



ITB Berlin
Spezial-Pressedienst
08 / 2010

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

*Kulturhauptstadt: Ein Glücksfall
Ausgewählte Städte gewinnen Besucher
und Prestige*

Autor: Sabine Neumann
Horst Schwartz

Die Idee war grandios. 1985 schlug Melina Mercouri dem Rat der Europäischen Gemeinschaft vor, „Kulturstädte Europas“ zu küren. Die Kulturministerin Griechenlands, schon als Schauspielerin („Sonntags nie“) zu Weltruhm gekommen, überzeugte ihre EU-Kollegen, „gemeinsame kulturelle Strömungen in Europa herauszustellen“ und eine „dauerhafte kulturelle Zusammenarbeit der EU-Länder zu fördern“. Ihre Bedingung: Die auszuwählende Stadt muss sich durch ihr historisches Erbe, ihre Architektur und ihr kulturelles Spektrum qualifizieren. Klar, dass Athen den Auftakt bildete.

25 Jahre später präsentieren sich auf der **Internationalen Tourismusbörse ITB Berlin 2010 vom 10. bis 14. März** gleich drei Bewerber - auf ihren Messeständen und im Segment **ITB Future Day des ITB Kongresses** (Mittwoch, 10. März). Den Titel „Kulturhauptstadt Europas“, wie das Prädikat seit 2005 heißt, teilen sich das südungarische Städtchen Pécs (Fünfkirchen), die auf zwei Kontinenten liegende Metropole Istanbul und die nordrhein-westfälische Ruhr-Region unter dem Markennamen RUHR.2010. Sie wurden am 11. April 2006 von der Europäischen Kommission ernannt und im Herbst des Jahres durch den Rat offiziell bestätigt. Essen/Ruhr steht für die „alten“ EU-Mitgliedsstaaten, Pécs für die neuen. Seit 2009 legt die EU Wert auf diese Kombination. Istanbul hat sich als Vertreter von Nicht-Mitgliedsstaaten, die sich zusätzlich bewerben können, gegen Kiew durchgesetzt. In Deutschland gab es ursprünglich sechzehn Kandidaten von Augsburg bis Regensburg, die 2005 von einer internationalen Jury unter Federführung der Kultusministerkonferenz (KMK) unter die Lupe genommen wurden. Das Auswärtige Amt meldete schließlich Essen und Görlitz an das Europäische Parlament und die Kommission. Ungarn wählte aus elf Städten, darunter Budapest, seinen Favoriten.

Es mag Zufall sein, dass Pécs genau auf der Mitte zwischen Istanbul und der Region Ruhr liegt. „Diese drei Städte auszuwählen, ist eine sinnige Konstellation“, stellt Csaba Ruzsa fest. Als Chef des Pécs2010-Managements bereitet er die Kulturhauptstadt-Würde für die erste ungarische Ernennung vor. Ruzsa: „Im Lauf der 2000-jährigen Geschichte integrierte Pécs auch deutsche und türkische Geschichte.“ In 20 Dörfern rund um die 150.000 Einwohner zählende Universitäts- und Bischofsstadt finden sich noch „Stiffolder“, Nachfahren der Deutschen, die Ende des 18. Jahrhunderts aus dem Fuldaer Land einwanderten. Knapp 150 Jahre hielten die Türken Pécs besetzt. Sie hinterließen prachtvolle Moscheen, darunter die des Paschas Jakowali Hassan. Sie gilt als besterhaltenes islamisches Bauwerk in ganz Ungarn. Als eines von acht Weltkulturerben in Ungarn besitzt Pécs frühchristliche Begräbnisstätten, zudem prächtige Barockbauten und die bekannte Porzellanfabrik Zsolnay, die jetzt als Zentrum für zeitgenössische Kunst eine neue Aufgabe erhält. In der Altstadt plätschert der Zsolnay-Brunnen, ein Kunstwerk im schönsten Jugendstil. Ungarischen Jugendstil repräsentiert auch das Hotel Palatinus, das heute zur Gruppe der Danubius Hotels gehört. In seinen Mauern hat schon Béla Bartók zum Konzert aufgespielt.

