

Alemania promociona el turismo cultural, de compras y de salud

La edición 32 del Mercado de Turismo Alemán se celebra del 14 al 16 de mayo en Düsseldorf, Bonn y Colonia. Centran sus campañas promocionales en un turismo de escapadas urbanas, salud y belleza, y eventos culturales

Pocas semanas antes de que comience el Mundial de Fútbol, evento deportivo que se espera lleve miles de viajeros a Alemania, se celebrará en Düsseldorf la edición número 32 de la feria Germany Travel Mart (GTM), que se ha convertido en el mercado de ventas más importante de la industria turística alemana de receptivo. Del 14 al 16 de mayo unos 350 representantes del sector turístico alemán presentarán a 600 compradores y periodistas internacionales las nuevas tendencias y propuestas en el Centro de Congresos de Düsseldorf, ciudad que acoge en 2006, junto con Bonn y Colonia, la organización de este encuentro. La edición de 2005, celebrada en Wiesbaden, recibió a 637 visitantes de 45 países, y el 90% de los profesionales que presentaban sus propuestas consiguió nuevos contratos tras la GTM.

La Oficina Nacional Alemana de Turismo (DZT), responsable de esta feria, también ha organizado un congreso profesional centrado en la India como mercado de futuro. Durante estas fechas, las tres ciudades del Rin anfitrionas presentarán a los compradores sus propuestas turísticas. Düsseldorf, la capital del estado más poblado de Alemania, Renania del Norte-Westfalia, promociona su casco antiguo. Por su parte, el atractivo de la catedral gótica de Colonia, que también conserva restos romanos e iglesias románicas, y el paseo fluvial de Bonn junto al Rin protagonizan las campañas turísticas. La ex capital de la República Federal se promociona como la ciudad natal de Beethoven y por su oferta museística.

“El turismo internacional está marcado por dos grandes corrientes: cultura y salud”, dice Petra Hedofer, directora general de la Oficina Nacional de Turismo. “Hemos usado estos criterios para desarrollar las líneas de



2006, EL AÑO DE ALEMANIA

Para 2006 se prevé un incremento del 5% en el número de pernoctaciones, debido en parte al Mundial y al incremento experimentado en 2005.

producto ‘Escapadas Urbanas y Eventos’ y ‘Salud y Belleza’, en los que nos centraremos durante la GTM de 2006. El Mundial de Fútbol nos servirá para mostrar al mundo que Alemania es un destino turístico hospitalario”. Además, las campañas internacionales de la DZT giran en torno a las compras como lema anual. No en vano, el Instituto de Estudios Sociales de Colonia (ISG) espera una subida del 20% en las compras turísticas para 2010 gracias a los precios, la seguridad de marca y la amplitud de horarios comerciales.

Paquetes turísticos muy originales

Algunos de los paquetes turísticos que se promocionan en la GTM, además de los de salud (en Wiesbaden, Heidelberg, Baden Baden), cultura (Berlín y Potsdam) y Mozart (Ausburgo y Munich), se centran en los cuentos de hadas (Hamelin, Bremen), el Romanticismo (Sajonia) y las ciudades patrimonio de la Humanidad (Lübeck, Hamburgo, Rostock, Wismar).

Para 2006 se espera un incremento de un 5% en el número de pernoctaciones de visitantes internacionales en Alemania, impulsadas por el Mundial de Fútbol y por el aumento de cerca de un 7% experimentado en 2005, cuando se registraron 48,2 millones de pernoctaciones de extranjeros. Berlín y Frankfurt lideran las estancias en alojamientos hoteleros, aunque también creció la popularidad en 2005 de Hannover, Dresde, Colonia y Munich como escapadas urbanas. Por regiones, la Baja Sajonia recibió un 12,7% más de visitantes extranjeros, aunque el mayor mercado sigue siendo Bavaria y Renania del Norte-Westfalia, que registraron un millón de turistas internacionales en conjunto. Países Bajos, Suiza y España fueron los mercados emisores que más crecieron el año pasado. Con un 20% de incremento, España se ha convertido en el décimo mercado por importancia en Alemania. Aunque el mayor incremento se registró en el segmento de los turistas procedentes del Golfo Pérsico.