

Graues Relikt in bunter Tourismuswelt

Berlin Tourismus Marketing GmbH bringt Original-Mauerstück zur internationalen Tourismusbörse 2009

Berlin, 13. März 2009 Die Welt ist zu Besuch in Berlin – 11.000 Aussteller aus mehr als 180 Ländern sind in diesem Jahr vom 11. bis zum 15. März 2009 auf der Internationalen Tourismus Börse Berlin vertreten. Während die Stadt selbst Bühne ist, macht die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) auf der weltgrößten Tourismusmesse mit einem originalen Stück der Berliner Mauer in Halle 12 auf sich aufmerksam.

„Das Thema 20 Jahre Mauerfall bewegt viele Menschen in aller Welt mehr als uns Berlinern manchmal bewusst ist“, sagt Burkhard Kieker, Geschäftsführer der Berlin Tourismus Marketing GmbH. „Wir informieren daher auf der ITB über die Events rund um das Thema Mauerfall. Gleichzeitig laden wir die Gäste ein, sich hier vor Ort anzusehen, was wir in den vergangenen zwanzig Jahren aus dieser Stadt gemacht haben.“

Erneut präsentiert sich die Berlin Tourismus Marketing GmbH gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) unter dem Dach des „Reiselandes Deutschland“. Fach- und Privatbesucher erwartet am Stand Nr. 102 in Halle 12 ein innovatives Angebot zu den touristischen Trends Berlins und Deutschlands. Auf der insgesamt fast 580 Quadratmeter großen gemeinschaftlichen Aktionsfläche am Stand 102 in Halle 12 garantiert das breit gefächerte Informationsangebot nationalen sowie internationalen Messebesuchern die Möglichkeit, sich umfassend über die vielseitigen und attraktiven touristischen Glanzpunkte der Hauptstadt zu informieren.

In erster Linie richten sich die Werber für das Destinationsland Deutschland sowie für die Bundeshauptstadt mit ihrem ITB-Konzept gezielt an Fachbesucher, denen im Inneren des Standes ein abgeschlossener Kommunikationsbereich gewidmet ist. In dem großzügigen Gesprächsbereich der Berlin Tourismus Marketing können interessierte Touristiker an fünf Besprechungstischen und in einer Lounge Termine wahrnehmen. Den Kontakt zu interessierten Endverbrauchern pflegt die Berlin Tourismus Marketing an einer eigenen Infotheke, an der aktuelle Informationen zu verschiedenen Themengebieten angeboten werden. Beliebte Broschüren wie die „Berlin Events“, der aktuelle „City Guide“ oder „Berlin to Go“ geben zielgruppenorientiert und detailliert Auskunft zu den einzelnen Veranstaltungen und touristischen Attraktionen der Metropole. Außerdem ist auch das Promotion-Heft zum neuen Berliner Kinderkrimi „Die Baadingo-Feriedetektive“ erhältlich.

(2.515 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.