

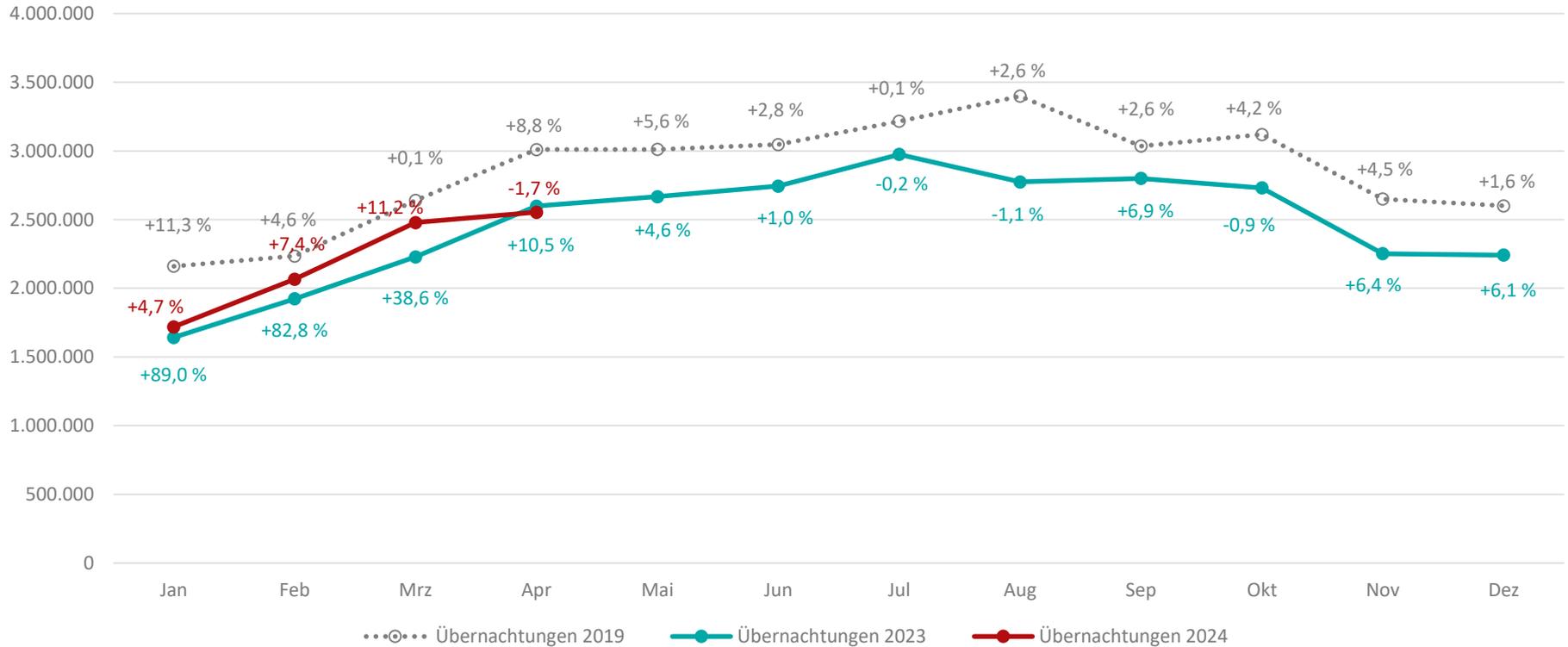
visitBerlin@Umweltforum 2024

10. Juni 2024

Aktuelle Lage & Prognose

Visitor Economy Berlin (Hotel-Übernachtungen)

