

Internationales Marketing



2018 war *visitBerlin* in **62** Ländern aktiv.

Mit mehr als **340** 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



66 Medienveranstaltungen in **20** Ländern

244 Redaktionsgespräche



rund **400** beantwortete Presseanfragen und Interviews



453 Pressereisen mit **952** Journalisten aus **55** Ländern

321 Teilnehmende bei Blogger- und Influencerreisen



mehr als **623 Mio.** erreichte Menschen durch Presse- und Medienarbeit

Destinationsmanagement in Berlin



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

rund **30** Kategorien an Beteiligungsmöglichkeiten für Partner zur Bewerbung ihrer Angebote

56 Netzwerk-Veranstaltungen von *visitBerlin* für Partner

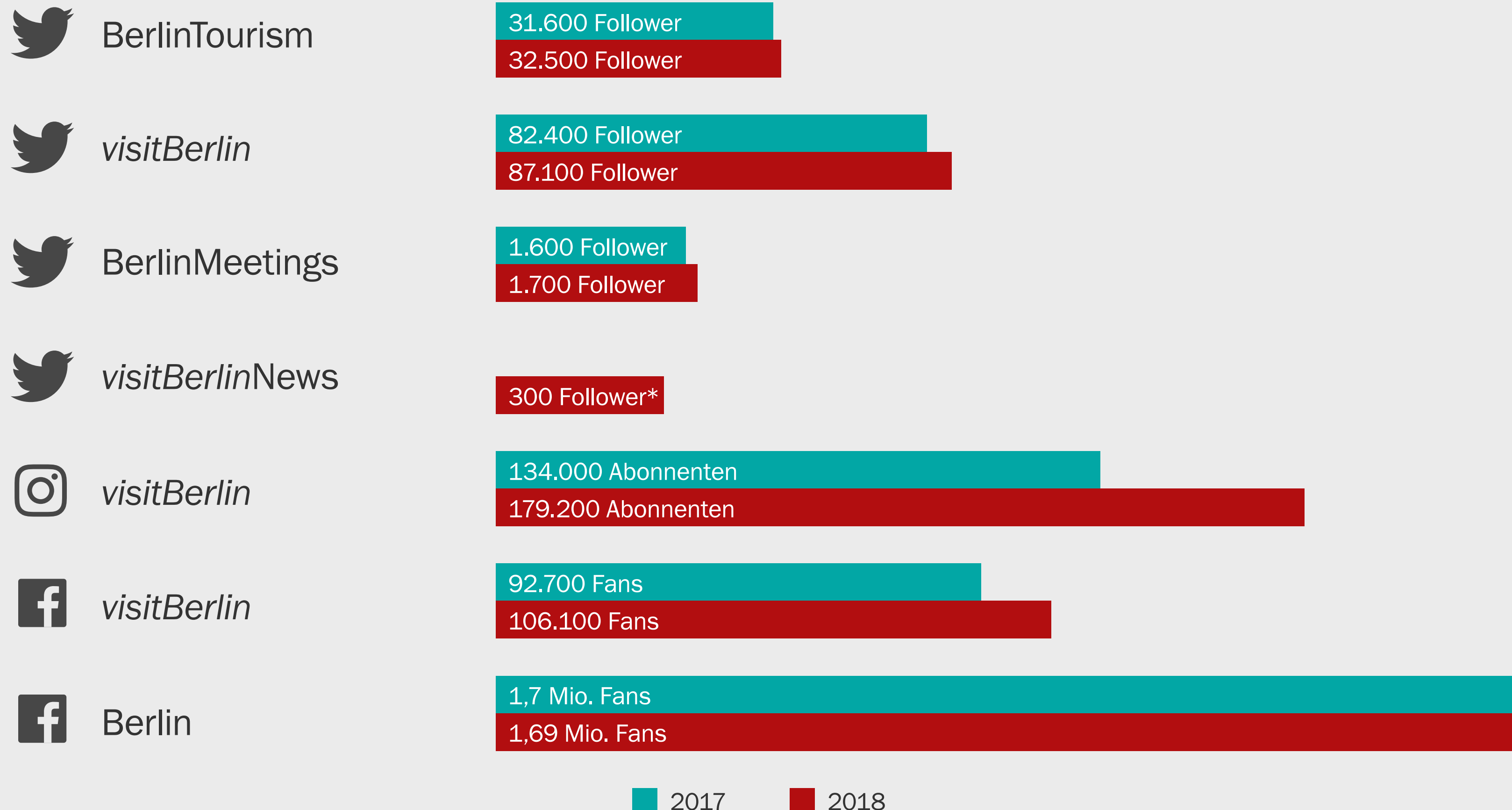
visitBerlin-Veranstaltungskalender mit **Ø 10.000** Terminen im Vorlauf

6 Branchen-Newsletter mit aktuellen Informationen für Partner

Berlins offizielles Tourismusportal



Social Media



Besucherinformationen

Berlin Tourist Infos



6 Berlin Tourist Infos mit mehr als **1,8 Mio.** Besuchern, die Informationen in **17** Sprachen erhielten

Publikationen



nahezu **20** Publikationen in bis zu **10** Sprachen

visitBerlin-Apps



3 kostenfreie Apps
Going Local Berlin, ABOUT BERLIN und AccessBerlin

Berlin Service Center



rund **32.600** beantwortete Anrufe, **4.600** Reservierungsanfragen und **8.800** Antworten auf schriftliche Anfragen

visitBerlin als Arbeitgeber



rund **220** Mitarbeiter

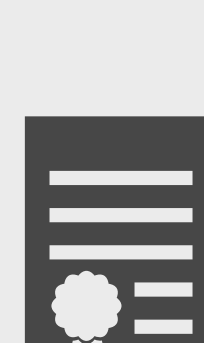


Betriebszugehörigkeit*
Ø 8,7 Jahre

* der unbefristet Beschäftigten



Durchschnittsalter
36,6 Jahre



Ausbildungsquote
10 %

Etat-Verteilung

