



PRESSEINFORMATION

Oktober 2024

Die Welt kommt zusammen auf Aruba

Zweite Ausgabe der Aruba Global Travel Conference erfolgreich durchgeführt

München/Oranjestad – 4. Oktober 2024. Vom 16. bis 20. September war Aruba Schauplatz der zweiten Ausgabe der Aruba Global Travel Conference (AGTC) 2024, einer von der Tourismusbehörde Arubas (A.T.A.) organisierten Veranstaltung. Die Konferenz brachte über 83 Teilnehmer aus Lateinamerika, den Vereinigten Staaten und Europa zusammen, die sich eine Woche lang mit den neuesten Entwicklungen im Tourismus und im strategischen Marketing auf der Insel vertraut machten und Verhandlungen mit lokalen Partnern zur Vorbereitung auf 2025 führten.



v. l.: CEO der Aruba Tourism Authority, Ronella Croes; Podiumsdiskussion; musikalische Untermalung; alle © Aruba Tourism Authority

In diesem Jahr waren mehr als 16 Länder auf der Veranstaltung vertreten, darunter 44 Delegierte aus den Niederlanden, Deutschland, dem Vereinigten Königreich und Italien. Zu den Delegationen gehörten führende Reiseveranstalter, Online-Reisebüros (OTAs) und Fluggesellschaften. Im Laufe der Woche besuchten die Teilnehmer neue Hotels, die zwischen 2024 und 2025 eröffnet werden sollen, wie das Joia Hotel by Iberostar und das Secrets Bay Baby Beach.

Einen der Hauptvorträge der AGTC 2024 hielt der Minister für Tourismus und öffentliche Gesundheit, Danguillaume P. Oduber. In seiner Rede betonte er das Engagement Arubas für nachhaltige Entwicklung und verantwortungsvollen Tourismus und kündigte neue Maßnahmen zur Errichtung und Erhaltung von Schutzgebieten an: „Wir sind stolz darauf, unsere laufenden Bemühungen zur Erweiterung der

Schutzgebiete auf der Insel bekannt zu geben. Derzeit sind 24 Prozent unserer Naturgebiete geschützt, aber unser Ziel ist es, diese Zahl auf 30 Prozent zu erhöhen, um die natürliche Schönheit Arubas für künftige Generationen zu erhalten.“

Strategien für einen regenerativen Tourismus

Ronella Croes, Vorstandsvorsitzende (CEO) der Aruba Tourism Authority (A.T.A.), erläuterte die strategischen Veränderungen in der Tourismusförderung der Insel für die kommenden Jahre. Sie betonte, dass Aruba einen ausgewogeneren Ansatz anstrebt, bei dem die Beziehung zwischen Besuchern und der Insel auf einem gegenseitigen Wertaustausch beruht. Croes erläuterte den Wechsel von einem Tourismusmodell, das sich ausschließlich auf das konzentriert, was Aruba zu bieten hat, zu einem Modell, das sich auf gemeinsame Werte konzentriert: „Was kann Aruba für seine Gäste tun, und was können die Gäste für Aruba tun?“ Dies ist der Beginn eines neuen Paradigmas des regenerativen Tourismus auf der Insel.

Sanju Luidens, Chief Marketing Officer der A.T.A., hob die Werbemaßnahmen für das Jahr 2024 hervor, die sich auf die wichtigsten touristischen Nischen der Insel konzentrieren: Romantik, Wellness und Gastronomie. Sie betonte, dass der „Aruba-Effekt“ nicht nur eine Kampagne ist, sondern eine Realität, die auf der Insel gelebt wird und geschützt werden muss. In diesem Zusammenhang kündigte sie an, dass in den kommenden Jahren umfangreiche Präventions-, Aufklärungs- und Schutzkampagnen sowohl für Besucher als auch für die lokale Bevölkerung durchgeführt werden sollen.

Podiumsdiskussion über Arubas natürliche Elemente

Ein spezielles Panel untersuchte außerdem die natürlichen Elemente, die Aruba zu einem einzigartigen Reiseziel machen, anhand der Dokumentarserie „Blue Lizard Effect“, die im Frühjahr des Jahres erschien. Die Podiumsdiskussion, die von dem arubanischen Moderator und Sänger Edjean Semeleer moderiert wurde, befasste sich mit den vier Elementen Erde, Luft, Feuer und Wasser und bot eine einzigartige Perspektive auf die Verbindung zwischen den Arubanern und der Natur. Nichole Danser, Tauchlehrerin und Umweltschützerin, sprach über Wasser, die einheimische Sängerin Watra über Luft, der Archäologe Harold Kelly über Erde und der Professor Ciro Abath über Feuer und zeigte auf, wie wichtig diese Elemente für das tägliche Leben und die Kultur der Insel sind.

Weitere Informationen zu Aruba auf www.aruba.com/de sowie [Facebook](#) und [Instagram](#).

BILDMATERIAL & DISCLAIMER

Bildmaterial sowie weitere Pressemitteilungen finden Sie [hier](#) zum Download.

Aus Gründen des Leseflusses haben wir auf Gendern verzichtet. Wenn wir über Gäste, Teammitglieder und Co. sprechen, so meinen wir dies stets geschlechts- und orientierungsneutral. Wir sehen stets den Menschen, Inklusion ist für uns selbstverständlich.

ÜBER ARUBA

Die 30 Kilometer lange und neun Kilometer breite „One Happy Island“ als Teil der karibischen ABC-Inseln, besticht mit den meisten Sonnentagen in der Karibik, warmherzigen Menschen, paradisisch weißen Sandstränden und türkisblauer See. Der lebendige Süden und Westen der Insel mit Resorts, Geschäften und Ausgehmöglichkeiten steht in Kontrast zum raueren Norden mit seiner schroffen und von Wind und Wellen zerklüfteten Kalkstein-Felsenküste. Im Landesinneren lockt der Nationalpark Arikok mit ausgedehnter Wüstenlandschaft, Riesen-Kakteen und Naturwundern. Die Insel bietet gute Flugverbindungen und ist über

Amsterdam bequem zu erreichen. Aruba gilt als autonomes Land innerhalb des Königreichs der Niederlande. Als Destinationsmarketing- und Managementorganisation (DMMO) für Aruba ist die Aruba Tourism Authority (A.T.A.) dafür verantwortlich, die touristischen Interessen der Akteure/Partner auf und außerhalb der Insel zu vereinen, um Destinationsmarketing, -entwicklung und -partnerschaften zu koordinieren.

PRESSEKONTAKT

LMG Management GmbH
Sophia Rossmanith
Bavariaring 38, 80336 München
Tel.: +49 170 655 4274
E-Mail: rossmanith@lmg-management.de
Internet: www.lmg-management.de