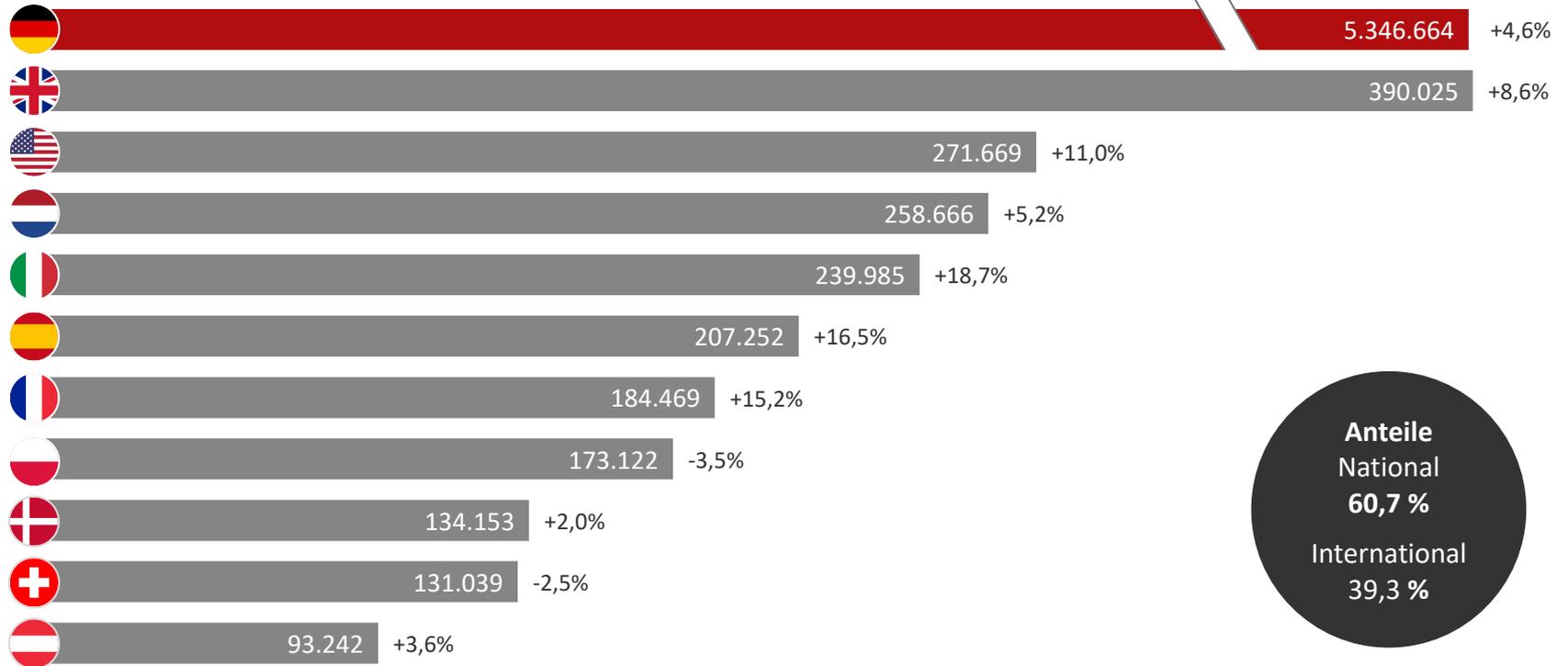
Übernachtungen 2019, 2023 und 2024 (Anzahl u. Veränderung zum Vorjahr in %)



Deutschland wichtigster Quellmarkt für Berlin

Übernachtungen aus den Top-Ländern (Jan.-Apr. 2024)

