

Weltweite Fernsehwerbung für Berlin als Stadt der Zukunft

## Berlin geht neue Wege im internationalen Marketing

**Berlin, 28. Oktober 2009** In einer gemeinsamen Aktion gehen die Berlin Tourismus Marketing GmbH, Berlin Partner GmbH und der Berliner Senat erstmalig mit einem Imagespot in die weltweite Fernsehpromotion, um für die deutsche Hauptstadt zu werben. Neben touristischen Aspekten steht Berlin auch als Stadt mit zukunftsweisenden Wirtschaftsperspektiven im Mittelpunkt des Werbebeitrags. Die einmonatige Kampagne auf CNN International wird in 148 Ländern ausgestrahlt und erreicht rund 200 Millionen Haushalte in Europa, dem Mittleren Osten, Afrika und Asien.

Der Werbespot soll dem Zuschauer die Entwicklung Berlins nach dem Mauerfall hin zu einer modernen Metropole zeigen und so die Berichterstattung rund um den 9. November ergänzen.

Burkhard Kieker, Geschäftsführer der Berlin Tourismus Marketing GmbH: „Die Erinnerungen an den Mauerfall vor zwanzig Jahren bringen eine eindrucksvolle Lawine an Berichterstattung mit sich. Diese wollen wir gezielt nutzen, um Berlin medial auch nach dem 9. November als touristischen Höhepunkt Europas und lebenswerte Stadt der Zukunft zu positionieren.“

Dr. Richard Meng, Staatssekretär und Sprecher des Berliner Senats, fügt hinzu: „Dieser Werbespot ist ein gutes Beispiel für die funktionierende Zusammenarbeit der offiziellen Werber unserer Stadt. Gemeinsam wollen wir Berlin als attraktive und auf die Zukunft gerichtete Metropole positionieren und weitere Erfolge in der weltweiten Aufmerksamkeit erzielen.“

Bereits mit der Entscheidung, die MTV Europe Music Awards zum zweiten Mal nach Berlin zu vergeben, wurde eine gute Möglichkeit geschaffen, Berlin weltweit als Musik- und Kreativmetropole zu präsentieren. Sie werden am 5. November im Vorfeld des „Fests der Freiheit“ verliehen.

Weiterer Aufhänger für verstärktes internationales Stadtmarketing war die Verleihung des Prinz-von-Asturien-Preises an Berlin im spanischen Oviedo in der vergangenen Woche. Der „spanische Nobelpreis“ gilt als wichtigste Auszeichnung im spanischen Sprachgebiet. Das positive Berlin-Bild, für das der Preis steht, wurde durch eine Imagekampagne in den wichtigsten spanischen Tageszeitungen verstärkt.

### (2.232 Zeichen)

Die deutsche Hauptstadt ist eine der wenigen Metropolen weltweit, die seit Monaten deutlich wächst: Allein im August wurde ein Plus von 12 Prozent bei den Übernachtungen gezählt, in den ersten acht Monaten kann Berlin ein Wachstum von rund fünf Prozent vorweisen. Besonders positiv entwickelten sich bisher die Besucherzahlen aus dem Inland, die im August um sieben Prozent stiegen. Aus dem Ausland kamen fünf Prozent mehr Gäste als im gleichen Monat des vergangenen Jahres. Die Gewinner aktuell: Schweden (+23,9 Prozent), USA (+23,2 Prozent), Frankreich (+21,9 Prozent) und Italien (+13,8 Prozent). Diese und weitere Informationen finden Sie online auf [www.visitBerlin.de](http://www.visitBerlin.de).