



## COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

[www.malaga.eu](http://www.malaga.eu)

### **Málaga participa en la feria ITB con un mercado turístico alemán al alza en viajeros y pernoctaciones hoteleras**

- El Área de Turismo desarrollará una agenda técnica e institucional con una veintena de reuniones durante esta cita, del 3 al 5 de marzo
- El mercado alemán, segundo de procedencia internacional, creció en 2025 un 27% en viajeros y un 11% en pernoctaciones hoteleras, y la estancia media se situó en 2,27 días

**Málaga, 27 de febrero de 2026.-** La ciudad de Málaga participará un año más en la International Tourism Berlin (ITB), la principal feria turística del mercado alemán, que se celebrará del 3 al 5 de marzo de 2026 en el centro de exposiciones Messe Berlín. Esta edición es especial, ya que se alcanza el 60º aniversario de esta cita turística internacional.

1/2

El expositor del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga tendrá una superficie de 25 metros cuadrados en el Pabellón 2.1 del Messe Berlín, uno de los espacios más destacados del evento, ubicado junto a otros destinos españoles. El diseño, abierto a tres caras, es dinámico, multifuncional y se alinea con la identidad corporativa de la ciudad, brindando un ambiente accesible tanto para profesionales como para el público general.

La distribución del espacio contempla un área profesional para atender las diferentes reuniones. A su vez, contará con una zona expositiva de atención al público, que este año se caracterizará por la ausencia de material promocional impreso, sustituyendo el acceso a la información a través de códigos QR. La delegación malagueña también acudirá con cuatro empresas coexpositoras.

#### **Agenda centrada en reforzar la imagen de Málaga como destino de alto valor añadido**

Para esta edición de la ITB de Berlín, el Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Turismo, se ha fijado diferentes objetivos, entre los que destacan la apuesta por reforzar la imagen de Málaga como destino de alto valor añadido, seguro y de alta calidad, atrayendo así a un mayor número de visitantes alemanes. Además, se busca promocionar las novedades de la oferta turística de la ciudad e incrementar la afluencia de turistas internacionales.





Las acciones de promoción estarán dirigidas a la comercialización y posicionamiento de Málaga entre un público más amplio de agentes de viajes, aerolíneas, compañías navieras y medios de comunicación especializados en diversos segmentos, como turismo cultural, grandes eventos, cruceros, *premium*, naturaleza y gastronomía, entre otros.

En este sentido, la delegación malagueña tiene prevista una agenda técnica e institucional con una veintena de reuniones programadas, incluyendo encuentros con agencias de viajes y turoperadores, OTAs (agencias de viaje *online*), mayoristas B2B, metabuscadores y portales de viajes, Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, aerolíneas de media y larga distancia, creadores de contenido y periodistas, agencias de organización de eventos profesionales y viajes de incentivos o medios especializados en distintos segmentos, entre otros.

Dentro de las citas programadas, cabe destacar las que se llevarán a cabo con agencias especializadas en turismo *premium* y de alto valor añadido. Ello se enmarca dentro del Plan Estratégico de Turismo 2026-2029, que busca posicionar a Málaga como destino de referencia en estos segmentos fundamentales para crecer en calidad turística y en parámetros como el grado de estancia media.

Cabe recordar que la edición de 2025 de ITB Berlín registró la asistencia de 100.000 visitantes profesionales durante sus tres días, de los cuales un 87% fueron internacionales, así como un total de 5.800 empresas de 170 países diferentes.

2/2

### **Crecimiento significativo del mercado alemán**

La cita de la ITB de Berlín llega bajo el contexto de un importante crecimiento del mercado alemán en la capital malagueña. El año 2025 finalizó con Alemania como segundo mercado internacional tanto en viajeros como en pernoctaciones en la capital, sólo superada por Reino Unido.

En concreto, el mercado germano registró 101.977 viajeros hoteleros, lo que representa un significativo aumento del 27% en comparación con el año anterior, y 231.360 pernoctaciones, un 11% más que en el pasado año. Asimismo, la estancia media fue de 2,27 días.

Los meses de abril y octubre fueron los de mayor volumen de visitantes alemanes, con aproximadamente 12.000 y 13.000 viajeros respectivamente, seguidos por los 11.000 visitantes de mayo y septiembre. Mientras que, al igual que en 2024, octubre volvió a ser el mes más fuerte en pernoctaciones, con 26.700 noches de hotel, lo que evidencia una clara desestacionalización de la demanda, alejada del tradicional turismo de sol y playa concentrado en julio y agosto.