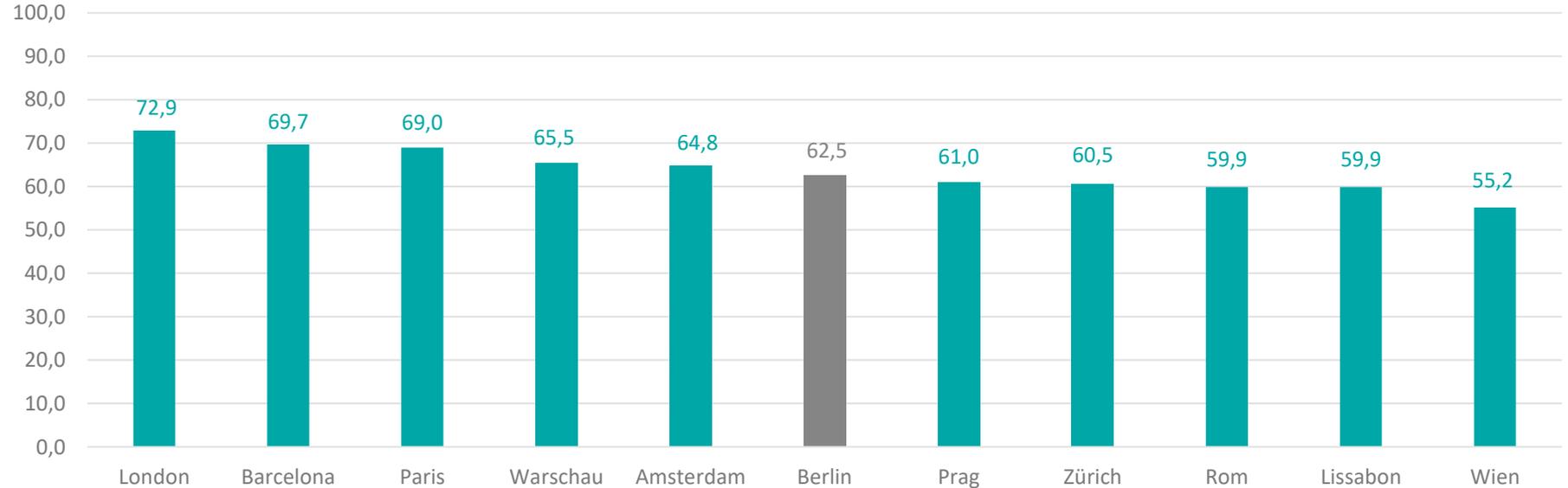
Wachstum 2024
im Vgl. zu 2023



Benchmark: Auslastung Hotellerie International

City Benchmark Januar bis März 2024

Auslastung (kumuliert) in %

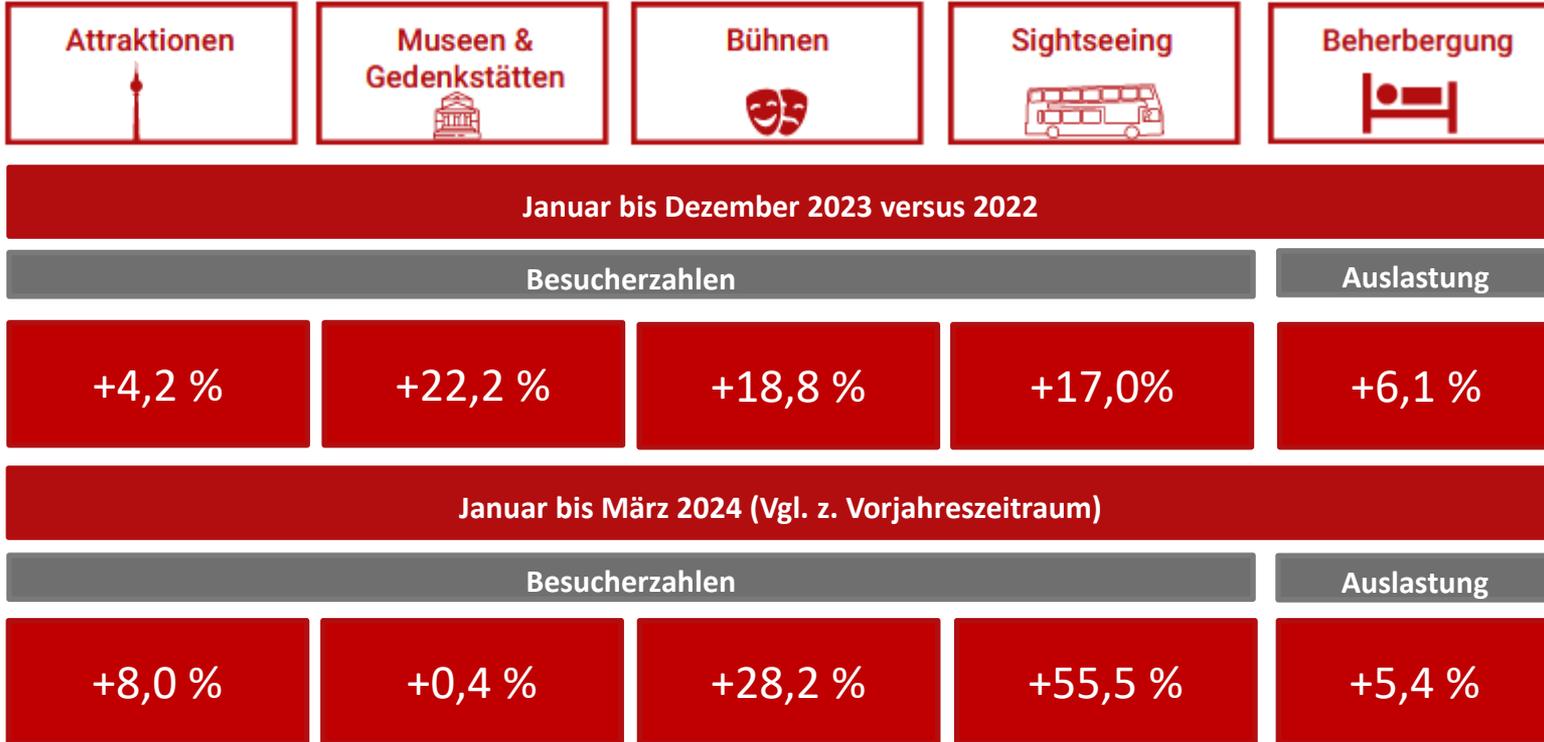


Quelle: STR. © 2024 CoStar Group, Hotel Review März 24 (YTD=Year to Date)

2023 STR, LLC / STR Global, Ltd. firmierend als "STR". © CoStar Group. Jeder Nachdruck, jede Verwendung oder Wiederveröffentlichung der gesamten Präsentation oder eines Teils davon ist ohne vorherige schriftliche Genehmigung von STR strengstens untersagt. Bei einer solchen Reproduktion ist STR ausdrücklich als Quelle anzugeben. Diese Präsentation basiert auf Daten, die von STR erhoben wurden. Die Informationen in der Präsentation dürfen nicht als Anlage-, Steuer-, Buchhaltungs- oder Rechtsberatung ausgelegt werden.

