Hotels über Destinationen bis hin zu verschiedenen Segmenten wie Adventure Travel und deckt alle Bereiche der internationalen Reisebranche ab.

Wertvolles Wissen aus erster Hand

Sharing Economy ist das Schwerpunktthema beim ITB Berlin Kongress 2015. Sieben Kongress-Veranstaltungen beleuchten die damit einhergehenden Herausforderungen und Potentiale für die Branche. Auf dem ITB Future Day wird die Zukunft des Weltluftverkehrs und des Online-Reisevertriebs diskutiert. In den verschiedenen Sessions des ITB Hospitality Days demonstrieren Experten Sicherheitsfallen für Hoteliers und spüren dem Lifestyle-Gefühl in Budget- oder Luxushotels nach. Der ITB Hospitality Day feiert in diesem Jahr sein 10-jähriges Jubiläum. Auf den ITB Destination Days zeigt das Partnerland Mongolei die Potentiale des Tourismus in Marktnischen.

Der ITB Berlin Kongress hat sich mittlerweile als Wissenslieferant etabliert. Auf dem Programm stehen in diesem Jahr vier Studien, die extra anlässlich der ITB Berlin erstellt wurden. Die Preisbereitschaft von Urlaubern weltweit haben Travelzoo und die ITB Berlin in einer exklusiven empirischen Studie untersucht. Dabei kam unter anderem heraus, dass für 60 Prozent der Deutschen im Urlaub das Erlebnis, und nicht der Preis im Vordergrund steht. Ausgehend von dieser Frage wurden mehr als 5.000 Urlaubsinteressierte aus Nordamerika, China, Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Spanien befragt, welchen Schwerpunkt sie beim Reisen setzen. Es zeigte sich, dass das Erlebnis zum Beispiel bei Wellness-Reisen wichtiger ist, während beim Transport mehr auf den Preis geschaut wird. Richard Singer, Managing Director Europe Travelzoo, erläutert auf dem ITB Marketing and Distribution Day die Ergebnisse und gibt Anregungen, wie sich die Marge in der Reisebranche steigern lässt.

Die exklusive empirische Studie der ITB Berlin und der Hochschule Worms unter mehr als 1.000 Befragten zeigt, dass

Vermittlungsplattformen für private Unterkünfte wie Airbnb, wimdu oder 9flats vornehmlich dafür genutzt werden, um Geld zu sparen. Knapp 80 Prozent halten das Preis-Leistungs-Verhältnis von Privatunterkünften für besser als bei Hotels. Darüber hinaus halten etwa 75 Prozent der Befragten Privatunterkünfte für gemütlicher als Hotelzimmer. Prof. Dr. Roland Conrady, Wissenschaftlicher Leiter des ITB Berlin Kongresses und Präsident der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft DGT e.V., Hochschule Worms, stellt diese und weitere Ergebnisse vor.

Die Entwicklung der touristischen Nachfrage in Deutschland und die Urlaubsreisetrends 2025 nimmt Prof. Dr. Martin Lohmann, Managing Director, NIT New Insights for Tourism, Kiel; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel, Leuphana University of Lüneberg, unter die Lupe. Der demographische Wandel, die starke Multi-Optionalität der Kunden und neue Strategien im Informations- und Entscheidungsverhalten werden die Nachfrage beeinflussen. Dem gegenüber wird für die Zukunft eine stabil hohe Nachfrage und ein gleichbleibendes Reiseverhalten prognostiziert. Die grundsätzlichen Motive für Urlaubsreisen werden sich in den kommenden zehn Jahren voraussichtlich nicht ändern.

Aktuelle Trends und Zukunftsperspektiven der Sharing Economy stellt Caroline Bremner, Head of Travel Euromonitor International, beim ITB Marketing and Distribution Day vor. Der Umsatz mit Privatunterkünften belief sich im Jahr 2013 auf 39 Milliarden US-Dollar. Für die Jahre 2013 bis 2018 wird eine Steigerung von 19 Prozent auf bis zu 46 Milliarden US-Dollar erwartet. Technische Neuerungen erleichtern dank sicherer Online-Zahlungsmöglichkeiten und Geo-Location Applikationen die Nutzung. Vor allem die Generation Y zählt zu der wichtigsten Zielgruppe, wobei immer mehr ältere Menschen Angebote von Airbnb oder Uber in Anspruch nehmen. Hinderlich für die weitere Verbreitung von Sharing Economy-Angeboten kann in manchen Ländern und Städten die Gesetzgebung sein.

