

Bringt der Tourismus wirklich Frieden?

Es ist mein Thema auch im Jahr 2024 auf der ITB 2024 gewesen. Letztes Jahr zum Abschluss ein Versuch mit Aserbaidschan und Armenien. Dieses Jahr versuchte ich es mit Saudi Arabien und Israel und nächstes Jahr hoffentlich Amerika und Russland.

Zur Eröffnungszeremonie werden vor geladenen Gästen die Werte des Tourismus vermittelt. Die Messe ist kurz und für die Berliner verschlossen. Frieden und Verständigung wird durch Begegnung erreicht, warum wird diese erschwert.

Einige Aussteller konnten keine E-Mails empfangen, Yandex wird trotz Hauptsitz in der Schweiz sanktioniert. Die russische Presse kann nur mit VPN in Berlin gelesen werden, Deutschland befindet sich im Kriegsrausch, diese Themen werden verschwiegen.

Stattdessen ein bombastische Eröffnung, Oman entfachte einen riesigen Aufwand, um sich für den Tourismus zu präsentieren. Oman ist eine friedliche Oase in der arabischen Welt, eine Steilvorlage für den Frieden. Passiert ist nichts. Nach 2 Tagen, 2 Stunden war die Messe vorbei, vom Geschäft bestimmt. Gespräche nur mit Termin, Veranstaltungen nur mit Einladung. Leere Stände am dritten Messetag.

Eine "Pressekonferenz" am Stand von Italien stellte die Europäische Kulturstadt 2025 Nova Gorica und Gorica vor. In der "Europastadt" Frankfurt an der Oder interessiert das niemanden. Der Eiserne Vorhang ist weg, wir lernen nichts aus der Geschichte, wir errichten wieder Grenzen. Gerade Berlin sollte hier historische Verantwortung zeigen. Effektiver als Diplomatie sind bekanntlich Waffen.

So bleibt die Frage: Wohin will der Tourismus? Wird er weiterhin von finanziellen Interessen und durch die Investoren bestimmt, oder orientiert er sich an menschlichen Werten. Als Liedermacher hat Stephan Zurfluh das Verhalten auf der ITB ausgelotet. Die Mehrheit desinteressiert, wobei Frieden und Stabilität Grundlage für Tourismus sind.

Vor einem Jahr hatte es einen Aussteller aus dem Sudan. Er hoffte auf Tourismus, Krieg, damit ist alles vorbei. Die Armenier hoffen weiter auf Tourismus, Armenien ist stabil, mit einer Zusammenarbeit mit Aserbaidschan und der Türkei profitieren alle.

Hintergründe

Stephan Zurfluh hat an der ITB Berlin teilgenommen, sein "Erkennungsmerkmal", eine Reisegitarre. Auf der Messe hatte er lediglich einen Aussteller gefunden, der Gitarre spielen konnte.

Er ist provokant vorgegangen, sich gegen die Kommerzialisierung gewehrt. Die Pressekonferenz von Saudi Arabien hatte keine Fragen zugelassen, obwohl er im Vorfeld darum gebeten hat. Stattdessen wurde bis zur letzten Minute eine Panel Diskussion durchgeführt, danach war der Raum durch einen anderen Veranstalter belegt.

Zugang zu den Ständen und zu den Abendveranstaltung mit Termin, Einladung und Registrierung, was eher als Ausgrenzung statt Begegnung empfunden wird. "Ich war zwei Stunden unterwegs, um den Veranstaltungsort in Berlin zu finden, danach wollte man mich nicht reinlassen" erzählt ein südafrikanische Journalistin".

Alle wollen Reisende. Gemeinsam den Tourismus hinterfragen, ja dafür gibt es viele Veranstaltungen, aber auch hier bitte anmelden! ort sollen vor allem Beratungsleistungen verkauft werden bzw. die Unternehmen nutzen das zur PR. Die ITB heute Businesskonferenz oder Reisemesse? Ob sich da der Aufwand für die Messebauten lohnt? Zwei Tage und zwei Stunden Messe, das Geld könnte besser angelegt werden? Oder? Es ist eine Begegnungsstätte, die Veranstalter täten gut daran diesen Gesichtspunkt auszubauen.

Folgende Beiträge zur ITB

Bericht über die Pressekonferenz mit Israel
reisezeit.ch/israel

Beitrag und Aktion vom letzten Jahr
aserbajdschan.reisen/itb

Erfahrungen am Stand von Saudi Arabien
saudi.reisen/itb

Wunsch für gute Pressekonferenzen
reisezeit.ch/pressekonferenz

zum Verfasser

Stephan Zurfluh ist Liedermacher mit über 1000 selbstverfassten Liedern sowie Reisejournalist und betreibt über 150 Webseiten. Sein aktueller Schwerpunkt ist das DeutschlandTicket.

Er lebt in der Schweiz.

Stephan Zurfluh

Brisgistr. 24

CH-5400 Baden

+41 79 320 57 91

info@i-p-s.ch

Webseite als Liedermacher zurfluh.de

als Reisejournalist reisezeit.ch

die Projekte reisemarken.com

Die Presseinformation und deren Inhalte können kostenlos und gemeinfrei verwendet werden, für Rückfragen stehe ich jederzeit zur Verfügung.