Entwicklung Visitor Economy

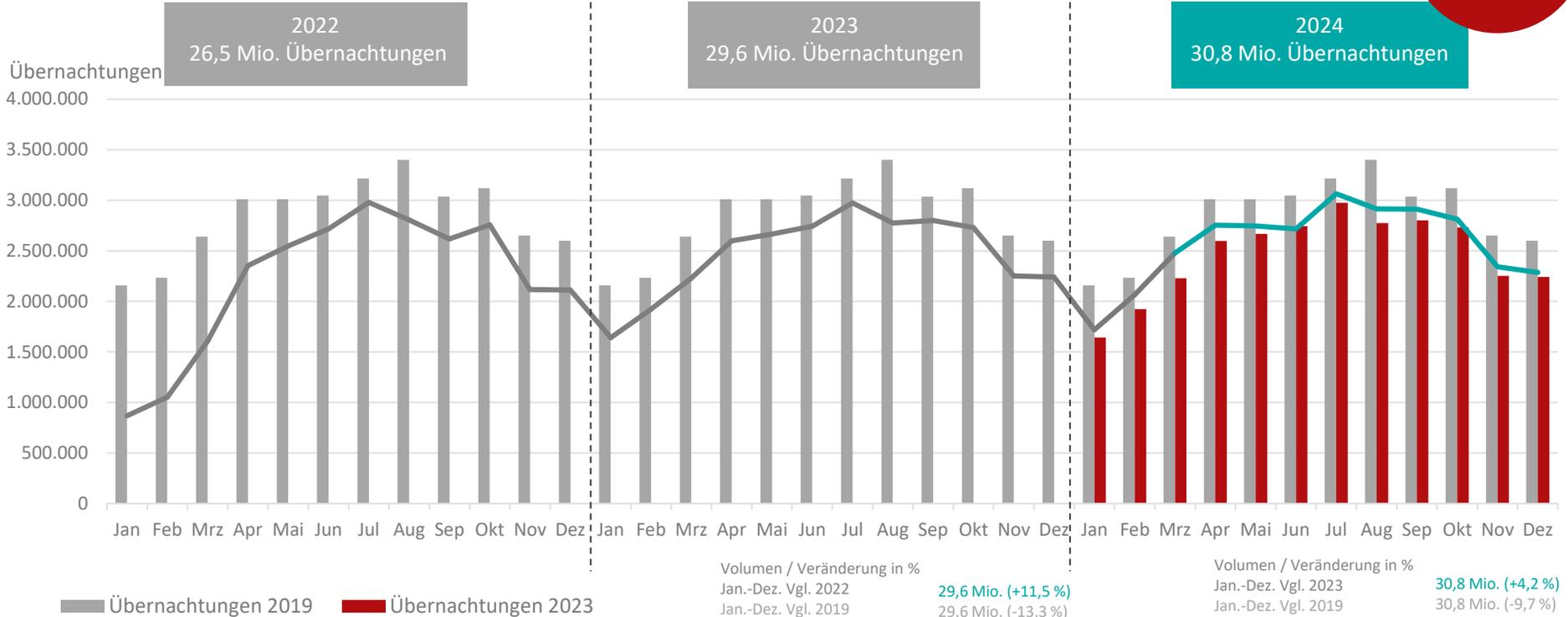
Besucherzahlen 2023 | 1. Quartal 2024



Entwicklung & Prognose Berlin-Tourismus

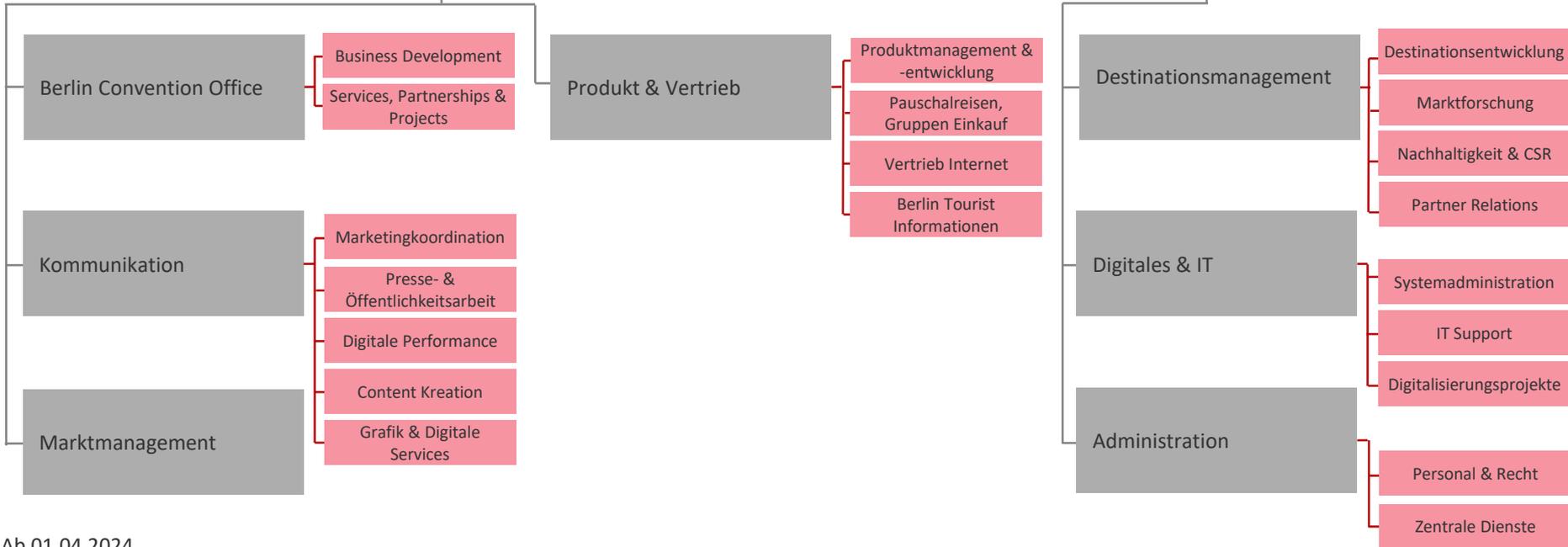
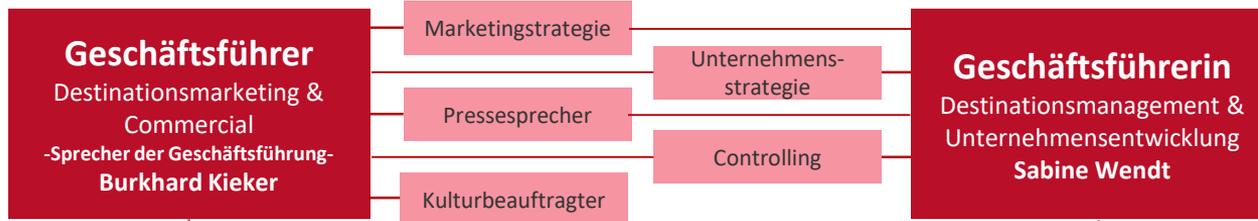
Entwicklung der Übernachtungen 2022, 2023 und Szenario 2024

