

Internationales Marketing



2017 war visitBerlin in **57** Ländern aktiv.

Mit mehr als **250** Veranstaltungen und Präsentationen bewarb das Unternehmen die deutsche Hauptstadt bei Vertretern der Tourismus- und Kongressindustrie, in den Medien sowie bei potenziellen Gästen.

Tourismus-Marketing



Kongress-Marketing



Presse- und Medienarbeit



34 Medienveranstaltungen in **28** Ländern
140 Redaktionsgespräche



rund **3.500** beantwortete Presseanfragen
rund **250** Interviews



444 Pressereisen mit **794** Journalisten aus **49** Ländern
davon **133** Blogger-/Influencer-Reisen



mehr als **200 Mio.** erreichte Leser durch visitBerlin-Presse- und Medienarbeit

Zusammenarbeit in Berlin



rund **1.000** Kooperationsgespräche

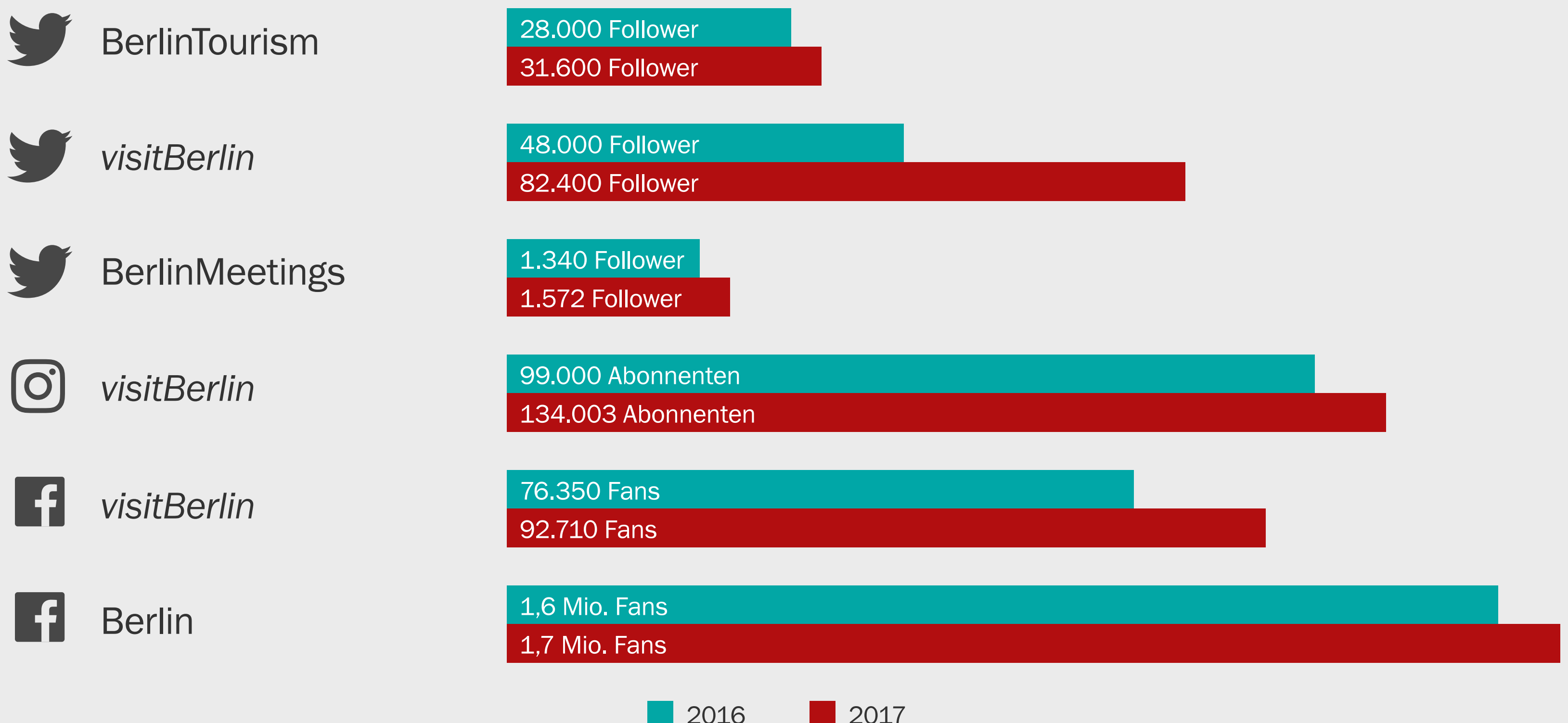
mehr als **1.500** Kooperationen mit Unternehmen und Institutionen aus Tourismus, Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft

