Wirtschaftsfaktor für Berlin:

Tourismus- und Kongressindustrie.

visitBerlin.de

Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie

Die hier vorgestellten Zahlen und Fakten sind Ergebnisse der Studie „Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie“, die im Auftrag von *visitBerlin* (Berlin Tourismus & Kongress GmbH) von der dwif-Consulting GmbH (dwif) erstellt wurde.

Gegenstand der Studie ist die Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung der Tourismus- und Kongressdestination für die deutsche Hauptstadt. Die Besonderheit dieser Untersuchung: Der vorliegende „Wirtschaftsfaktor“ hebt sich von ähnlichen in deutschen Regionen durchgeführten Studien vor allem durch seine Kontinuität ab.

Erstmals erarbeitet wurde diese Untersuchung im Jahr 1999 vom dwif – im Auftrag der Senatsverwaltung für Wirtschaft. In den Jahren 2001, 2004, 2007 und 2009 erfolgten Aktualisierungen und inhaltliche Ergänzungen. Die vorliegende Studie ist somit die sechste Fortschreibung zum „Wirtschaftsfaktor“ in Folge. Sie informiert mit aktuellen Zahlen und Fakten aus dem Jahr 2011 und legt die Entwicklung des Wirtschaftsfaktors der Tourismus- und Kongress-industrie für Berlin in Form von fundierten Daten dar.

In der neuen Publikation wurden auch andere verfügbare Kennzahlen und Statistiken berücksichtigt, die ein vollständiges Bild der Tourismus- und Kongressbranche für Berlin zeichnen sollen. Fakten zu Mitbewerbern im Markt und den touristischen Rahmenbedingungen gehören u.a. ebenso dazu wie die Alleinstellungsmerkmale der deutschen Hauptstadt, Statistiken zum Tagungs- und Kongressmarkt sowie Erhebungen zum Reiseverhalten der Berlin-Besucher.

Inhalt

Vorwort 4

Kurz gefasst 6

Berlin als lebendige Tourismus- und Kongressmetropole 7

Die Berlin-Gäste 13

Umsätze im Tourismus- und Kongressgeschäft 17

Profitierende Branchen und Jobmotor 21

Wertschöpfung 25

Über visitBerlin 28

Quellen, Impressum 30

Vorwort

Foto: Koschel

Sybille von Obernitz

Senatorin für Wirtschaft, Technologie und Forschung

Berlin ist immer mehr Menschen eine Reise wert – dieser positive Trend entwickelt sich stetig weiter. In der vorliegenden aktuellen Ausgabe des „Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie“ finden Sie schwarz auf weiß die Fortsetzung der Erfolgsgeschichte des Berlin-Tourismus.

Die Zahl der Übernachtungen ist im Jahr 2011 auf 22,4 Millionen gestiegen und damit um 7,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 10,31 Milliarden Euro Bruttoumsatz erzielte Berlin mit dem Tourismus. Er ist eine Schlüsselbranche der Hauptstadt, auch weil er rund 275.500 Menschen das Einkommen sichert. Eine starke Tourismuswirtschaft ist und bleibt ein wichtiger Wachstumstreiber für unsere Stadt.

Der neue „Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie“ dokumentiert, wie unzählige Berlin-Besucherinnen und -Besucher die deutsche Hauptstadt wirtschaftlich voran bringen.
Diesen Erfolg vor Augen werde ich mich auch künftig für eine starke Tourismuswirtschaft einsetzen.

Burkhard Kieker

visitBerlin-Geschäftsführer

Berlin hat in Europa momentan ein einzigartiges Image. Die Stadt gilt als Hauptstadt der Coolness, als authentisches Gesamtkunstwerk und übt auf Besucher aus dem In- und Ausland eine enorme Anziehungskraft aus.