Übernachtungen
2019
34,1 Mio.



visitBerlin Unternehmensstruktur

Organisationsstruktur 2024



Partner Relations

Eure Ansprechpartner



Jennifer Fortdran

Senior Managerin Tourismusstrategie
& strategische Partnerbetreuung



Anna Günther

Senior Managerin
Stakeholderformate



Lara Kleinert

Key Account Managerin
touristische Stakeholder



Alexandra Hintz

Projektmanagerin TourismusHub

Partner Relations

Eure Ansprechpartner



Bastian Ulrich

Senior Project Manager Conventions



Isabelle Heymann

Key Account Managerin Hotellerie



Christian Zilinski-Meyer

Geschäftsstellenleiter
visitBerlin Partnerhotels e.V.

Themen & Kampagnen 2024



Foto: © Alexander Hassenstein / visitBerlin

UEFA Euro 24



C. Luke Larsson / visitBerlin

35 Jahre Mauerfall



Foto: © Lukas Brown

Kieze / Bezirke



VISIT BERLIN
CONVENTION OFFICE

CONVENTION
MEETS
SUSTAINABILITY

Foto: © JStock / visitBerlin



Foto: © visitBerlin

visitBerlin Kampagnen

Aktivtourismus



Foto: © visitBerlin

Berlin braucht seine Gäste



Foto: © Maskot

Nachhaltigkeit



Foto: visitBerlin / Freilichtweihnacht Getty

Shopping

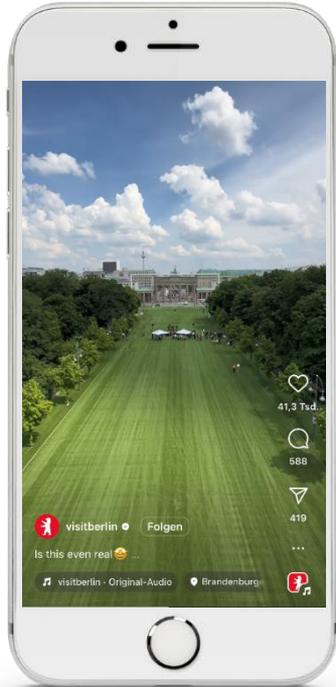


**Touristische
Vermarktung und
Kommunikation für die
Host City Berlin
über alle *visitBerlin*
Kanäle**

UEFA EURO 2024

UEFA EURO 2024

Kommunikationsmaßnahmen



- › Bewerbung auf visitBerlin.de und über Blogbeiträge
- › Social Media Posts
- › Onlinekampagne
- › Pressearbeit
- › Integration in Newsletter
- › Podcast-Folge bei Berlin Unboxed
- › Außenwerbung
- › Integration in Veranstaltungskalender
- › Eventbewerbung

**Bisherige
Reichweite
Ca. 7 Mio.**

35 Jahre Mauerfall



visitBerlin
vermarktet die
Stadt der Freiheit
in aller Welt und
kommuniziert die
Ereignisse zum Mauerfall
Jubiläum

Was ist geplant?

Aktionen in der Stadt

Die Planungen in der deutschen Hauptstadt zum Jubiläumsjahr laufen auf vollen Touren. Wir informieren kontinuierlich auf <https://www.visitberlin.de/de/35-jahre-mauerfall-berlin> zum **aktuellen Stand**.

Höhepunkt: natürlich der 9. November 2024! Neben Festveranstaltungen werden historische und neue Plakate, Schilder und Transparente entlang des ehemaligen Mauerverlaufs installiert. Sie zeigen, wofür Menschen damals kämpften und wofür sie heute immer noch demonstrieren: **Freiheit** - das Fundament einer offenen und diversen Gesellschaft.

Die Kampagne, die zu einer geschichtlich-informativen Reise nach Berlin aufrufen wird, soll mit Fokus auf den Herbst und das Jubiläum 35 Jahre Mauerfall ausgespielt werden. Die Bestandteile sind eine Influencerkampagne, eine Onlinekampagne, PR-Aktionen und Podcast-Marketing.





