



Un operario limpia el reloj con la hora española en la ITB. Arriba, el consejero Rodríguez con Dorotea Hohn, de Global Communications, tras presentar el plan de golf. :: EFE/APP

## El aeropuerto de Málaga consolidará este verano el crecimiento en el mercado alemán



**PILAR MARTÍNEZ**

pmartinez@diariosur.es

**Berlín avanza, en la jornada previa a la ITB, que las ventas de Andalucía al mercado alemán cara al verano han crecido un 15%**

**BERLÍN.** La Bolsa Internacional de Turismo de Berlín (ITB) abre hoy sus puertas para mostrar al mundo lo mejor de 180 países que se disputan una parte de la suculenta tarta de los 51 millones de viajes que los germanos realizaron el pasado año al exterior, un 3% más. Pero en la antesala de este evento ya se avanzan noticias positivas para los destinos andaluces, que experimentan crecimientos del 15% en las reservas para el verano, según avanzó el director de la Oficina Española de Turismo en Berlín, Arturo Claver, en el encuentro celebrado con el consejero de Turismo y Comercio de la Junta, Rafael Rodríguez. Y es que los destinos andaluces se anticiparon ayer a esta apertura para presentar también las acciones del segmento de golf con las que Andalucía quiere reforzar su presencia en Alemania.

Pero además, el director del aeropuerto de Málaga, Salvador Merino, confirmó ayer que las aerolíneas man-

tendrán este verano su apuesta por el mercado alemán, con lo que consolidarán el fuerte incremento de la pasada temporada alta, en la que la oferta de plazas para conectar la Costa con Alemania aumentó un 32%.

Durante este invierno, el aeropuerto de Málaga está unido con quince ciudades alemanas y con 17 aeropuertos. Siete aerolíneas operan estas rutas: Easyjet, Ryanair, Lufthansa, Air Berlin, Vueling, Norwegian y Germanwings. En la temporada invernal se han sumado cuatro nuevas rutas con las ciudades de Dortmund, Muenster, Nurenberg y Hannover. Aún así, casi la mitad de los alemanes que eligen la Costa proceden de cinco ciudades: Frankfurt, Berlín, Múnich, Niedderhein y Dusseldorf.

Merino señaló que Alemania se consolida como el tercer mercado por volumen de pasajeros, tras el Reino

Unido y España, y recordó que durante este invierno ha experimentado un crecimiento del 75%, cerrando el ejercicio pasado con una subida media del 35%.

Para el verano, las aerolíneas han programado más de 11,5 millones de asientos en el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, un 5% más que el pasado ejercicio. La temporada de verano, que arranca el último fin de semana de marzo, constata el vigor del mercado internacional, que aglutina el 85,5% del tráfico total programado. También anunció que los movimientos crecen y se elevan a 67.518, un 3,7% más de vuelos previstos que en la temporada de verano del pasado año. En la presentación del programa de vuelos para el verano, destacó la fuerte subida de la capacidad aérea entre Málaga y Rusia, que cifró en un 59% más de asientos que el verano

pasado. Le sigue en incrementos Polonia, que ofrecerá un 50% más de plazas para conectar con vuelos directos la capital de la Costa del Sol.

Merino avanzó que la terminal malagueña mantiene en febrero el buen comportamiento del inicio del año, estando previsto cerrar este periodo con un 10,5% más de viajeros que en el ejercicio anterior.

### Andalucía en Berlín

Este buen momento de los destinos andaluces fue dado a conocer por el consejero de Turismo y Comercio al director de la Oficina Española de Turismo en Berlín, Arturo Claver, que en este encuentro puso de manifiesto las buenas expectativas de crecimiento del mercado alemán en Andalucía que manejan los operadores para el presente año. Además, explicó que en la actual temporada de in-

vierno los asientos contratados en vuelos al destino han llegado a registrar incrementos de hasta del 49%.

Rafael Rodríguez aseguró: «confío en que Alemania, segundo emisor internacional para el destino, evolucione durante este año de forma positiva y recupere aún más cuota de mercado. Una mejora que debe producirse fruto del esfuerzo promocional, incidiendo en la difusión segmentada de los productos con los que cuenta la región».