Programm-Motto: Die grenzenlose Stadt

Es ist erstaunlich, was das kleine Pécs im Kulturhauptstadtjahr an Konzerten, Ausstellungen, Gastspielen auf die Beine stellt. Das Motto des ungarischen Pioniers heißt „Die grenzenlose Stadt“. 30 Orte aus Südtransdanubien und der ganzen Großregion werden ins Festprogramm einbezogen, darunter Triest, Maribor und Novi Sad. Im Frühjahr gastiert das Budapester Frühlingsfestival in Pécs. Die Ausstellung „Ungarn im Bauhaus“, die von August bis Oktober gezeigt wird, wandert im Anschluss nach Berlin. Zum Weinlieder-Festival vom 24. bis 26. September reisen Chöre aus aller Welt an, Pécs mit seiner mediterranen Atmosphäre ist ein bedeutendes Weinbaugebiet.

„Wir sind stolz auf unsere Kunst und Weinkultur“, betont Kristóf Sztojanovits, Deutschland-Direktor des Ungarischen Tourismusamtes. Er erwartet sich vom Kulturhauptstadtjahr eine Neupositionierung Ungarns im deutschen Markt, bei dem bislang vor allem Budapest und der Balaton im Fokus stehen.

Ob die Rechnung aufgeht, zeigt sich vielleicht schon auf dem ITB Future Day am Mittwoch, 10. März, in Berlin. Im Rahmen des ITB Berlin Kongress werden Vertreter der drei Kulturhauptstädte Europas 2010 ein erstes Fazit ziehen. Ein knappes Dutzend deutscher Reiseveranstalter hat Pécs in sein Programm aufgenommen. Es sind die kleineren, vor allem die Ungarn-Spezialisten. Die großen halten sich zurück. „Pécs spielt im diesjährigen Trio eine untergeordnete Rolle“, gibt Frank Stoll, Leiter der TUI Städtereisen, zu. Im Katalog „TUI Städte Erleben“ ist die Stadt nur im Anschluss an einen Budapest-Aufenthalt buchbar. Stoll führt das „nicht zuletzt auf die vergleichsweise schlechte Anbindung“ zurück. Wird es helfen, dass 13 Mitglieder des Ungarischen Reisebüroverbandes MUISZ ihren deutschen Partnern temporäre Gratis-Vignetten für die ungarischen Autobahnen anbieten? Der große Touristenstrom wird wohl ausbleiben.

Den kennt Istanbul aus dem Alltagsgeschäft. Die Stadt erfährt konstant immer größeren Zuspruch. Bei der TUI zählt die Metropole am Bosphorus seit Jahren zu den Top 20-Destinationen. „Istanbul entwickelt sich immer mehr zur Trendstadt“, schwärmt Stoll. Neben der einmaligen Kultur sind es „vor allem die Themen Lifestyle, Nightlife und Shopping, die Istanbul bei jungen Gästen immer beliebter machen.“ Das Prädikat „Kulturhauptstadt“ wird diesen Trend weiter verstärken. Er wird sich nach Stolls Einschätzung „generell auch in den kommenden Jahren fortsetzen“. Zuversichtlich und stolz äußert sich der für Tourismus zuständige Kulturattaché der Botschaft der Republik Türkei in Berlin, Hüseyin Gazi Coşan: „Istanbul erhält die nach meiner Meinung längst verdiente Aufmerksamkeit.“

