



Ulrike Bohnet,
Directora para España y
Portugal de la Oficina Nacional
Alemana de Turismo

Ulrike Bohnet, de nacionalidad alemana, cuenta con una larga trayectoria profesional en el sector turístico en España, tanto en el mercado del *outgoing* como del *incoming*. Licenciada en Ciencias Empresariales por cuatro universidades europeas y MBA en Dirección de Empresas Turísticas en el Instituto de Empresa de Madrid.

“Alemania, historia, naturaleza, modernidad y un gran carácter acogedor”

Ulrike Bohnet lleva al frente de la Oficina Nacional Alemana de Turismo para España y Portugal desde julio de 2011.

¿Nos podría hacer una valoración de este año y medio que lleva en España promocionando su país y de la importancia del mercado español para Alemania?

Mi balance es muy positivo. Como conozco bastante bien España y su gente, así como el funcionamiento del sector turístico, lo que me ha facilitado mucho para ubicarme en mi nuevo puesto, y de relacionarme con los profesionales del turismo, tanto de la touroperación, como de los medios de comunicación. Además he detectado enseguida la necesidad de establecer una nueva estrategia de promoción en el mercado emisor español. El escenario económico, así como la presencia constante de los medios sociales ejerce una influencia diaria en el consumidor y su comportamiento. Manifiestan gustos, intereses y necesidades muy concretas, y hay que captarlos como clientes potenciales para satisfacerlos.

Por ello hemos definido una clara estrategia de segmentación de mercado, teniendo en cuenta que Alemania ofrece una amplia gama de recursos turísticos que cumple con la demanda de cualquier público.

El mercado español ha experimentado un crecimiento del 125% en los últimos 10 años, una cifra que demuestra lo importante que es España como mercado emisor para Alemania. Por todo ello España está considerada como un mercado con un alto potencial de crecimiento en cuanto a viajeros.

Es evidente que mucha gente ve a Alemania como un destino de negocios y ferias, pero quizá no tiene tan claras sus posibilidades turísticas. ¿A qué cree que es debido?

Alemania tenía siempre una imagen de un país industrial, y desde luego poco turístico, salvo zonas muy concretas como Baviera y la Selva Negra, que se convirtieron incluso en clichés. No obstante, muchas veces, es precisamente a través del turismo de negocios que el viajero descubre los atractivos turísticos de un país a través de su oferta cultural y gastronómica durante su estancia por fines profesionales. Y las estrechas relaciones comerciales durante las últimas décadas han contribuido a que el viajero español detecte esta faceta turística de Alemania.

Un impacto importante en lo que se refiere a la imagen de Alemania ha sido la celebración del Mundial de Fútbol en el 2006 en nuestro país. Como todos recordamos todo Alemania se convirtió en un escenario festivo y todos los aficionados que nos vitaron por este motivo quedaron sorprendidos por el ambiente alegre y acogedor de cualquier lugar nuestra geografía. Este acontecimiento consta como un momento de cambio de imagen, teniendo en cuenta el valor que tiene la gente local para la promoción de un destino turístico. Prueba de ello es España como destino turístico, ya que su atractivo no viene solamente dado por su cultura, sus paisajes y su clima favorable, sino también por su gente, con su carácter alegre y espontáneo, una faceta muy apreciada por los extranjeros que visitan a España. A través del ambiente festivo del Mundial de fútbol del 2006 de repente, la imagen de Alemania ha cambiado favorablemente también debido a su gente.

¿La frase “Destino turístico” junto al logotipo es una declaración de intenciones para cambiar esta imagen?

Por supuesto, en este complemento junto a nuestro logo se detecta nuestra intención y desde luego la diferenciación como marca turística. De todos modos, también usamos el slogan “Vacaciones entre amigos” que promociona nuestra imagen como destino turístico y resalta la amabilidad de nuestra gente, para de este modo ir erradicando esta imagen equívoca del frío carácter alemán.



¿Cómo valora la temporada 2012?

Yo diría tensa y a la vez intensa. Con todas las turbulencias de la crisis económica que está viviendo España, estamos muy preocupados por el sector de la touroperación y las agencias de viajes. Hay mucha incertidumbre y por lo tanto mucha tensión en cuanto al futuro. Intentamos de estar más cerca que nunca de nuestros colaboradores turísticos para expresar nuestro apoyo, y por supuesto también nuestro agradecimiento.

De enero a noviembre del 2012 Alemania ha perdido seis décimas (-0,6%) respecto al año 2011 en lo que se refiere a pernoctaciones de españoles. Sabemos valorar este resultado, y nos indica que la colaboración hay que estrecharla cada vez más con las agencias de viajes para que conozcan cada vez mejor todos los productos turísticos que ofrece Alemania, y sobre todo que les demos la oportunidad de experimentar nuestro destino con su excelente relación calidad-precio.