Premiere für World Legacy Awards

Corporate Social Responsibility und sozial verantwortlicher Tourismus sind auf der ITB Berlin 2015 erneut Schwerpunktthema. Im Scheinwerferlicht stehen erstmals Reiseunternehmen, -organisationen und Destinationen, die mit herausragenden Leistungen die globale Umwandlung der Reiseindustrie auf der Basis nachhaltiger Tourismusprinzipien und -praktiken vorantreiben. In Kooperation mit National Geographic zeichnet die ITB Berlin die besten Projekte mit den neu konzipierten World Legacy Awards aus. Die Preise werden in den fünf Kategorien Earth Changers (Erdveränderer), Sense of Place (Erhaltung der Bedeutung eines Ortes), Conserving the Natural World (Erhaltung der natürlichen Umwelt), Engaging Communities (Preis für gesellschaftliches Engagement) und Destination Leadership (hervorragendes Destinationsmanagement) vergeben. Auch in Halle 4.1 (Adventure Travel & Responsible Tourism) und auf dem ITB CSR Day stehen Nachhaltigkeit und Menschenrechte im Vordergrund. Der größte Think Tank der internationalen Reiseindustrie greift beispielsweise mit dem Studiosus-Gespräch zu „Tourismus in Slums“ ein wichtiges Thema auf. Zudem wird die ITB Berlin in diesem Jahr den UNWTO Global Code of Ethics unterzeichnen. Als führende Reisemesse der Welt engagiert sich die ITB Berlin seit Jahren, um soziale und ökologische Verantwortung in der internationalen Reiseindustrie weiterzuentwickeln und auszugestalten. So setzt sie sich auch seit langem erfolgreich für die Entwicklung des Segments LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender) ein, das heute zu den wachstumsstärksten Segmenten auf der ITB Berlin gehört. Der Gay & Lesbian Travel Pavillon auf der ITB Berlin ist die weltweit größte Plattform für LGBT und punktet dieses Jahr mit zahlreichen neuen Ausstellern.

Travel Technology treibt die Branche

Weiteres Wachstum kommt aus dem Bereich Travel Technology, das auf der ITB Berlin eines der größten und internationalsten Ausstellungssegmente weltweit ist. Rund dreißig Neuaussteller und insgesamt über 170 Firmen werden ihre Innovationen und Produkte präsentieren. Newcomer sind unter anderem Baidu, die chinesische Suchmaschine in der Größenordnung von Google, und Qunar, eines der größten Buchungsportale in China. Vor allem im internationalen Bereich nimmt das Segment Travel Technology Fahrt auf. Neben Unternehmen aus China sicherten sich bereits neue Anbieter aus England (Intuitive Systems, Hotel Room Auction), Finnland (Frosmo), Indien (Travel BPO, Moxiter), Frankreich (Flatswire) und der Türkei (Yield Planet) Ausstellungsflächen. Außerdem haben sich mehrere italienische Travel Start Ups zu einem Gemeinschaftsstand „Start Up Italia“ zusammengeschlossen. Im Zeitalter der Digitalen Transformation steigt der Bedarf an webbasierten Tools stetig – sowohl branchen- als auch fachbereichsübergreifend. Um dem wachsenden Informationsbedarf gerecht zu werden, ist die ITB Berlin erstmalig eine Kooperation mit der Expo + Konferenz „tools“ eingegangen. Unter dem Motto „working webbased in tourism“ werden in der „toolsLounge“ webbasierte Produkte präsentiert, die sich an Marktteilnehmer im Bereich Tourismus richten und aufzeigen, wie Geschäftsprozesse erfolgreich digitalisiert und automatisiert werden können.

Großer Andrang aus dem Nahen Osten, Asien und Lateinamerika

Die Nachfrage aus den arabischen und asiatischen Ländern ist auf der ITB Berlin außerordentlich hoch, was die stetig wachsende Beliebtheit dieser Destinationen bei Reisenden widerspiegelt. Der Iran erlebt als Kulturreiseziel einen Aufschwung und belegt auf der ITB Berlin erstmals eine eigene Halle (7.2a). Die Hallen 5.2a und b sind komplett ausgebucht. Unter anderem hat Indien wieder eine ganze Halle belegt. Afghanistan ist wieder zurück auf der ITB Berlin. Erstmals ist Gilgit Baltistan, die Wander-Destination aus Pakistan, vertreten. Länder aus Zentralasien (früher Halle 7.2a) haben in Halle 2.1, neben den USA und Russland, eine neue Heimat gefunden.

