



## Offizielle Vorstellung von Soulfood Serbien auf ITB 2012

Auf einer stimmungsvollen Pressekonferenz präsentierte die Nationale Tourismus Organisation Serbiens (NTOS) am Donnerstag, den 8. März 2012 ihr Jahresthema „Soulfood Serbien“ und die positive Entwicklung des Tourismus. Rund 80 interessierte Medienvertreter, Reiseveranstalter, und Fachbesucher informierten sich über die neuesten Entwicklungen. Die Kurzvorstellungen von NTOS, der Tourismus-Organisation Belgrads und der nördlichen Provinz Vojvodina wurden durch gastronomische Spezialitäten aus Serbien und den Klängen traditioneller Tamburizza-Spieler aus der Vojvodina bereichert. Der neue Kurzfilm „Soulfood Serbia“ vermittelte den Gästen einen stimmungsvollen Einblick in die kulinarischen Reize des Landes.

**Gordana Plamenac**, Leiterin von NTOS, hieß die Gäste willkommen und gab einen Überblick über die Entwicklung des Tourismus in Serbien: „Serbiens Tourismusindustrie wächst jährlich mit neuen Hotels, Restaurants, einem vielfältigen Nachtleben und zahlreichen Events, welche interessant für Touristen und Tourismusunternehmen sind. Serbien hat Angebote für jeden Geschmack und für jedes Budget. Auch dies ist ein Grund, warum die Destination mit jedem Jahr mehr Gäste anlockt.“

NTOS-Berater **José Fröhling** beschrieb den Charakter der Regionen Ostserbien, Westserbien und Südserbien und deren touristische Höhepunkte anhand von kulinarischen Kostproben aus den Regionen, die den Gästen gereicht wurden. Im Anschluss nahm Fröhling die steigenden Tourismuszahlen zum Anlass, auf das Jahr zurückzublicken: „Im vorherigen Jahr haben wir auf der ITB gesagt, wir werden wachsen. Dieses Versprechen wurde eingehalten.“ Erstmals wurde im letzten Jahr fast eine Milliarde Euro Einnahmen durch Incoming-Tourismus nach Serbien generiert. NTOS nimmt dies als Ansporn, die Arbeit auf dem deutschen Markt weiter zu vertiefen: „Wir werden diesen Markt weiter bearbeiten“, kündigte Fröhling an.

**Dejan Veselinov** von der Tourismusorganisation Belgrad stellte die wichtigsten Themen für 2012 vor. Dazu gehören u.a. Belgrad City Break Angebote in Koordination mit Jat Airways und die neue englischsprachige Belgrad City Guide App für Android. Auch das Thema Gastronomie spielt in Belgrad mit seinen zahlreichen Märkten und über 3000 Restaurants eine große Rolle. Die Anzahl deutscher Touristen, die nach Belgrad kamen stieg im Jahr 2011 um 18 Prozent, die Übernachtungen um 19 Prozent. Die Webseite [www.travel-belgrade.com](http://www.travel-belgrade.com) ist seit Anfang des Jahres 2012 auch auf Deutsch verfügbar.

**Bobdanka Ilic**, Mitarbeiterin des Projekts „Reichtum der Vielfalt“ der Provinz Vojvodina sprach im Anschluss und stellte diese Region im Norden Serbiens vor. Mehr als 25 verschiedenen ethnische Gemeinschaften leben heute in der Vojvodina, mit sechs Sprachen im amtlichen Gebrauch. Auch heute werden in vielen Dörfern der Region die verschiedenen Bräuche bewahrt. Die kulturelle Vielfalt ist die wertvollste Ressource der Region und die Basis für die Schaffung eines einzigartigen touristischen Produkts „Reichtum der Vielfalt“, das 14 Dörfer in der Vojvodina als touristische Destinationen vermarktet.

Durch die Pressekonferenz führte der Hendrik Wintjen vom in Berlin ansässigen Unternehmen maslcontour, das seit 2011 die Pressekoordination auf dem deutschen Markt übernommen hat.

Allgemeine Serbien-Informationen sind erhältlich bei der  
NATIONALEN TOURISMUS ORGANISATION SERBIENS (NTOS)  
Cika Ljubina 8, 11000 Belgrad, Serbien  
Telefon: 00381/11/6557134 · Telefax: 00381/11/2632233  
E-Mail: [office@serbia.travel](mailto:office@serbia.travel) oder im Internet unter [www.serbia.travel](http://www.serbia.travel)

3577 Anschläge

### Pressekontakt:

maslcontour, Jara Schreiber, Postfach 171 137, D-10203 Berlin  
Tel. +49 (0)30 / 3472 5989, Fax +49 (0)3212/ 1157 280, Skype serbien-pr, E-Mail [serbien-pr@maslcontour.de](mailto:serbien-pr@maslcontour.de),  
Internet [www.maslcontour.de](http://www.maslcontour.de)