Arvo Pärt komponiert für Istanbul

Viele Baumaßnahmen aus Anlass des Kulturhauptstadt-Jahres sowie das Programm werden Aufmerksamkeit generieren. Unzählige historische Gebäude und architektonische Sehenswürdigkeiten wurden restauriert, darunter die große Küche des Topkapi Serails mit ihren wertvollen chinesischen und japanischen Porzellan-Sammlungen, die Süleymaniye Moschee, deren Minarette das Stadtbild prägen, und der berühmte Große Basar. Auch die über 1.500 Jahre alte Hagia Sophia, erst Hauptkirche des [Byzantinischen Reiches](#), dann wichtigste Moschee der Osmanen und heute Museum, erhielt eine Schönheitskur. Mit dem Kulturhauptstadt-Programm will Istanbul, die einzige Stadt der Welt auf zwei Kontinenten, ganz im Sinne Melina Mercouris „eine Brücke zwischen den Kulturen schlagen“. Özgül Özkan Yavuz von der Agentur Istanbul Kulturhauptstadt 2010 formuliert es als „Brücke zwischen West und Ost, alt und neu, Islam, Christen- und Judentum“. Erde, Wasser, Luft und Feuer bilden das Motto des Programms: Erde für die Tradition, Luft für das Treffen in- und ausländischer Musiker, Wasser als Synonym für die vielen Veranstaltungen am Bosphorus, Feuer als Sinnbild für die Gestaltung der Zukunft und Symbol für Moderne Kunst und alle für die 12-Millionen-Bevölkerung der Stadt zugänglichen Aktivitätsprogramme. Damit auch „unterprivilegierte Bewohner“ (Yavuz) von den Projekten profitieren, wird u.a. im Rahmen der Aktion „Portable Art“ Bildende Kunst in alle 39 Stadtteile und damit auch in abgelegene Orte der Mega-Stadt gebracht. Mit zahlreichen Veranstaltungen erfüllen die Programm-Macher den Anspruch der EU, „kulturelle Veranstaltungen und künstlerischen Austausch mit Künstlern aus anderen EU-Städten zu fördern, die zu dauerhafter kultureller Zusammenarbeit führen“. Sieben zeitgenössische Künstler aus sieben EU-Ländern leben und arbeiten mit jungen lokalen Künstlern zusammen im neuen „Kunstproduktionszentrum Kadirga“. Gemeinsam

werden sie im vierten Quartal dieses Jahres ausstellen. Als „eines der größten und wichtigsten Konzerte“ im Kulturhauptstadt-Jahr hebt Kulturattaché Coşan das Konzert des estnischen Komponisten Arvo Pärt am 7. Juni hervor. Der zu den bedeutendsten lebenden zeitgenössischen Komponisten gehörende Pärt hat eigens für Istanbul ein Werk komponiert. Als diesjähriges Partnerland der Internationalen Tourismusborse ITB Berlin 2010 wird die Türkei in Halle 3.2 auf einer 3.000 Quadratmeter großen Standfläche alle Facetten des touristischen Angebots präsentieren - natürlich auch Istanbul mit dem Kulturhauptstadt-Jahr, der Stadtverwaltung und Hotels.