Als boomende Regionen auf der touristischen Landkarte drängen Brasilien und Argentinien verstärkt in den Markt. Auf der diesjährigen ITB Berlin sind sie so präsent wie nie zuvor. Brasilien ist gleich dreimal vertreten: In Halle 4.1 (Eco Tourism, Adventure Travel), Halle 3.1 (LGBT - Lesbian, Gay, Bisexual und Transgender) und mit einem großen Länderstand in Halle 1.1. Argentinien informiert die Besucher sowohl am eigenen Länderstand in Halle 1.1 als auch im Segment LGBT (Halle 3.1). Honduras kehrt nach einer Unterbrechung seiner Beteiligung auf die ITB Berlin zurück. Auch Afrika ist wieder sehr stark mit Ausstellern aus allen Bereichen vertreten.

Neue Aussteller sowie Hallen- und Standkonzepte

Neu in Halle 3.1 ist das Turkish Village. Hier versammeln sich zusätzlich zum großen Türkei-Stand in Halle 3.2 Tourismusvertretungen, Reiseveranstalter (neu sind Novissima Touristic, Suay Tour, Afrodite Tour) sowie Aussteller aus Kultur und Gesundheitswesen unter einem Dach. Auch Polen wird mit einem neuen Standkonzept in Halle 15.1 seine Neuigkeiten und Produkte noch mehr bündeln.

Größer als je zuvor präsentiert sich Holland auf der ITB Berlin – mit rund 45 Ausstellern auf erstmalig 280 Quadratmetern ist das kleine Land in Halle 10.2 bestens vertreten. Wiedervereint sind die Benelux-Länder in Halle 10.2 mit Niederlande, Belgien und Flandern. Auch Luxemburg, bisher in Halle 18, ist erstmals am Stand der Benelux-Länder zu finden.

Vollkommen neu aufgestellt wurde die Halle 14.1. Hier präsentieren Hotels, Autovermietungen, Reiseveranstalter und weitere Anbieter aus Berlin ihre neuesten Produkte. Wiederkehrer im Premiumsegment machen die Hotel-Halle 9 noch attraktiver. Hilton und Hyatt zeigen nach einer Pause wieder Präsenz. Neue Aussteller verzeichnen die Hallen 8.1 mit Meeting Masters, einem der wichtigsten MICE-Portale in Deutschland, und die Halle 18 mit Lidl-Reisen. Zurück sind der Verband der Fährschiffahrt, Warner Brothers und Greenland Travel.

Die Halle 11.1 mit dem Schwerpunkt Jobs im Tourismus ist mit vierzig Ausstellern aus acht Ländern noch internationaler geworden. Neu sind Emirates Academy, hoteleducation.ch und Sixt. Sie beraten als Arbeitgeber Jobsuchende.

Über die ITB Berlin und den ITB Berlin Kongress

Die ITB Berlin 2015 findet von Mittwoch bis Sonntag, 4. bis 8. März, statt. Von Mittwoch bis Freitag ist die ITB Berlin für Fachbesucher geöffnet. Parallel zur Messe läuft der ITB Berlin Kongress von Mittwoch bis Samstag, 4. bis 7. März 2015. Er ist weltweit der größte Fachkongress der Branche. Mehr Informationen sind zu finden unter <http://www.itb-kongress.de>. Die ITB Berlin ist die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie. 2014 stellten 10.147 Aussteller aus 189 Ländern ihre Produkte und Dienstleistungen rund 174.000 Besuchern, darunter 114.000 Fachbesuchern vor.

Treten Sie dem **ITB Pressenetz** auf <http://www.xing.to/itb-pressenetz> bei.

Werden Sie **Fan der ITB Berlin** auf <http://www.facebook.de/ITBBerlin>.

Folgen Sie der ITB Berlin auf https://twitter.com/ITB_Berlin.

Sie finden **aktuelle Informationen im Social Media Newsroom** auf <http://newsroom.itb-berlin.de>

Pressemeldungen im Internet finden Sie unter <http://www.itb-berlin.de> im Bereich Presse/Pressemitteilungen. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie dort die **RSS-Feeds**.