

1. [Startseite](#)
2. Aktuelle Seite: Entity Print

Nationale und internationale Medienarbeit 2020

Die Corona-Pandemie und ihre Auswirkungen auf den Berlin-Tourismus und das Kongress-Geschäft bestimmten die Medienarbeit von visitBerlin 2020. Zu den weiteren Schwerpunkt-Themen zählten die Eröffnung des neuen Flughafens BER am 31. Oktober und die Eröffnung der erweiterten U-Bahn-Linie U5 am 4. Dezember.

Mehr als 1,5 Milliarden Menschen über Medienarbeit erreicht

Mit zahlreichen Interviews in Fernsehen, Radio, Print- und Online-Medien und Podcasts war visitBerlin weltweit in den Medien vertreten. 40 Pressemitteilungen wurden national und international versendet, rund 420 Presseanfragen aus mehr als 30 Ländern beantwortet, mehr als 60 Presse-, Blogger- und Fam Trips mit 130 Teilnehmern aus 22 Ländern betreut. Insgesamt konnten über die Medienarbeit von visitBerlin 2020 rund 1,5 Milliarden Menschen erreicht werden.

Drei nationale Pressetermine wurden 2020 in Berlin durchgeführt. Im Februar, vor dem Beginn der Pandemie, zog visitBerlin [Bilanz für das Tourismus-Jahr 2019](#). Nach dem ersten Lockdown von März bis Mai folgte Mitte Juni der [Presse-Auftakt „Restart Berlin-Tourismus“](#). Mitte September wurde der Start einer neuen Sensibilisierungskampagne, die alle Berliner*innen zum Tragen eines Mund- und Nasenschutzes aufruft, mit einem [Presse-Event](#) begleitet.

Kommunikation in den sozialen Netzwerken intensiviert

Parallel zur deutschlandweiten visitBerlin-Kampagne [„Berlin. Auch das.“](#) präsentiert im Sommer ein [Themen-Dienst](#) das vielfältige Angebot der Hauptstadt. Der regelmäßige Newsletter bot Inspiration zu Themen wie Großstadtnatur, Gastronomie und Kultur.

Im Februar begann die aktive Betreuung des **LinkedIn-Unternehmensprofils von visitBerlin**. Die Verbreitung von Corporate-News und die Vernetzung mit Partnern und Stakeholdern sowie Vertretern der Tourismus-Branche stehen im Fokus der Kommunikation. Innerhalb von nur zehn Monaten hat sich die Zahl der Follower auf rund 1.740 Follower beinahe verdreifacht. Der B2B-Twitter-Kanal von visitBerlin, **visitBerlin Newsroom**, entwickelte sich ebenfalls positiv. Ende 2020 folgten dem Kanal mehr als 610 Personen aus Politik, Wirtschaft und Journalismus.

Kennzahlen

Reichweite insgesamt: 1.589.869.753

Presseanfragen (digital) beantwortet: 817

Pressemitteilungen versendet: 40, davon 6 international

Pressetermine national:

- Pressekonferenz „Tourismus-Bilanz 2019“, 21.2.20, Mövenpick Hotel Berlin
- Presse-Termin „Restart Berlin-Tourismus“, 17.6.20, TV Turm
- Presse-Termin Kampagnen-Auftakt, 14.9.2020, Brauhaus Lemke

Multiplikatoren-Reisen: 62 (digitale) Presse-, Blogger- & Fam Trips aus 22 Ländern mit 130 Teilnehmern

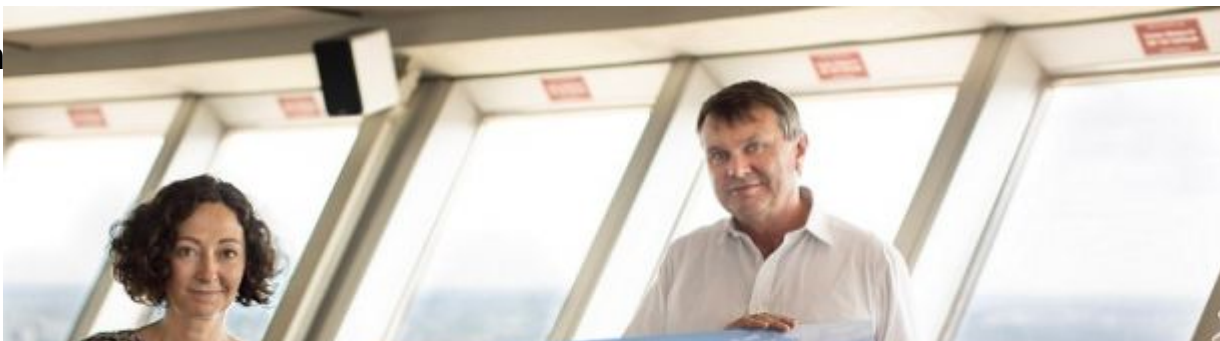
Presse-Newsletter und Themendienst Deutschland: 8

Text-Zulieferungen: 17

B2B Social Media

- Twitter: 612 im Dezember (+ 178 Follower ggü. 2019)
- LinkedIn: 1740 im Dezember (+ 1178 Follower ggü. Februar 2020)

Ähn



Restart Berlin-Tourismus

Berlin, 17.6.2020

Stark

Weite



Neue Kampagne sensibilisiert für Corona-Regeln

Berlin, 14.9.2020

Kamp

weite



BER: Erste Landung auf Start- und Landebahn Süd

Der BER bietet hervorragende Voraussetzungen für die Entwicklung von Interkontinental-Anbindungen nach Berlin.

[weiterlesen](#)

about.visitberlin.de