Kirchturmdenken ade

Der Stand der RUHR.2010 GmbH in Halle 8.2, Stand 101 hat seine Feuertaufe im letzten Jahr bestanden, als mit der Metropole Ruhr erstmals kein Urlaubsland, sondern eine Urlaubsregion Partner der ITB war. Schon damals zeichnete sich ab, dass Skeptiker nicht Recht behalten sollten: Die Destination Ruhr fand mit ihrem 400 Quadratmeter großen Stand bei Fachbesuchern und Urlauberpublikum großen Anklang. Auch die Politik applaudierte. „Beeindruckend ist, dass die 53 Städte des Ruhrgebiets in vorbildlicher Weise ihre bisherige Kirchturmpolitik hinter sich gelassen haben“, lobte die Bundestagsabgeordnete Marlene Mortler, Vorsitzende der Arbeitsgruppe Tourismus der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Mortler: „Das ist für ganz Deutschland eine große Chance, sich weltweit als Kultur- und Tourismusstandort zu präsentieren.“ In der Tat ist die Leistung der RUHR.2010 GmbH – und auch der Ruhr Tourismus GmbH – beachtlich: Sie brachten 53 Städte und Gemeinden mit insgesamt 5,3 Millionen Bewohnern unter einen Hut. Als Zeichen der Einigkeit läuteten zur Eröffnung am 9. Januar an allen Orten zur selben Zeit die Glocken. 65,5 Millionen Euro beträgt der Etat für die nordrhein-westfälische Kulturhauptstadt-Region. Nicht weniger als 2.500 Veranstaltungen müssen finanziert werden. Schon die Titel klingen spannend: „ExtraSchicht“ (Die Nacht der Industriekultur – ein Sommerfest am 19. Juni an 40 Spielorten überall in der Metropole Ruhr), „EMSCHERKUNST.2010“ (ab Mai 100 Tage dauerndes Kunstprojekt auf der 34 Kilometer langen Emscherinsel zwischen [Rhein-Herne-Kanal](#) und [Emscher](#) mit den Städten [Herne](#), [Recklinghausen](#), [Gelsenkirchen](#), [Essen](#) und [Bottrop](#)) oder „AufRuhr 1225!“ (Ritter, Burgen und Intrigen, Mittelalterausstellung seit Ende Februar bis Ende November im Westfälischen Landesmuseum für Archäologie in Herne). Spektakulär wird die gemeinsame Singveranstaltung von Ruhrpott-Bewohnern und -Besuchern: „!Sing – Day of the Song“ findet am 4. und 5. Juni unter Mitwirkung des Vokalkünstlers Bobby McFerrin statt und endet mit dem größten Chorkonzert Europas – 65.000 Chorsängerinnen und -sänger in der Arena „Auf Schalke“! Am 18. Juli setzt der Pott noch einen drauf: Auf 60 Kilometern wird Deutschlands meistbefahrene Autobahn A40 zwischen Duisburg und Dortmund gesperrt und mit 20.000 Biergarten-Garnituren für ein „großes Begegnungsfest der Kulturen, Nationen und Generationen“ bestückt. Tische und Plätze kann man sich im Vorverkauf reservieren. Melina Mercouri wäre begeistert!

Imagewandel im Ausland

Die Kosten für das Programm müssen die RUHR.2010-Geschäftsführer Dr. Fritz Pleitgen und Prof. Dr. Oliver Scheytt an der Spitze des Organisationsteams nicht alleine stemmen. Ausgewählte Veranstaltungen einer Kulturhauptstadt, die „eine europäische Dimension aufweisen“, kann die EU über ihr Rahmenprogramm „Kultur 2000“ auf Antrag finanziell unterstützen. Allerdings darf der EU-Beitrag 60 Prozent der jeweiligen Projektkosten nicht überschreiten, und er muss zwischen 200.000 und einer Million Euro liegen. Bezuschusst aus dem Topf „Kultur 2000, Förderbereich 1.3, Besondere Maßnahmen“ werden reine Projektkosten, keine Investitionen.

Als „eine riesige Bonanza an kulturellen Edelsteinen“ mit zahlreichen Museen, Industriedenkmälern, Theatern und Schlössern bezeichnet Journalist Pleitgen die

Ruhrregion. Er selbst, so verriet er auf der ITB-Eröffnungspressekonferenz 2009, hat die „größte Kulturlandschaft Deutschlands“ erst durch seine Aufgabe kennen und schätzen gelernt. Für die Vergabe-Jury der EU war das Konzept der Modernisierung und des Sich-neu-erfindens ausschlaggebend, da es beispielhaft für andere Industrieregionen ist. Das Motto „Wandel durch Kultur und Kultur durch Wandel“ hat sich als erfolgreich erwiesen. Mit ihm konnte sich die Ruhrregion als vermeintlicher Underdog gegen die konkurrierenden Bewerber durchsetzen. Christoph Lottritz, Pleitgens zuständiger Mitarbeiter für Tourismus, erhofft sich von den Kulturhauptstadt-Festspielen neben erheblich mehr Besuchern in der Region einen deutlichen Imagegewinn. Denn der tut not. „Auf dem internationalen Markt hat das Ruhrgebiet immer noch den Ruf als Waffenschmiede der Nazis“, klagt er, „Die Leute haben das Bild von Hochöfen, Dreck und Schmutz.“ Pleitgen fügt hinzu: „Auch national ist das Bild veraltet.“ Zechen und Hütten sind größtenteils stillgelegt. Sie dienen heute vermehrt als Denkmäler für die vergangene Industrieepoche oder werden als Kulturschauplätze in Szene gesetzt. Gleichzeitig fungieren sie als Landmarken. Für die lokale Bevölkerung stellen sie Identifikationspunkte, für auswärtige Besucher Attraktionen dar. Das Gasometer in Oberhausen, die Zeche Zollverein und das Dortmunder U sind hierfür bekannte Beispiele. „Insgesamt betrachtet ist das Kulturhauptstadt-Jahr eine einzige große Imageveranstaltung“, sagt Lottritz.