80 Veranstaltungen mit Partnern aus dem visitBerlin-Netzwerk

Offizielles Tourismusportal



Social Media



Besucherinformationen

Berlin Tourist Infos



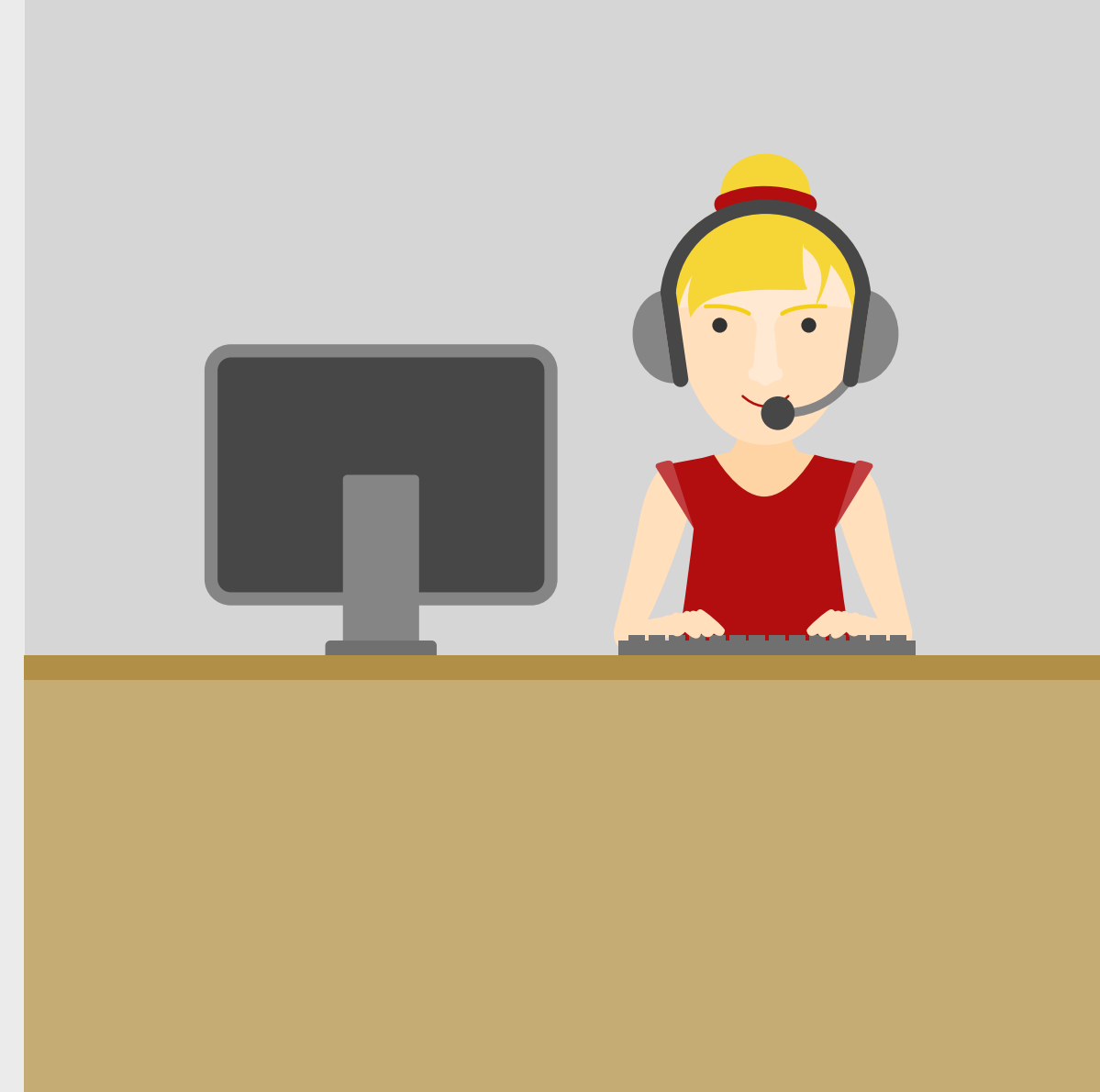
7 Berlin Tourist Infos mit mehr als **1,5 Mio.** Besuchern, die Informationen in **16** Sprachen erhielten

Publikationen



nahezu **30** Publikationen in bis zu **10** Sprachen

Berlin Service Center



rund **10.000** beantwortete Anrufe, **2.400** Reservierungsanfragen und **7.000** Antworten auf schriftliche Anfragen

visitBerlin als Arbeitgeber



rund **220** Mitarbeiter

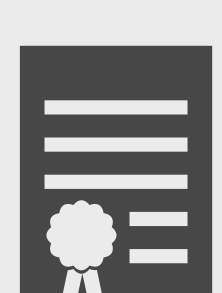


Betriebszugehörigkeit*
Ø **8,2** Jahre

* der unbefristet Beschäftigten



Durchschnittsalter
36,6 Jahre



Ausbildungsquote
10 %

Etat-Verteilung



23,7 Mio. € Gesamtetat