

Jeder fünfte Berlin-Besucher ist „Alltagsflüchtling“

visitBerlin präsentiert beim Tag des Tourismus eine Typologie der Städtereisenden

Berlin, 10. Juni 2013 Beim heutigen Tag des Tourismus diskutieren über 350 Experten der Berliner Tourismuswirtschaft zum Thema „Berlin 2020 - die Zukunft des Städtetourismus“.

Berlins Senatorin für Wirtschaft, Technologie und Forschung, Cornelia Yzer, hält die Eröffnungsrede und sagt: „Was Berlin im Tourismus und Kongressgeschäft jeden Tag aufs Neue gelingt, ist eine Leistung von sehr vielen Menschen in dieser Stadt. Ihnen allen haben wir zu verdanken, dass wir zu einer der Topdestinationen in Europa gehören. Menschen aus der ganzen Welt kommen in die deutsche Hauptstadt und erleben neben dem Regierungsviertel, neben Kunst, Kultur und Geschichte, was Berlin inzwischen auch in Wirtschaft, Technik und Forschung zu bieten hat.“

„Wir beschäftigen uns damit, wie wir den Tourismuserfolg Berlins auch über das Jahr 2020 hinaus fortschreiben können“, sagt Burkhard Kieker, Geschäftsführer von visitBerlin. „Umso wichtiger ist unsere aktuelle Besucherstudie, die wir heute vorstellen. Wir wollten wissen: Wer kommt warum nach Berlin? Jetzt haben wir ein konkretes Bild, wer der deutsche Berlin-Gast ist und können uns in der Vermarktung noch zielgenauer aufstellen.“

Beim Tag des Tourismus geht es insbesondere um Daten und Tourismus-Trends für Berlin. Der Referent Garry White vom European Cities Marketing spricht über Städte als treibende Kraft im Tourismus. Zukunftsforscher Dr. Karlheinz Steinmüller zeigt globale Trends auf.

Tourismusverträgliche Stadtentwicklung ist das Thema von Dr. Ares Kalandides, Geschäftsführer der Städte-Beratungsagentur Inpolis.

Sechs Besucher-Typen: Wer reist warum nach Berlin?

Zentrales Thema der Veranstaltung ist eine Typologie der deutschen Berlin-Touristen, über die eine neue visitBerlin-Studie informiert. Prof. Dr. Bernd Eisenstein von der FH Westküste stellt sie vor. Unter den wichtigsten sechs Zielgruppen, die nach Berlin kommen, sind „Alltagsflüchtlinge“ jene mit dem größten Marktanteil an Berlin-Reisen (18 Prozent). Diese Gäste reisen in ihre Hauptstadt, um Unkonventionelles zu erleben, auf den großen Einkaufsmeilen zu bummeln und das Nachtleben zu genießen.

Weitere Ergebnisse der Studie: Jeder sechste Berlin-Besucher (16 Prozent) ist ein „flexibler Entdecker“, der sein Berlin-Programm spontan plant. „Kulturinteressierte“ (15 Prozent) sind die Touristen mit den höchsten Ausgaben; sie gehen insbesondere in Museen und zu Kulturveranstaltungen. Zwölf Prozent machen die „Event-Liebhaber“ aus, die in die Hauptstadt kommen, um hier Sport-Events, Konzerte oder etwa Musicals zu besuchen. Die „organisierten Entdecker“ (11 Prozent) planen ihren Berlin-Aufenthalt von A bis Z durch. „Gesundheitsreisende“ (11 Prozent) suchen in der Hauptstadt Entspannung und nehmen in erster Linie Wellness- oder Gesundheitsangebote wahr. Die verbleibenden 17 Prozent verteilen sich auf kleinere Zielgruppen.

Für die Untersuchung wurden insgesamt 20.000 deutsche Haushalte zu ihrem Reiseverhalten befragt. Neu ist, dass mit dieser Studie erstmals Informationen der deutschen Städtereisenden für eine Stadt, Berlin, ausgewertet wurden.

Presseinformation



Für die Destination Berlin ist Deutschland der mit Abstand wichtigste Markt: Von insgesamt rund elf Millionen Gästen kamen im vergangenen Jahr über 57 Prozent der Berlin-Touristen aus Deutschland.

Das Branchentreffen „Tag des Tourismus“ veranstaltet *visitBerlin* inzwischen zum sechsten Mal, gemeinsam mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung, der IHK Berlin und der DEHOGA Berlin. Geladen sind Tourismus-Experten sowie Vertreter der Berliner Hotellerie, Gastronomie, Kultur und Medien.

Das Programm findet sich auf tourismustag.visitBerlin.de. Auf Twitter können die Fragen und Kommentare der Teilnehmer via Hashtag **#TDTberlin** verfolgt werden.

Details zur Studie über die Berlin-Besucher stehen unter press.visitberlin.de zum Download bereit.

Zur Studie

Die Studie im Auftrag von *visitBerlin* wurde Anfang 2013 von dem Institut für Management und Tourismus der FH Westküste durchgeführt. Datenbasis ist die repräsentative GfK TravelScope-Analyse, bei der 20.000 deutsche Haushalte mit rund 45.000 Personen vier Mal im Jahr zum Thema Städtereisen befragt werden. Erfasst werden Privatreisen mit mindestens einer Übernachtung in mehr als 50 km Entfernung zum Wohnort. Das Besondere an der *visitBerlin*-Studie: Erstmals wurden die Zielgruppen aufgrund ihres Reiseverhaltens segmentiert. Kontakt der FH Westküste: Prof. Dr. Eisenstein, Tel.04 81 / 85 55 545, eisenstein@fh-westkueste.de

visitBerlin

„Wir kennen Berlin.“ Gemäß diesem Motto wirbt die Berlin Tourismus & Kongress GmbH, die unter der Marke *visitBerlin* agiert, seit 1993 weltweit für die Reisedestination Berlin. Das Berlin Convention Office von *visitBerlin* vermarktet die deutsche Hauptstadt als Kongressmetropole. Als Reiseveranstalter bietet das privatwirtschaftliche Unternehmen diverse Reisepauschalen und ist Herausgeber des offiziellen Touristentickets, der Berlin WelcomeCard. *visitBerlin* betreibt vier Berlin Tourist Infos. Das Berlin Service Center (Tel. 030-25 00 25) informiert über das komplette touristische Leistungsspektrum Berlins. Auf visitBerlin.de stehen Informationen zur Hauptstadt in 13 Sprachen zur Verfügung.

visitBerlin / Berlin Tourismus & Kongress GmbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Am Karlsbad 11
D-10785 Berlin
Fax: +49 (0)30 26 47 48 – 983

visitBerlin.de
facebook.com/visitBerlin

Pressesprecher:

Katharina Dreger
Tel.: +49 (0)30 26 47 48 – 956
katharina.dreger@visitBerlin.de

Christian Tänzler
Tel.: +49 (0)30 26 47 48 – 912
christian.taenzler@visitBerlin.de