Gegen die „Hemmschwellen, ins Ruhrgebiet zu reisen“ argumentiert Lottritz: „Wer einmal da war, ist begeistert.“ Das sehen deutsche Reiseveranstalter offensichtlich ebenso. Sie haben RUHR.2010 massenhaft in ihre Programme gehoben. Die meisten Busveranstalter bieten Ruhr-Orte an, bei den Städtereisen-Programmen von Dertour und Neckermann Reisen gelang der Kulturhauptstadt-Region sogar der Sprung auf den Katalog-Titel. „Alle großen Veranstalter haben die alphabetische Reihenfolge im Katalog aufgehoben“, freut sich Lottritz, „man findet das Ruhrgebiet nicht unter den einzelnen Orten wie Essen oder Oberhausen, sondern als eigenständigen, großen Bereich wie Städtereisen nach Hamburg oder Berlin.“ Das große Interesse deutscher Urlauber spiegelt sich „in den guten Buchungseingängen“ (Stoll) der TUI wider, die Buchungen liegen für den Sommer prozentual im hohen zweistelligen Plus.

Künftig im Tandem

Ab kommendem Jahr werden zwei Städte verschiedener EU-Mitgliedstaaten im Tandem als Kulturhauptstädte auftreten. Gemeinsam werden sie eine Vielzahl von Aktivitäten und Veranstaltungen organisieren. In der engeren Partnerschaft der künftigen Würdenträger sieht die EU eine „einzigartige Möglichkeit, die Vielfalt des kulturellen Reichtums in Europa und das, was Europäer miteinander verbindet, in den Vordergrund zu stellen“. Deshalb treten die Kulturhauptstädte 2011, die finnische Stadt Turku und Estlands Hauptstadt Tallin, auf der diesjährigen ITB im Doppelpack auf, unter anderem mit einem gemeinsamen Stand (Halle 10.2/123A). Für Tallin bringt das Kulturhauptstadt-Jahr größere Veränderungen mit sich als für die südfinnische bekannte Schiffsbau-Stadt Turku an der Ostsee-Mündung des Flusses [Aurajoki](#) mit ihren 20.000 [Schären](#) vor der Haustür. Obwohl Tallin eine Hafenstadt an der offenen See ist, war das Meer jahrzehntelang für Bewohner und Besucher nicht erreichbar. Die Küste war Sperrgebiet. Da liegt es nahe, die Öffnung zum Meer – neben „Geschichten von der Meeresküste“ und „Lebendige Altstadt“ - als eine der drei Hauptlinien des Programms zu feiern. „Die Kulturhauptstadt wird das ganz grundsätzlich ändern“, betont Neeme Kari, Leiter der Marketingabteilung der Stiftung Kulturhauptstadt Tallinn 2011, „Öffnung zum Meer stellt eine Vielzahl von Aktivitäten vor, die direkt am Meer stattfinden“. Mit den neu gegründeten Tallinner Meerestagen wird die Strandpromenade am Hafen für Tallinner und Gäste zurückerobert – und im übertragenen Sinne werden „die Herzen zu den Nachbarn nach Europa hin geöffnet.“

Bis zu 200.000 zusätzliche Gäste erwartet Kari zu den mehr als 150 nationalen und internationalen Kulturprojekten.