Vermarktung von
Content aus 12
Bezirken;
bezirksübergreifende
Marketing-
Maßnahmen

Kiezkampagne

Meet In The World Of Berlin

Kampagne 2024





Aktivtourismus

Mehrwert Kampagne 2024

**BERLIN
OHNE GÄSTE?
WIE THEATER
OHNE APPLAUS.**

**BERLIN
BRAUCHT SEINE
GÄSTE**

BERLIN





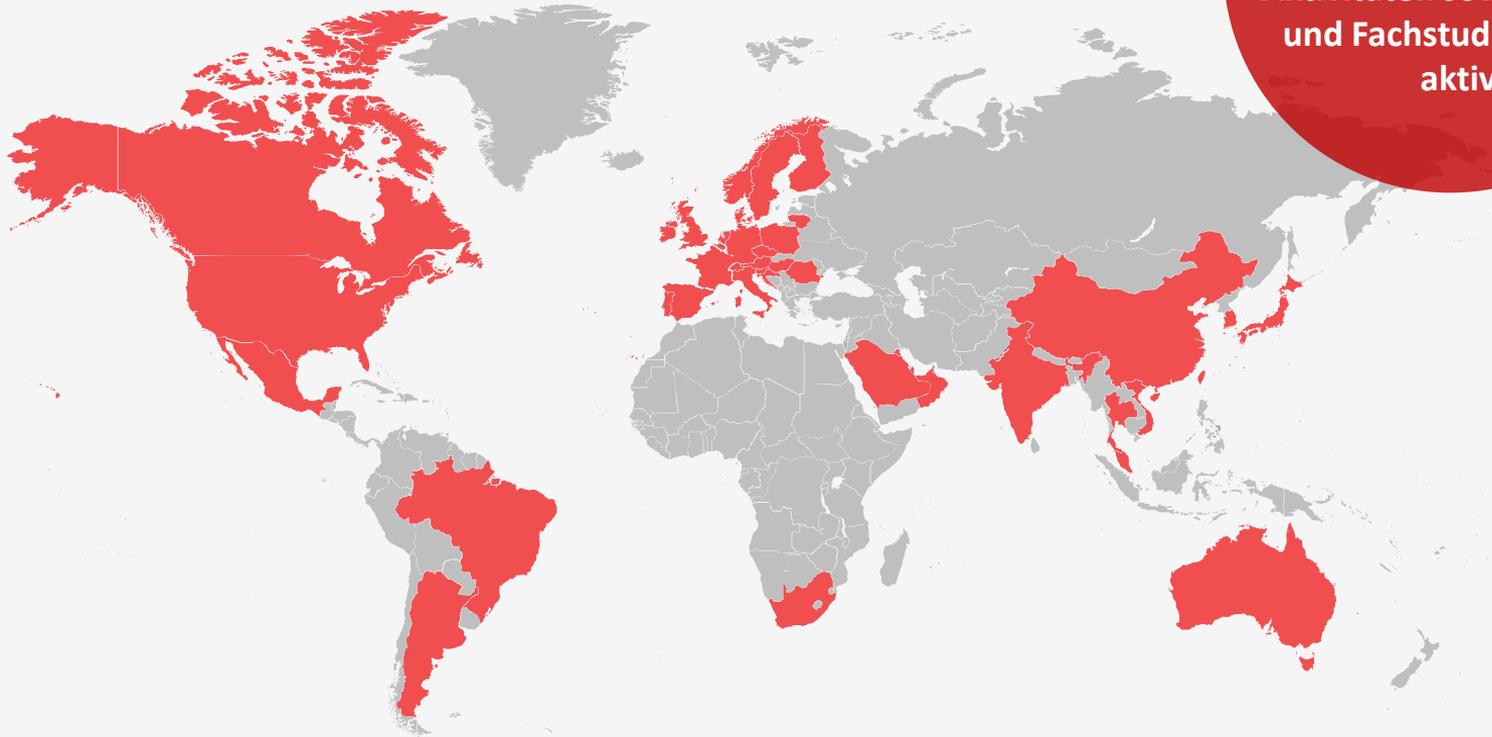
Nachhaltigkeitskampagne

Shopping Kampagne 2024



visitBerlin Auslandsaktivitäten 2024

visitBerlin
ist in 43 Quellmärkten
mit verschiedenen
Aktivitäten sowie Presse-
und Fachstudienreisen
aktiv





Förderung Incoming Berlin-Europa

Foto: M. J. J. J.

