

Von Berlin hat man mehr.

Berlin Tourismus Marketing GmbH stellt neue Marketing-Kampagne vor

Berlin, 29. Mai 2009 Mit einer neuen Kampagne begegnet die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) den Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise. In Fortsetzung der touristischen Kulturmarketing-Kampagne sind ab sofort bundesweit neue Berlin-Motive zu sehen. Sie stellen das hervorragende Preis-Leistungsverhältnis der Stadt in den Mittelpunkt und werben mit der Gegensätzlichkeit Berlins um Aufmerksamkeit. Damit passt die Kampagne zum ungewöhnlichen und kreativen Image der Stadt.

Harald Wolf, Bürgermeister und Senator für Wirtschaft, Technologie und Frauen: „Die weltweit veränderte konjunkturelle Situation erfordert es, sich auch innerhalb des touristischen Kulturmarketings auf die neuen Bedingungen einzustellen. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird das Preis-Leistungs-Verhältnis auch bei der Reiseplanung zu einem mehr und mehr entscheidenden Faktor. Mit einer Tourismuswerbung, die auf die reichhaltige Leistung ausgerichtet ist, die Berlin seinen Besuchern zu günstigen Konditionen bietet, ist die Hauptstadt auf dem richtigen Weg und spielt dabei ihre größten Wettbewerbsvorteile aus.“

Burkhard Kieker, Geschäftsführer der BTM: „Von Berlin hat man mehr! Das gilt für Partygänger ebenso wie für Opern- und Kulturfreunde. Mit diesen neuen Motiven stellen wir die Vielfalt Berlins mit einem Augenzwinkern und Selbstironie vor. Gleichzeitig können wir dabei zahlreiche Partner einbinden – ein weiteres Plus der Kampagne.“

Das veränderte Reiseverhalten, dass sich bereits in den vergangenen Monaten abzeichnete, ist Hintergrund für die neue Kampagne. So wird die Städtereise als Zweit- oder Drittreise in Zeiten knapper Kassen bewusster und preiswerter geplant. Darüber hinaus werden Nahziele beliebter, die Attraktivität von Fernreisezielen nimmt dagegen ab. Die aktuellen Besucherstatistiken vom März zeigen, dass das Wachstum derzeit von Besuchern aus dem Inland getragen wird: Die Zahl der deutschen Gäste nahm um 7,7 Prozent zu.

Die „Von-Berlin-hat man-mehr-Kampagne“, die auf den deutschsprachigen Raum ausgerichtet ist, greift diese Entwicklungen auf. Die Motive sind ab dem 30. Mai in Zeitungen und auf den Straßen zahlreicher deutscher Städte zu sehen. Im Internet wird das Thema ebenfalls verbreitet – auf Webseiten, aber auch über Communities und Social Networks.

Die Möglichkeiten, sich als Partner in die Kampagne einzubringen, stoßen bereits jetzt auf großes Interesse. Erste Partner sind die Stage Entertainment GmbH mit der Blue Man Group, die Deutsche Bahn und Ströer. Die Opernstiftung und die BVG erwägen ebenfalls einen Einstieg in die neue Kampagne. Das überzeugt André Schmitz, Staatssekretär für kulturelle Angelegenheiten: „Kultur und Kunst sind Berlins großer Schatz, den wir gern und mit so vielen Menschen wie möglich teilen.“

Presseinformation



Dr. Richard Meng, Staatssekretär und Sprecher des Senats von Berlin betont: „Die enge Zusammenarbeit der Berliner Akteure im Rahmen der neuen Kampagne ist richtungsweisend. Gemeinsame Wege wollen wir zukünftig auch im Ausland gehen und damit das positive Image Berlins stärken.“

Auch die Berlin Partner GmbH, Berlins Gesellschaft für Investorenansiedlung, Außenwirtschaftsförderung und Standortmarketing, arbeitet eng mit der BTM zusammen. Geschäftsführer René Gurka: „Es ist wichtig, dass in Berlin alle Institutionen in punkto Tourismusförderung an einem Strang ziehen. Denn so importieren wir Kaufkraft und Arbeitsplätze in unsere Stadt.“

Entwickelt wurden die neuen Motive von der Agentur Jung von Matt/Spree, als Mediaagentur wurde OMD beauftragt.

(3.587 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.

Berlin Tourismus Marketing GmbH
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Am Karlsbad 11 / D-10785 Berlin

www.visitBerlin.de

Christian Tänzler
Media Relations / Pressesprecher
Tel.: +49 / (0)30 / 26 47 48 – 912
Fax: +49 / (0)30 / 26 47 48 – 983
christian.taenzler@btm.de