En España, se tienen muy presentes las grandes ciudades alemanas como Berlín, Munich, Frankfurt, Colonia, etc. pero no tanto otras quizás más pequeñas y muy turísticas y tampoco hay una clara consciencia de los estados federales. ¿Esto dificulta la promoción?

El turismo de ciudades sin duda es el que mayor demanda tiene por parte de los españoles, y por supuesto Berlín y Munich son las favoritas en la lista. En ningún caso hablo de dificultad, yo lo veo como un reto de promocionar destinos menos conocidos, o incluso hasta desconocidos cuando la gente nunca ha oído hablar de ello. Me encanta diseñar un plan de promoción de un destino nuevo para los españoles. Es un aprendizaje apasionante para todas las partes implicadas, para vosotros los periodistas, los agentes de viajes, el cliente, y también para nosotros y nuestros proveedores en el destino. Y ante todo sirve para conocernos todos mejor culturalmente hablando. Hemos tenido en el último año unas experiencias muy gratificantes en lo que se refiere a la promoción de nuevos destinos turísticos en Alemania. Sin duda, nos queda mucha labor en este sentido.

¿Cuáles son los destinos y rutas que tienen más éxito?

Hasta ahora el turismo español se ha concentrado en cuatro regiones o estados federales, que son Berlín, Baviera, Baden-Württemberg por la Selva Negra, y Renania Westfalia del Norte con la cuenca del Rin y sus ciudades como Düsseldorf y Colonia.

No obstante, precisamente este año pasado se ha iniciado un “cambio de rumbo”. Los destinos “clásicos” como Berlín y Munich han perdido en favor

“La Costa Norte de Alemania que compone el mar del Norte y el mar Báltico figura como una gran desconocida en lo que se refiere a sus recursos paisajísticos.”

de otros destinos como Hamburgo, Leipzig, Dresden, Nuremberg, etc. Si hablamos de rutas, la más solicitada es “La Ruta Romántica” que sin duda es la que más identifica todavía la imagen de Alemania turísticamente hablando. Nuestro desafío consiste en dar a conocer a los españoles una selección más amplia de las más de 200 rutas temáticas que transcurren por toda la geografía del país germano.

Quizás una de las zonas menos conocidas es la zona del norte, bañada por el mar Báltico. ¿Qué ofrece y cuáles son las visitas que se proponen?

La Costa Norte de Alemania que compone el mar del Norte y el mar Báltico figura como una gran desconocida en lo que se refiere a sus recursos paisajísticos. Se conocen las tres perlas de la Liga Hanseática que son Lübeck, Bremen y Hamburgo, pero poco más.

Esta zona ofrece sobre todo paisajes remotos e intactos, tanto el mar del Norte como el Báltico. En este último hay que tener en cuenta que ha sido durante 40 años poco explotado turísticamente, y con la unificación alemana se han descubierto espacios naturales con una fauna y flora muy intacta, así como la arquitectura de los balnerios imperiales



de principios del siglo XX. Islas muy remotas con una vida muy peculiar, como son islas Frisias rodeadas de un mar muy bravo, unas playas catalogadas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Ciudades con una arquitectura del gótico de ladrillo, con un ambiente marinero, un legado muy propio de la Liga Hanseática... un sinnúmero de propuestas tanto urbanas como rurales para hacer rutas en bicicleta, o en barco por los 1000 lagos de Mecklenburgo-Pomerania Occidental, senderismo, explorar los múltiples faros cada uno con su historia propia, deportes acuáticos de aventura en el mar del Norte, una gastronomía marcado por el mar. Hay muchas rutas que se adaptan a los gustos y aficiones de cada viajero. Recomiendo que lo consulten en nuestra página web, en el apartado "Grandes y pequeñas estrellas".

Ustedes en 2013, van a celebrar el 200 aniversario del gran compositor Richard Wagner que nació en Leipzig el 22 de mayo de 1813 y que destaca por sus óperas. ¿Qué actos están programados y cuáles son las rutas turísticas relacionadas con el personaje?