Veranstaltungen





IMEX Frankfurt 2024

- 15 Partner:innen am Berlin Stand
- Über 500 generierte Leads
- 5 Jahre Sustainable Meetings Berlin Geburtstagsparty

© Christianruppa

BERLIN TOURISMUS & MICE SUMMIT

KINO

INTERNATIONAL



BESTIVAL
25.-26. August 2022 | Berlin

The MICE & Travel
Business Festival

BESTIVAL

MONGAY
18.05. 21.05.

NACHBARSCHAFTSTREFF
18.05. 21.05.

WOLF HAAS
MÜLLER
18.05. 21.05.

NOPE
18.05. 21.05.

MARZENGRÜND
18.05.

BESTIVAL Masterclass 2024 | Eckdaten

WAS

Dauer der Veranstaltungen:

- + 3 Tage

Tag 1:

- + Anreise und Icebreaking

Tag 2 – Knowledge:

- + Workshops, Diskussionen, Best-Practices, Networking

Tag 3 – Experience:

- + Experience-Touren, Co-Working

Veranstaltungssprache:

- + Englisch

WANN

INNOVATION MASTERCLASS

03. – 05. Juli 2024

SUSTAINABILITY MASTERCLASS

09. – 11. Oktober 2024

COMMUNITY MASTERCLASS

01. – 03. Dezember 2024

WER

Wir laden ausgewählte und qualifizierte Kund:innen per persönlicher Einladung zur BESTIVAL Masterclass ein.

MICE:

- + Veranstaltungsplanende in Corporates, Agenturen und Verbänden der MICE-Branche
- + National und international

Media:

- + MICE-Fachpresse
- + Relevante Journalist:innen, Blogger:innen, Influencer:innen

WO

- + Natürlich in Berlin!

Anreise und Unterbringung:

- + Anreise der Gäste am Vortag der Veranstaltung auf **eigene Kosten**
- + Unterbringung in einem der visitBerlin Partnerhotels



SAVE THE DATE: BESTIVAL 2025 03. bis 04. Juli 2025

VISIT BERLIN



Innovationsmanagement

NEUSTART
-PROJEKT

Projektziel: Mit diesem Projekt sollen erstmalig gemeinsam mit Akteur:innen der Berliner Visitor Economy die Auswirkungen der technologischen, wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Transformation systematisch angegangen und der Grundstein für einen zukunftsfähigen Berlin-Tourismus gelegt werden. Ziel ist es, die globalen Trends und Zukunftsthemen zu analysieren, zu besprechen und zu bewerten und anschließend in wirksame Handlungsfelder zu bringen bzw. Maßnahmen für den Berlin-Tourismus zu formulieren.

Folgende Fragen sollen adressiert werden:

- Welches sind für den Berlin-Tourismus die wichtigsten Trends?
- Wie sind diese zu bewerten? Welche Unsicherheiten sind mit diesen Entwicklungen verbunden? Wie (stark) wirken sie sich auf den Tourismus und somit auch auf den Berlin-Tourismus aus und was folgt daraus?
- Welchen Gestaltungsraum haben die Akteur:innen (z.B. die Branche, Stadt, visitBerlin)?
- Welche Handlungsbedarfe leiten sich daraus ab (u.a. für die Branche und für die Stadt)?
- Welche Maßnahmen müssen in welcher Priorität angegangen werden?

Klimaschutz-Roadmap für den Berlin-Tourismus: **Vorgehen**



Tourismusunternehmen stehen klimapolitisch in der Verantwortung, ihren Beitrag zur Begrenzung des Klimawandels und zur Abmilderung seiner Folgen zu leisten. Die aktuellen Bezüge des Tourismus im BEK reichen jedoch nicht aus, um daraus ambitionierte Klimaschutzmaßnahmen für die Tourismusbranche abzuleiten.

Mit einer Klimaschutz-Roadmap für den Berlin-Tourismus wird ein strategisches und ganzheitliches Klimamanagement entwickelt, das sich insbesondere auf eine zielorientierte Umsetzungsplanung konzentriert wird:



visitBerlin Abteilungs-Counter



Nachhaltigkeit & CSR



TourismusHub



Produkt & Vertrieb



Destinationsmanagement

visitBerlin Abteilungs-Counter



visitBerlin Partnerhotels e.V.



Marktmanagement



Kommunikation



Berlin Convention Office

Vielen Dank



UEFA EURO 2024

Ticket - Verlosung