

Berlin Tourismus Marketing GmbH

02.06.2009 - 12:40 Uhr

Von Berlin hat man mehr - Berlin Tourismus Marketing GmbH wirbt mit neuen Berlin-Motiven

**DIE EINZIGE WELTSTADT,
DIE NICHT DIE WELT
KOSTET.**

Attraktive Jubiläumsangebote zu 20 Jahren Mauerfall:
z. B. 3 Übernachtungen/Doppelzimmer ab 180,- EUR.
Jetzt buchen: www.visitBerlin.de oder 030-25 00 25

VON BERLIN HAT MAN MEHR.

www.visitBerlin.de

 Berlin
Tourismus

Berlin (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit
unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100014187> -

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 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 der neuen 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 "Von-Berlin-hat man-mehr-Kampagne", die auf den deutschsprachigen Raum ausgerichtet ist, greift diese Entwicklungen auf. Sie ist seit dem 30. Mai in Zeitungen, auf Plakaten und im Internet zu sehen.

Die neuen Kampagnenmotive zum Download:

http://www.visitberlin.de/deutsch/presse/d_pr_logovorlagen.html

Kontakt:

Berlin Tourismus Marketing GmbH

Christian Tänzler, Pressesprecher

Tel.: +49/(0)30/26'47'48-912

E-Mail: christian.taenzler@btm.de

Medieninhalte



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 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. Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Berlin Tourismus Marketing GmbH".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014187/100584370> abgerufen werden.