

Rapport från ITB-mässan i Berlin mars 2015

Fakta om ITB 2015

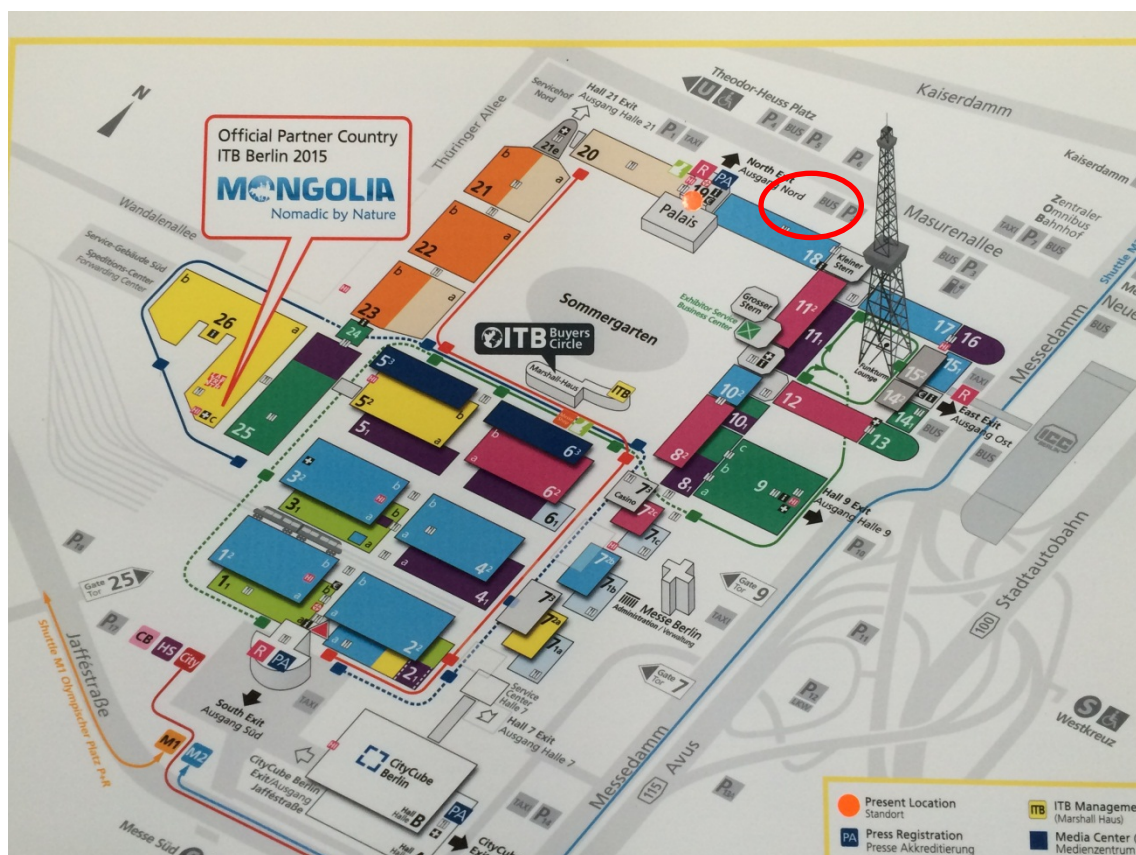
Antal utställande företag: 10.147

Antal besökare: TB hade i år 175.000 besökare, varav 115.000 var fackbesökare.

Mer än 10.000 researrangörer, regioner och förbund presenterade 186 länder.

91% av tyskarna bokar sina resor via en resebyrå...

Blekinge och Karlskrona ställde ut under VisitSwedens paraply, i Hall 18 (hallplan nedan) på denna världens största resemesse.



Inför mässan

Inför mässan skickade vi ut ett pressmeddelande lokalt, som uppmärksammades i tidningarna. Med oss hade vi bildspel, filmer, broschyrer och giveaways (USB-minnen i form av Neptun, laddade med vårt presentationsmaterial). Vi bjöd även på svensk choklad och Ahlgrens bilar ☺

Under mässan

Vi hade ett 30-tal möten, i och utanför vår monter under mässans tre branschdagar. I tillägg deltog vi på en pressmiddag på den svenska ambassaden i Berlin, där Näringsdepartementet och ett tjugotal tyska journalister var inbjudna samt invigningen av det nya Scandic-hotellet i Berlin – en utmärkt plats för relationsbyggande visade det sig ☺

Executive summary

Ett trettiotal möten med nya och etablerade kontakter inom resebranschen genomfördes under tre dagars deltagande i ITB mässans travel trade dagar. VisitBlekinge AB hade ett bord i Visit Swedens monter, tillsammans med ett antal svenska besöksmål och regioner.

Vi kan konstatera att det finns ett stort intresse för Blekinge, som en "ny stjärna" på den svenska turismhimlen. Man kan märka ett behov, speciellt bland större aktörer att hitta nya besöksmål och attraktioner. Samtidigt har vi fortfarande en bit att gå för att öka kännedomen kring Blekinge och vår placering på kartan.

Det är fjärde året Blekinge finns med som utställare. Relationer och kontakter börja ge resultat, men fortsatt tydlighet, långsiktighet och uthållighet är förutsättningar för att öka medvetenheten och kunskapen om Blekinge och våra produkter.

Blekinge har fortfarande ett skrikande behov av fler exportmogna, målgruppsanpassade produkter! Dessa måste fram och kommuniceras till marknaden.

Synlighet via Visit Swedens kanaler kräver stora resurser och långsiktiga satsningar. I väntan på att förutsättningar för dessa samarbeten skapas behöver smarta partnerskap jobbas fram och ingås. Inte minst med närliggande regioner. Ett sådant är nu på gång med Region Kalmar och en pilot ska presenteras redan under Swedish Workshop i april.

Som ett alternativ till VisitSweden Tysklands kostsamma b2b-projekt, kan det vara en idé att dels vända sig till uppstickare som Cornelia Lohf och även PR-byråer som Ehrenberg eller Oldenburg.

Mässan i bilder



Top leads från årets deltagande i ITB-mässan inkluderar:

- **Nordic Tours**
Stor operatör i Danmark med många bussar i Sverige. Träffade top management för denna stora operatör och "sålde in" Blekinge. Stark ingång via First och Scandic.
- **Resekonsulterna**
Turoperatör – störst i Sverige på bussar. Introducerat av First Hotels.
- **Unique North Incoming**
Stor arrangör med kontor i Århus. Massor av bussgrupper till Skandinavien
- **Robinson Scandinavia**
En av de största inom grupp och buss. Bussarrangemang, förslag till utflykter. Hel, halv 3 dagar. Bilder hela kittet. Få hit henne på besök.
- **Best of Scandinavia (BoS)** är en stark ambassadör för Blekinge och Karlskrona. De driver bl.a. trafik via Tysklands största reseoperatör DER Tours.

Vi räknar i övrigt med att se resultat i form av:

- ett antal journalistresor (individuella och grupper)
- ett antal Fam trips
- nya införingar av Blekinges hotell i turoperatörernas resekataloger
- nya turförslag och förlängda besök i Blekinge hos de operatörer som redan är frälsta
- ökad kännedom till Blekinge som besöksmål för grupper och individuella
- ett första konkret samarbete med Region Kalmar
- närmre samarbete med VisitSweden

Karlskrona, Blekinge 2015-03-24
Lena Martinsson & Terje Pedersen

Vill du veta mer om mässan eller detaljer kring mötena? Kontakta Terje