

visitBerlin 2021 in Zahlen



Kommunikation für Berlin

Durch *visitBerlins* Kampagnen wurde 2021 eine Gesamtreichweite von mehr als **1 Milliarde** erzielt. Alle Werbemaßnahmen und deren Kommunikation wurden auch im zweiten Jahr der Corona-Pandemie flexibel an die aktuelle Lage angepasst. Ausgewählte Aktivitäten:

Internationale Kampagnen mit Schwerpunkt Europa



Generiert wurde eine Gesamtreichweite von mehr als **248 Mio.** durch Kooperationen mit Online-Marktplätzen, Bahnunternehmen und Airlines sowie Image-Kampagnen. Allein die Kampagne „Berlin. Be part of it“ erzielte eine Reichweite von **30,8 Mio.**

Werbekampagnen mit Schwerpunkt Deutschland



Mehrere deutschlandweite Tourismuskampagnen generierten eine Bruttoreichweite von rund **1 Mrd.** Zum Beispiel machte die Kampagne „Berlin. Bewegt“ im Sommer Lust auf einen Berlin-Besuch, mit einer Weihnachtskampagne warb *visitBerlin* für den Einzelhandel.

Freedom Dinner



Großes Event auf der Startbahn des ehemaligen Flughafens in Tegel: Berlins Botschaft „Berlin loves you“ erreichte mehr als **13 Mio. Social-Media-Fans** und über **209 Mio. Leser** durch Berichterstattung.

Angebote für Berliner:innen



Erlebe Deine Stadt – Hotels und erstmals auch Attraktionen
Kurzurlaub für Berliner:innen, Brandenburger:innen sowie Family & Friends ab Sommer

Presse- und Medienarbeit



Reichweite insgesamt: **1,3 Milliarden** weltweit



Beantwortete Presseanfragen: **340** national und international sowie Interviews



Multiplikatoren-Reisen: **96** Presse-, Blogger-, FamTrips aus **26** Ländern mit **350** Teilnehmer:innen



57 Redaktionsgespräche und **2** Presseveranstaltungen

Destinationsmanagement in Berlin



visitBerlin unterstützte seine Partner:innen auch im zweiten Jahr der Corona-Pandemie mit Marketing-Aktionen und der Schaffung einer neuen Wissensplattform für den Berliner Tourismus.

TourismusHub als neue E-Learning-Plattform zur Unterstützung der Tourismusbranche der Stadt mit insgesamt **26** Online-Veranstaltungen zu aktuellen und Zukunftsthemen und einer hybriden Veranstaltung

Social-Media-Aktion **#AllForOne** als Restart-Initiative mit Werbemitteln von **60 touristischen Partner:innen**, 640.185 Impressionen und 6.949 Interaktionen

Zwölf Berliner Bezirke mit gezielten Aktionen im Fokus, zum Beispiel Pilotprojekt „15-Minuten-Stadt“, Kampagnen zur **Industriekultur** und **Going Local Berlin**

Besucher:inneninformationen

visitBerlin.de – Berlins offizielles Tourismusportal

rund **5,8 Mio.** Nutzer:innen



rund **16,5 Mio.** Seitenaufrufe

Newsletter

rund **925.117** Empfänger:innen mit **111** spezifischen Newslettern über Berlin und *visitBerlin* informiert



Berlin Tourist Info

Neueröffnung der Tourist Info im **Humboldt Forum**

Social Media

● Follower B2C ● Follower B2B



7,3 % mehr Follower in den Social Media Kanälen

Social Media für Partner und Medien



Social Media für Veranstaltungsbranche

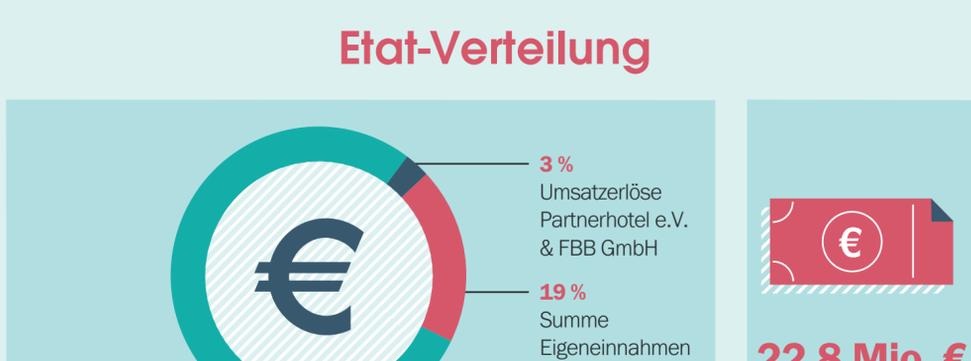


Kontinuierliches Wachstum auch **B2B** bei Followern und Reichweiten

visitBerlin als Arbeitgeber



Etat-Verteilung



Quellen: Google Analytics, Instagram, Facebook, Twitter, Sprout Social, Heatstracking, Zahlen per 31.12.2021.
Legende: ↗ = Veränderung im Vergleich zum Vorjahr

Mehr Informationen: about.visitBerlin.de/Jahresbericht-2021