Melina Mercouris Idee trägt Früchte. Intensiv bewerben sich viele Städte um die Auszeichnung. Sie wissen, dass die Ernennung zur Kulturhauptstadt große Aufmerksamkeit auf sich zieht. Im besten Fall winkt ein erheblicher Imagegewinn nach außen und nach innen. Das zählt weit mehr als das Plus an Touristen im Austragungsjahr. Doch lohnt sich der Aufwand, vom Konzept bis zur vierjährigen Vorbereitungszeit? Die EU hat zur ersten Bestandsaufnahme eine Studie in Auftrag gegeben. Unabhängige Sachverständige, das Büro Palmer/Rae Associates aus Brüssel, nahmen die Kulturhauptstädte der Jahre 1995 bis 2004 unter die Lupe. 21 Städte standen Rede und Antwort und lieferten Zahlen und Fakten. Die Studie, eine wichtige Informationsquelle für Stadtverwaltungen und Regierungen, Kulturveranstalter und Politiker, zog ein erstes Resümee. So signifikant die Unterschiede von Stadt zu Stadt bei Einnahmen und Ausgaben und so unterschiedlich die Qualität der Programme und der Organisation waren, so einhellig fiel das Ergebnis auf der nicht finanziellen Ebene aus: Die Städte haben allesamt ein positives Medienecho erfahren, das Kulturhauptstadtjahr hat zur Entwicklung von Kultur und Tourismus beigetragen, und das Image hat sich auch in den Augen der Bewohner verbessert. Verbesserungswürdig ist die Nachhaltigkeit der Kooperationen und des kulturellen Austauschs der Partnerstädte sowie ein Knowhow- Transfer. Qualitätsstandards und eine Markenbildung wären Wegbereiter für private Sponsoren. Neubewerber könnten aus den Fehlern ihrer Vorgänger lernen.

Linz: Übernachtungsplus im Krisenjahr

Der Imagegewinn ist für die oberösterreichische Landeshauptstadt Linz, die – mit Vilnius – im vergangenen Jahr Kulturhauptstadt war, ein beachtlicher Erfolg. Die Stadt an der Donau gehörte in den vorangegangenen Jahren nicht in die erste Garde der Städtereiseziele, und auch die Linzer selbst strotzten nicht vor Selbstbewusstsein und Stolz auf ihre Stadt. „Die Skepsis war groß, ob das Programm dem Anspruch einer Kulturhauptstadt Europas gerecht würde und die Dienstleistungsqualität in Linz ausreicht, um sich nicht zu blamieren“, erinnert sich der Linzer Tourismuschef Georg Steiner an die Stimmung in der Vorphase. Heute, ein Jahr nach der Austragung, ist die Stadt in aller Munde. Die touristische Bilanz kann sich sehen lassen. Zum ersten Male wurde die magische Grenze von 700.000 Übernachtungen überschritten. „Gerade die Österreicher haben Linz im Jahr 2009 entdeckt“, freut sich Manfred Grubauer, Vorsitzender des Tourismusverbandes Linz. Der Zuwachs der Inländer betrug satte 20 Prozent. Insgesamt stieg die Zahl der Übernachtungen im Kulturhauptstadt-Höhenrausch um fast zehn Prozent. Dabei war 2009 ein Krisenjahr. Auch Linz war von ausbleibenden Geschäftsleuten geprägt, die ihre Reisetätigkeit drastisch einschränkten. „Nicht nur der Zuwachs an Übernachtungen ist der Kulturhauptstadt zuzurechnen“, resümiert Steiner, „sondern auch eine Kompensation ausbleibender Business-Gäste.“ Sie ist mit einer Größenordnung von weiteren zehn bis 15 Prozent zu veranschlagen. Steiners überzeugtes Gesamturteil über das Kulturhauptstadt-Jahr: „...ein ausgeprägter Glücksfall“.



Der ITB Kongress findet zwischen dem 10. und 12.03. 2010 statt.
ITB Berlin Future Day findet am 10. März 2010 von 11.00-17.45h in Halle 7.1b, Saal London statt.

Tagesmoderation: Prof. Dr. Roland Conrady, Wissenschaftlicher Leiter des ITB Berlin Kongress.
FH Worms

11.00-11.15h **Kongresseröffnung**

11.15-13.15h **ITB Global Future Summit**

Der erste ITB Global Future Summit analysiert die Megatrends in den Bereichen Demographie, Klimawandel und natürliche Ressourcen, Technologie und Konsumentenverhalten. Vier renommierte internationale Experten präsentieren Zukunftsszenarien und ihre Auswirkungen auf die Tourismusbranche.