Claver tachó de «excelentes» las previsiones que indican las reservas realizadas hasta el momento del producto turístico andaluz en Alemania. «Es un destino con una imagen muy consolidada en este mercado y que debe ampliar y completar con otros productos».

Seguidamente, el consejero mantuvo una reunión con la empresa es-

## El Patronato de Turismo de la Costa eleva un 38% su presupuesto hasta los 5,6 millones

:: P. MARTÍNEZ

**BERLÍN.** Poco antes de partir para Berlín, el presidente del Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol, Elías Bendodo, presentó ayer el Plan de Acción para 2014, que consideró como el más ambicioso de los últimos años no sólo por el esfuerzo económico sino por su enfoque cualitativo en segmentos y mercados. Y es

que este año el Patronato contará con un presupuesto que supera los 5,6 millones de euros, es decir, un 37,8% respecto al pasado año. «Ocho de cada diez euros se invertirán directamente en la promoción del destino, capítulo que supone el 82,76% del presupuesto de 2014, mientras que en pasados ejercicios no se superaba el 68%», afirmó. Bendodo mostró su

confianza en que con este esfuerzo la provincia consolidará su posición de liderazgo. «La inversión selectiva dirigida a mercados y segmentos que aporten mayor valor es una máxima para promover el destino», dijo.

En este sentido, avanzó que la promoción de la Costa del Sol estará presente en 31 países. Por segmentos, se contabilizan 154 acciones especí-

ficas y otras 55 multisegmento. Además se contemplan 43 jornadas profesionales, 25 ferias y 27 foros.

Entre las novedades, Bendodo anunció que por primera vez la Costa del Sol va a poner en marcha este año un equipo de representantes exclusivos en los emisores de primer orden con la implantación de una red de oficinas en Reino Unido, Alemania, Francia, Escandinavia y Rusia. «Además de su función de representación y relaciones públicas, se encargarán de la recopilación de inteligencia del mercado, planificación estratégica, promoción y apoyo a los socios», apuntó.

---

## TEMPORADA ALTA

---

# 11,5

son los millones de asientos que ofrecerán las aerolíneas para volar a la Costa del Sol en verano, un 5% más.

---

# 80,5

Es el porcentaje de plazas aéreas con conexiones directas a aeropuertos internacionales.

---

pecializada Global Communications Experts, que tras un acuerdo de colaboración contempla la celebración de cinco torneos en este mercado en los que se difundirán los atractivos del destino entre clientes potenciales y profesionales del sector.

En este encuentro, el consejero anunció la realización durante el presente año de un plan de acción para la promoción de la oferta de golf de Andalucía centrado en el mercado alemán, el segundo emisor internacional de viajeros para el destino. Estas actuaciones las desarrollará en Alemania dentro del programa 'Golf en Andalucía: abierto todo el año', que se contempla en el Plan de Acción 2014. «El objetivo es mantener el liderazgo de Andalucía como destino en este segmento en los principales emisores y dar a conocer el producto en mercados con gran potencial», según Rodríguez.

La iniciativa también incluye una campaña en redes sociales que llegará a más de 17.000 jugadores habituales, así como a través de una guía especializada sobre campos en España y diversas acciones de comunicación y marketing, como viajes de prensa o blogueros al destino, inserciones en portales especializados o envíos de boletines electrónicos sobre la comunidad. «Estas medidas pretenden diversificar la captación del turista de golf incidiendo en todas las fortalezas de la oferta andaluza, líder del segmento en España. Al contar con una completa oferta especializada, clima privilegiado, infraestructura hotelera de calidad y numerosos productos complementarios», dijo.

Por su parte, la directora de Global Communications Experts, Dorothea Hohn, destacó que España es el primer destino de golf para los alemanes y Andalucía su principal opción en el país. Señaló que es un deporte en alza, que en Alemania cuenta con más de 640.000 jugadores federados y un crecimiento del 32% en la última década, siendo además uno de los productos turísticos que mayores incrementos están experimentando entre los viajes de los germanos al exterior.