

## Breadcrumb

1. [Home](#)
2. Current: Entity Print

## Zielgruppen-Marketing 2016

### Im Fokus: die Wünsche unserer verschiedenen Besucher-Gruppen

Gemeinsam mit unserem Kooperationspartner visitBerlin Partnerhotels e.V. und touristischen Leistungsträgern entwickelten wir auch 2016 gezielte Marketingmaßnahmen für die differenzierte Ansprache unserer verschiedenen Gästegruppen.

**Offen und tolerant, starke Partnerschaft mit den Hotels der pink pills**



visitBerlin und die **pink pillow Berlin Collection** engagierten sich wie in den Vorjahren gemeinsam bei der Ansprache von LGBTi-Reisenden.

Den Auftakt bildete im März 2016 ein Messestand auf der **ITB Berlin**. Das traditionelle ITB Gay Breakfast fand im Hotel Sylter Hof mit rund 70 Gästen aus Presse, Trade und der LGBTi-Community statt. Zum Internationalen Tag gegen Homophobie wurde im Mai in Zusammenarbeit mit MANEO ein Regenbogen-Kuchen angeschnitten. Im Anschluss daran hielt die pink pillow AG im Schwulen Museum ihren Markttag ab: Hier kommen die Hotels der pink pillow Berlin Collection regelmäßig zum Austausch zusammen.

### **Präsent auf den Pride Weeks 2017**

Die Pride Weeks im Juli wurden von verschiedenen Aktionen begleitet. So wurden etwa Regenbogenfahnen vor den Hotels der pink pillow Berlin Collection gehisst und ein Stand zur Bewerbung der LGBTi-freundlichen Hotels auf dem Lesbisch-schwulen Stadtfest realisiert. Im Juli beteiligte sich pink pillow zum ersten Mal mit einem eigens gebrandeten Boot am CSD auf der Spree. Das Boot war restlos ausverkauft, die Stimmung ausgezeichnet. Die Präsenz der pink pillow Hotels auf dem Christopher Street Day bildete den krönenden Abschluss. Der Führungswagen des Umzuges war von pink pillow gebrandet und die Webseite vom CSD verlinkte direkt auf die Buchungstrecke der pink pillow Hotels. Eine von visitBerlin betreute Pressereise zum CSD generierte auch international Medienbeiträge zu den Themen Gay Berlin und pink pillow.

Im Oktober fand die Football Pride Week in Berlin statt. Zu der internationalen Konferenz waren Vertreter vom DFB, der FIFA, UEFA, regionale Vereine, Politiker und Fans der Vereine aus der ersten und zweiten Bundesliga eingeladen. Die Hotelkollektion präsentierte sich mit einem eigenen Stand auf der Tagung, verteilte Informationen und beherbergte die bundesweit angereisten Gäste.

### **Berlin - Klasse für Klassen**

## **Klassenreisen**

Lehrer, die Klassenfahrten organisieren, sind eine wichtige Zielgruppe für Berlin. Und

weil die Stadt am besten für sich selbst spricht, lud visitBerlin im Oktober 2016 insgesamt 30 Lehrer aus Deutschland ein, um Berlin als Klassenfahrtsdestination vorzustellen. Im November 2016 besuchten in Zusammenarbeit mit den Goethe-Instituten Warschau, Kopenhagen, Stockholm und Oslo rund 50 Lehrer aus Polen und Skandinavien die deutsche Hauptstadt. Außerdem wurde im Rahmen einer Printmarketing-Aktion im Klassenfahrtskatalog der Stage-Entertainment für Berlin als Destination für Klassenreisen geworben.

## Berlin für Familien

## Berlin für Familien

Zahlreiche familienfreundliche Hotels halten spezielle Angebote für die jüngsten Berlin-Gäste und ihre Eltern bereit. visitBerlin präsentierte die Familienangebote der Stadt auf der Webseite [familie.visitBerlin.de](http://familie.visitBerlin.de) und entwickelte einen Themenflyer mit Spielplatz-Tipps in Kartenform dazu. Dieser ist Anfang 2017 in drei Sprachversionen erschienen. Um das Angebot für Familien in ganz Deutschland stärker zu positionieren, beschlossen die familienfreundlichen Hotels im Sommer 2016, gemeinsam mit visitBerlin das breite Erlebnisangebot der deutschen Hauptstadt deutschlandweit auf Volks- und Familienfesten zu bewerben.

Fah



Der Fahrradtourismus in Deutschland ist seit Jahren eine bedeutende Wachstumsbranche. visitBerlin widmete diesem Thema auch 2016 verstärkte Aufmerksamkeit: Gemeinsam mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wurde im April 2016 das erste Fahrradtourismus-Netzwerk-Treffen im Rahmen der Velo 2016 ins Leben gerufen. Radreiseveranstalter, Leistungsanbieter aus dem touristischen Fahrradbereich, Radreiseführer-Verlage und fahrradfreundliche Hotels hatten die Möglichkeit, sich auszutauschen und darüber hinaus das radtouristische Angebot der Bundesländer vorzustellen. Im Jahresverlauf organisierten die Partnerhotels der AG Fahrrad ein Fahrrad-Teamevent durch die Berliner Kieze: Per Rad erkundeten die Hoteliers und ihre Mitarbeiter die Fahrradstrecken Berlins und entdeckten dabei den ein oder anderen versteckten Ort in der deutschen Hauptstadt.

Im April 2016 gab visitBerlin einen neuen Fahrrad-Faltplan im Stadtplanformat heraus, auf dem 13 Touren mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten dargestellt sind und besondere Insider-Tipps sowie alle relevanten Informationen für passionierte Radler und Hobby-Biker gegeben werden.

**[about.visitBerlin.de](http://about.visitBerlin.de)**