Heute, im Jahr 2012, spielt die Destination Berlin wieder ganz vorne mit im Konzert der großen Metropolen: Nach London und Paris liegt sie auf Platz 3 der beliebtesten Städtereiseziele Europas. Die vorliegenden Daten unterstreichen diesen Trend: Die Tourismus- und Kongresswirtschaft der deutschen Hauptstadt befindet sich im Aufwind. Mit der Eröffnung des neuen Flughafens Berlin Brandenburg Willy Brandt, kurz BER, wird ein letzter wichtiger Puzzlestein im großen Mosaik Berlin gesetzt werden. Ein Puzzlestein, der eine weitere positive Entwicklung für Berlin vermuten lässt.

Ich wünsche allen unseren Partnern, dass sie von dieser Entwicklung profitieren!

Kurz gefasst

Berlins Tourismus- und Kongressindustrie – Eine Erfolgsgeschichte

Der Berlin-Tourismus boomt und ist ein Fundament für den wirtschaftlichen Erfolg der Stadt. Im In- und Ausland ist die deutsche Hauptstadt mehr als denn je angesagt:
Über **9,9 Millionen** gewerbliche Übernachtungsgäste, **22,4 Millionen Übernachtungen** in Betrieben, **26,2 Millionen Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten** sowie **132 Millionen Tagesreisen** haben Berlin 2011 einen neuen Rekord beschert.
In der Summe bringt dies **182 Millionen** Aufenthaltstage im Jahr. Pro Tag sind im Durchschnitt theoretisch etwa **500.000 Tages- und Übernachtungsgäste** in der Stadt.

Im Wachstumstrend: Entwicklung der Wirtschaftsfaktoren Tourismus & Kongress

Bruttoumsatz (Milliarden DM/Euro)

1999		7,7 Mrd. DM
2001	+ 31,6 %*	10,13 Mrd. DM
2004	+ 12,7 %*	5,84 Mrd. Euro
2007	+ 44,0 %*	8,41 Mrd. Euro
2009	+ 6,9 %*	8,99 Mrd. Euro
2011	+ 14,7 %*	10,31 Mrd. Euro

Beschäftigungsäquivalent Personen (Anzahl)

1999		k.A.
2001		66.170
2004	+ 156,9 %*	170.000
2007	+ 50,0 %*	255.000
2009	- 8,9 %*	232.300
2011	+ 18,6 %*	275.500

Aufenthaltstage im Jahr (Millionen)

1999		k.A.
2001		115 Mio.
2004	+ 13,0 %*	130 Mio.
2007	+ 33,1 %*	173 Mio.
2009	+ 1,7 %*	176 Mio.
2011	+ 3,4 %*	182 Mio.

* Veränderung gegenüber letzter Erhebung

Quellen: Wirtschaftsfaktor Tourismus 1999, 2001, 2004, 2007, 2009, 2011

Mit diesen Zahlen hat sich Berlin vom früher im Städtetourismus üblichen Sommerloch oder der Winterpause endgültig verabschiedet. Längst gibt es keine großen saisonalen Schwankungen mehr. Berlin profitiert auch in den Sommer- und Herbstmonaten vom Tourismus und hat sich Berlin zu jeder Jahreszeit als gefragte Destination entwickelt.
Die deutsche Hauptstadt spielt neben London und Paris souverän in der Liga der großen Drei. Berlin ist Wachstumsmeister: Mit einem durchschnittlichen Jahreswachstum von sieben Prozent blickt Berlin innerhalb der letzten fünf Jahre europaweit sogar auf das größte Wachstum bei den Übernachtungen zurück. Damit hat sich die Tourismus- und Kongressindustrie in Berlin als eine Schlüsselbranche etabliert.

Umsätze, Beschäftigungseffekte und Steueraufkommen

Ein **Bruttoumsatz** von rund **10,3134 Milliarden Euro** und ein **Beschäftigungsäquivalent** von **275.500 Personen**, die durch den Berlin-Tourismus ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen (16.993 Euro) in Berlin bestreiten, unterstreichen die hohe Bedeutung des Tourismus- und Kongressgeschäfts. Aus dem touristisch bedingten Bruttoumsatz resultiert ein Umsatzsteueraufkommen in Höhe von **1,22 Milliarden Euro**. Der touristische Beitrag zum Volkseinkommen liegt bei **7,9 Prozent**.

