

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

Pressearbeit für die Kongress-Destination Berlin (only in German)

Die Ziele der Pressearbeit 2016 bestanden darin, die Berliner Meetings Industrie und die Erfolge des Berlin Convention Office (BCO) stärker in den Medien der Hauptstadt und international zu platzieren sowie die Social-Media-Aktivitäten auszubauen. Berlins Spitzenplatz im weltweit angesehenen **ICCA-Ranking**, die Kongress-Statistik 2015 sowie die Erfolgsbilanz für 15 Jahre Kongress-Marketing zählten zu den Themen, die eine umfangreiche Fach-



©

Berlin war darüber hinaus im November Titelstory der „Prevue Meetings“, einem der größten US-Fachmagazine für das Kongressgeschäft. Mit zehn versendeten Pressemitteilungen und 22 redaktionellen Beiträgen war die Hauptstadt in den wichtigsten nationalen und internationalen Fachmedien präsent. Die Artikel zu BCO-Veranstaltungen, wie dem ersten Berlin MICE Summit, sowie zu den drei wichtigsten Fachmessen in Frankfurt, Las Vegas und Barcelona informierten über Trends in Berlin.

Um den Kongress-Standort Berlin und das BCO breiter in den sozialen Medien zu positionieren, wurde in Kooperation mit einer erfahrenen Digital-Agentur eine Social-Media-Strategie erarbeitet. Zu den neu definierten Kommunikationskanälen zählte unter anderem ein **Blog**, der Anfang 2017 online gegangen ist. Durch gezielte Maßnahmen auf dem Twitter-Account **@BerlinMeetings** konnte nicht nur die Follower-Anzahl des Kanals um 60 Prozent, sondern durch gezielte Inhalte auch die Klickraten für den Meeting Guide Berlin deutlich erhöht werden.

about.visitBerlin.de