

„Pop into Berlin“ im Überblick

16 Marken verkauften ihre Produkte:

airberlin	Flüge
AMPELMANN	Souvenirs
Berliner Winter	Mix-Getränke
BRLO	Craftbeer
Frau Tonis Parfum	Parfüm
ic! berlin	Brillen
Minga Berlin	Socken
minimum	Design und Möbel
Our/Berlin	Wodka
Retos Candyfarm	Süßigkeiten
Standert	Fahrräder
Thomas Henry	Limonaden
TomShot	Schmuckdesign
TresCabezas	Kaffee
TRY Foods	Food-Probierboxen
Und Gretel	Hochwertige Naturkosmetik

5 Start-ups stellten ihre Produkte vor:

3YOURMIND	3-D-Drucksoftware
BigRep	3-D-Hardware
Panono	360°-Wurfkamera
Raumfeld	Audiosysteme
VFXbox	Augmented Reality

Tour-Plan von „Pop into Berlin“



Inneneinrichtung der Pop-up-Stores:

Das Berliner Büro COORDINATION, das mit diversen internationalen Preisen ausgezeichnet wurde (u.a. if product design award 2014, Interior Innovation Award Winner 2014)

Schweden, Stockholm	21. bis 27. September
Großbritannien, London	5. bis 11. Oktober
Österreich, Wien	2. bis 7. November
Niederlande, Amsterdam	16. bis 22. November
Frankreich, Paris	7. bis 12. Dezember

Zahlen und Fakten:

- 30 Networking-Events wurden veranstaltet
- 2 LKWs sind 18.134 km gefahren
- 356 verschiedene Produkte
- 33 Tage, 308 Stunden geöffnet
- Die meisten Kunden in London (Ø 1.000 pro Tag)
- > 2.000 Partygänger in der Teledisko
- KPM-Vasen mit 1.020 € das teuerste verkaufte Produkt (Amsterdam)
- 20 Fernsehtürme in 3D gedruckt (8 kg Material verarbeitet)
- 200 Fotos wurden mit der 360-Grad-Kamera von Panono in den Stores gedruckt

Presseinformation



Social Media-Reichweiten

- alle Event-Wochen addiert = 5.125.000 Seitenzugriffe (umfasst Instagram, Twitter, Google+, Vine)
- Teilnehmer/Interessierte aller Events bei Facebook (wurden über aktuelle Entwicklungen informiert) Gesamt: 21.880 Personen
 - o Paris: 2600 Teilnehmer
 - o Stockholm: 1980 TN
 - o Amsterdam: 3800 TN
 - o Wien: 6900 TN
 - o London: 6600 TN
- Beliebtestes Netzwerk:
 - o 1. Instagram (458 Posts), 2. Twitter (426 Posts), 3. Vine (23 Posts), 4. G+ (14 Posts)
- Vine rund 60.000 Loops (Anzahl der Loops, die die Vines erreicht, die wir als @visitberlin gepostet haben)

Presseauswertung

- Rund 300 Berichte in Print/Online
- Reichweite: 55 Millionen Leser

De Telegraaf: „Berlijnse ondernemersgeest in Amsterdam“

Le Parisien: „Berlin s’invite à Paris en décembre“

Business Matters:
„Berlin leads the way for venture capital Start-Ups“

Kurier Österreich:
„Berlin-Brise in Wien“

Statistik Januar-Oktober 2015

Berliner Tourismus-Statistik Januar-Oktober 2015				
Herkunftsland	Gäste	Veränderung zum Vorjahr in %	Übernachtungen	Veränderung zum Vorjahr in %
Deutschland	6.301.521	+ 2,5	14.126.654	+ 2,9
Schweden	155.434	+ 6,8	406.511	+ 6,4
Großbritannien	450.980	+ 15,5	1.235.193	+ 19,1
Österreich	129.022	+ 0,4	330.796	+ 0,2
Niederlande	252.431	+ 3,9	709.452	+ 3,7
Frankreich	185.182	- 2,1	515.615	- 2,9
Insgesamt	10.403.986	+ 4,5	25.685.491	+ 5,6

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Pop into Berlin
visitBerlin / Berlin Tourismus & Kongress GmbH
Am Karlsbad 11
D-10785 Berlin
presse@visitBerlin.de

popinto.berlin
visitBerlin.de
Facebook.com/Berlin & visitBerlin
Twitter.com/BerlinTourism
Instagram.com/visit_berlin

In Kooperation mit