Moderation: Wolfgang Winter, Publisher GQ Gentlemen's Quarterly,
AD Architectural Digest, Condé Nast- Verlag

Referenten und Podiumsgäste:

Paul Flatters, Partner, trajectory – the futures partnership
Prof. Dr. Claudia Kemfert, Abteilungsleiterin Energie, Verkehr, Umwelt
Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
(DIW Berlin), Hertie School of Governance
Dr. Reiner Klingholz, Direktor, Berlin- Institut für Bevölkerung und
Entwicklung
Patrick Schönemann, Geo sales Manager DACH & Nordics, Google
Enterprise

13.30-14.30h **ITB World Trends Report: Forecasting Global and European Tourism-
in cooperation with IPK International**

IPK International führt mit rund 500.000 Interviews die größte Reiseumfrage weltweit durch. Die aktuellsten Forecast-Daten zum weltweiten Reiseverhalten der Europäer und Deutschen werden präsentiert. Die Zahlen sind eine unverzichtbare Datengrundlage für Entscheider in der Tourismusbranche.

Rolf Freitag, CEO, IPK International

14.45-15.45h **Web 2.0 and Social Media: Lessons from the Leaders**

Auch in der Tourismusbranche bieten Web.2.0 und Social Media enorme Chancen für Kundengewinnung und –bindung. Wie repräsentieren Best Demonstrated Practices von Destinationen, Reiseveranstaltern und Hotels. Wir hinterfragen die „Do's and Don'ts“ und zeigen, wie Marketingkommunikation und Public Relations mit Social Media funktionieren. Wie ist der wirtschaftliche Erfolg von Social Media und wohin entwickelt sich Social Media in Zukunft?

Keynote Speaker, Christine Petersen, Chief marketing Officer, Trip Advisor
Moderation, Hugo Murge, Executive Direktor & Chairman of Cheapflights,
Founder of HOWZAT media

Podiumsgäste:

Dirk Föste, Gesamtleitung Vertrieb, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit,
RUF Jugendreisen
Kai Ostermann, Regional Director Europe, Tourism Queensland
Christine Petersen, Chief Marketing Officer, TripAdvisor
Dominik Sobotka, Head of online Communication & Strategy,
Travel Charme Hotels & Resorts

16.00-16.30h **Luxustourismus: Funktioniert das Marktsegment noch?**

Das Luxussegment hat sich als nicht nachhaltig krisenfest gezeigt. Kehren die Luxuskunden bald zurück oder hält die Preissensibilität an? Haben sich die Ansprüche im Luxussegment gewandelt und mit welchen Strategien werden Luxuskunden gewonnen und gebunden? Eine Airline und ein Highend-Reiseveranstalter enthüllen ihre Erfolgskonzepte.

Moderation, Klaus-Dieter Koch, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter,
Brand:Trust GmbH, Brand Strategy Consultants

Podiumsgäste, Peter Hill, Chief Executive Officer, OMAN AIR
Dr. Hans Peter Holzinger, Geschäftsführer, Windrose Fernreisen
Touristik GmbH

16.45-17.45h ***Naeher, kuerzer, billiger: wie nachhaltig ist der Trend?***

Urlauber zieht es nicht mehr in die Ferne: Näher, kürzer, billiger ist Trend.
Domestic-Tourism erlebt weltweit eine Renaissance. Wie stark und nachhaltig ist
der Trend? Wie muss sich die Reiseindustrie darauf einstellen? Wie müssen
Angebote für Domestic-Tourism aussehen und wie kann die Vermarktung
optimiert werden?

Impulsreferat, Stefan Nigg, GfK Retail and Technology GmbH
Moderation, Edith Kresta, Redaction Reise und Interkulturelles,
taz, die tageszeitung

Podiumsgäste, Hans-Jürgen Goller, Geschäftsführer, Tourismus Marketing
Sachsen mbH
Stefan Nigg, GfK Retail and Technology GmbH
Dr. Ulrich Reinhardt, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied,
Stiftung für Zukunftsfragen