En la ciudad natal de Wagner, Leipzig, toda una serie de monumentos recuerdan al artista. En la Sala de la Gewandhaus, la actual Casa de Comercio Estatal y el Nuevo Teatro, hoy conocido como Ópera Leipzig, fue donde el compositor presentó sus primeras obras. El Museo de Historia de la Ciudad presenta la exposición "Richard Wagner, entre Leipzig y Bayreuth", del 13 de febrero al 26 de mayo de 2013; un viaje por las etapas más importantes de su vida. Durante la celebración de los festivales Richard Wagner, del 16 al 25 de mayo, se pondrán en escena diversas de sus óperas, como "Parsifal" y "El oro del Rin", así como una adaptación para el público infantil de "El Anillo del Nibelungo". Además, el 21 de mayo de 2013 abrirá sus puertas un nuevo museo dedicado al célebre compositor, en la Antigua Iglesia de San Nicolás, que se inaugura con la exposición permanente "El joven Richard Wagner". En 1843 Wagner fue nombrado "Kapellmeister" real de la corte sajona en Dresde, donde vivió durante 19 años. El día 18 de mayo de 2013 se representará la ópera "La cena de Apóstoles" en la Iglesia de Nuestra Señora, dentro de los Festivales de Música de Dresde.

Núremberg es el escenario de la única ópera cómica de Richard Wagner: "Los maestros cantores de Núremberg". En una representación especial los amantes de su música podrán seguir "Las huellas de los maestros cantores y su obra". En el año del jubileo la ciudad presenta toda una serie de eventos en torno a esta gran obra, entre los que destaca, el 25 de julio de 2012, la representación a cargo del Teatro Estatal de Núremberg de la famosa "escena de la pradera" en su escenario original, la Plaza Mayor de Núremberg.

En Múnich también son visibles las huellas de Wagner: en la Plaza del Príncipe Regente un monumento recuerda a los más importantes compositores de óperas que el rey Luis II, gran amante de este género, llevó a Baviera; en el Teatro Nacional se siguen representando con regularidad las cuatro óperas de Wagner que en su día ahí se estrenaron.

En 1872 Wagner trasladó su residencia a Bayreuth, donde vivió una década. Su antigua vivienda, Villa Wahnfried, es hoy un museo. Además de Leipzig y Dresde, Bayreuth, con su famoso teatro sobre la Verde Colina y el festival que se celebra cada verano, es uno de los escenarios más destacados de su obra. En el año del jubileo, los Festivales de Bayreuth estrenarán una nueva puesta en escena de "El Anillo del Nibelungo".

En cualquier caso, la agenda de actividades que gira en torno al bicentenario de Richard Wagner ofrece opciones para todos los gustos y configura la oportunidad perfecta para descubrir la vida y obra, sus matices, sus pasiones, sus lugares... de uno de los grandes músicos de la Historia.

Y de la ópera a los cuentos infantiles. Jacob y Wilhelm son los nombres de los famosos hermanos Grimm, conocidos por sus cuentos infantiles, además de dedicarse a la docencia y a la investigación lingüística. El día 20 de diciembre de 2012 se ha conmemorado el 200 aniversario de la primera edición de los "Cuentos para la infancia y el hogar" de los célebres hermanos. ¿Qué se puede visitar en Alemania relacionado con ellos y que ofrece Alemania en general para las familias con niños?

Este aniversario da lugar a promocionar nuestra "Ruta de los cuentos de hadas". Es una de las rutas más antiguas y conocidas de entre las casi 200 rutas turísticas alemanas, y conecta en un trayecto de 600 kilómetros los lugares esenciales donde discurre la vida y la obra de los famosísimos hermanos. Va desde Hanau hasta Bremen por los lugares de los Grimm, donde los hermanos dejaron claras huellas, y no sólo por títulos como "Los músicos de Bremen" o "El flautista de Hamelín". En Hanau, su lugar de nacimiento, los visitantes pueden disfrutar del Festival de Cuentos de los Hermanos Grimm del 1 de mayo al 1 de julio de 2013 y en Steinau, el lugar donde pasaron su infancia, podrán disfrutar de un festival de marionetas. En el marco de la exposición permanente del Museo de los Hermanos Grimm en el Palacio de Bellevue se presentará el legado documental declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO, que contiene ejemplares manuscritos de los famosos cuentos.

El núcleo del Jubileo Grimm en 2013 será la exposición "EXPEDITION GRIMM" del 27 de abril al 8 de septiembre de 2013 en el pabellón documenta

en Kassel, en la que se podrán ver numerosos originales. La gran exposición del land es un proyecto fundamental, que a su vez forma parte de un interesante programa general con campañas de gran interés en numerosos lugares de Hesse. Desde luego Alemania tiene una exhaustiva oferta para familias con niños, y no solamente por la ruta de los cuentos de hadas, sino por la ruta del juguete y los múltiples parques temáticos, como Playmóvil, cerca de Nuremberg, o el Legoland próximo a Augsburgo.

¿Cuáles son las otras propuestas para el 2013?

Queremos dar a conocer Alemania más ampliamente. Su extensa gama de productos turísticos están "empaquetados" en las mencionadas "Rutas turísticas" que son todas temáticas, y cumplen con los gustos e intereses o hasta los caprichos de muchos viajeros potenciales.

Por ello queremos destacar algunas rutas que consideramos muy atractivas para el público español como la ruta del automóvil que transcurre por las distintas ciudades con plantas de producción de coches y sus museos, como Wolfsburg, Stuttgart, Munich, Dresden, Leipzig, Ingolstadt, etc. No solo ofrecen visitas guiadas para conocer el proceso de producción, y sus respectivos museos, sino también ofrecen carreras de prueba de coches. Además pensamos que Alemania no solamente es atractivo en lo que se refiere al turismo cultural, sino también para el turismo activo al aire libre, como senderos y cicloturismo.

Hay 150 diferentes rutas de cicloturismo. Entre ellas queremos destacar una muy atractiva desde el punto de vista histórico y paisajístico que es la del río Elba. Entre Hamburgo y Dresde se puede descubrir la historia de la Alemania dividida, y alojarse en unos pueblos encantadores que ofrecen alojamientos singulares en antiguos palacetes regentados por familias con un ambiente muy acogedor.

En cuanto al senderismo, existen caminos temáticos no solamente por los Alpes bávaros y la Costa Norte, sino por los viñedos de la zona del Rin, que transcurren entre colinas, unos 350 km. Todo un desafío este sendero, dotado de unas vistas panorámicas exclusivas sobre el valle del Rin, donde uno se puede alojar en los típicos castillos, muchos de ellos con su bodega y una exquisita gastronomía.

Hablemos un poco de la oficina. ¿Cuántas personas trabajan en su equipo y que labores desempeñan?

Somos cinco personas que nos dedicamos a los labores de promoción, además de tres personas de prácticas que suelen venir de Alemania cada año. La estructura de la oficina se basa en cuatro departamentos: Marketing, Comunicación, y Comercial, además de administración y relaciones externas como son los proveedores de los destinos turísticos en Alemania, y colaboradores de empresas e instituciones en España.



"...sobre todo que comprueben que Alemania ofrece una excelente relación calidad-precio."

¿Cuáles son los instrumentos de promoción, folletos, página web, etc.?

Todavía manejamos muchos folletos como material informativo. Esto se debe también que nuestra oficina en Madrid dispone de un servicio de atención al cliente, es decir se le ofrece información y asesoramiento personal, servicio que se aprecia aún mucho. No obstante, en la línea de muchas oficinas de turismo se pretende desviar la atención hacia la página web como fuente de información, e ir reduciendo la producción de folletos para ahorrar costes. Afortunadamente todavía contamos cada año con alguna publicación nueva de folletos, en general enfocada a un producto o segmento concreto.

¿Cuál es la importancia que Vd. otorgan a las agencias de viajes?

Insisto que para nosotros las agencias juegan un papel fundamental en nuestra promoción de Alemania como destino turístico. Los consideramos importantes a nivel de asesoramiento, teniendo en cuenta que el cliente busca cada vez experiencias concretas en sus viajes. Es fundamental que el profesional de turismo conozca Alemania con su oferta para los diferentes segmentos. Es el agente de viajes que conoce a su cliente y sabe lo que requiere en su próximo destino de viaje, y para que le pueda ofrecer el destino e itinerario idóneo tiene que conocer nuestros productos. Por ello, vamos a ir estrechando la colaboración con las agencias de viajes. Se trata de un importante compromiso con el sector turístico.

¿Qué le diría a los agentes de viajes para que recomendaran Alemania a sus clientes?

Para que lo puedan recomendar es importante que lo conozcan in situ, y ojalá que vuelvan con el mejor recuerdo para que lo puedan compartir con sus clientes. Sobre todo que comprueben que Alemania ofrece una excelente relación calidad-precio.

Ya para terminar. ¿Cree que el fichaje de Guardiola por parte del Bayern Munich, provocará no sólo un mayor seguimiento de la liga alemana de fútbol en España, sino también una contribución a la promoción turística de Munich y Baviera?

Sin duda, esto puede ser un "reclamo" para seguir las noticias que llegan desde Munich y de Alemania en general. Estas circunstancias pueden despertar un mayor interés para un país, y desde luego motivar por la curiosidad de descubrir el "nuevo destino" de un personaje famoso del mundo futbolístico. Desde luego, Munich, estará más presente en la vida diaria de muchos aficionados, y esto sin duda contribuye a nuestra promoción.

Muchas gracias