Ausgaben der Berlin-Besucher

Tagungs- und Kongressteilnehmer mit Übernachtung geben im Durchschnitt **230 Euro** pro Tag aus. Tagungs- und Kongressteilnehmer ohne Übernachtung lassen **78 Euro** in der Stadt. Berlin-Besucher mit Übernachtung zahlen täglich **204,70 Euro**, während Tagesgäste **35,70 Euro** ausgeben.

Berliner Kongressgeschäft

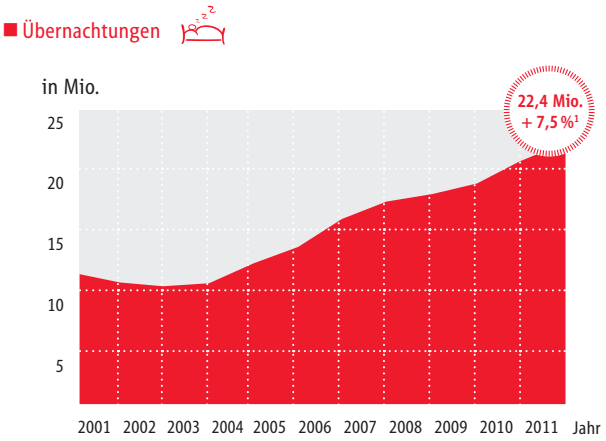
Das Kongresswesen generiert ein Viertel aller Hotelübernachtungen in Berlin. Das Kongressgeschäft bringt pro Jahr **6,05 Millionen Übernachtungen**, **115.700 Veranstaltungen** und heißt **9,7 Millionen Teilnehmer** in der Stadt willkommen. Damit entsteht ein Umsatzvolumen in Höhe von **1,8 Milliarden Euro**. In Berlin gibt es mit 762 Betrieben 120.805 Hotelbetten.

Berlin als lebendige Tourismus- und Kongressmetropole

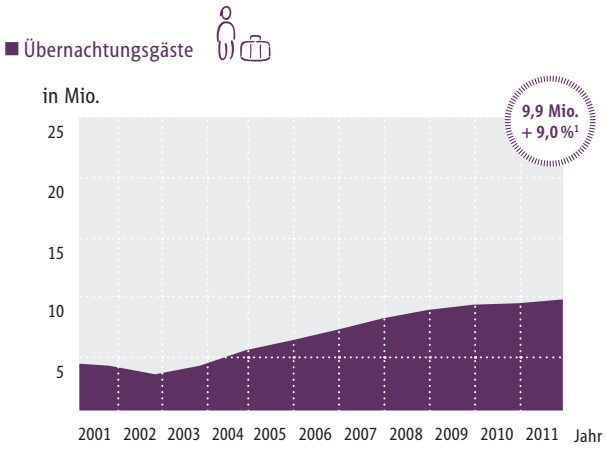
Foto: Koschel

Besucherstatistik 2001–2011

Entwicklung Übernachtungen 2001–2011



Entwicklung Übernachtungsgäste 2001–2011



[1] Im Vergleich zum Vorjahr

Berlin begeistert mehr Menschen als je zuvor

Was ist Berlin? Fashion- und Design-Metropole, Tagungs- und Kongressdestination, Stadt des Wandels, Labor der Zukunft oder einfach nur „authentisch"? Die Assoziationen, die weltweit mit dem Reiseziel Berlin in Verbindung gebracht werden, sind vielfältig. Berlin steht für eine lebenswerte Metropole und verspricht eine spannende Mischung aus Geschichte und Zeitgeist sowie ein unvergleichliches Angebot an Kunst, Kultur, Musik, Sport, Entertainment und Einkaufsmöglichkeiten. Doch nicht nur das: Berlin wird heute vor allem auch als Trendstadt wahrgenommen und verzeichnet kontinuierlich steigende Besucherzahlen. 23 Jahre nach dem Fall der Mauer ist die Anziehungskraft der deutschen Hauptstadt auf Gäste aus der ganzen Welt so groß wie nie zuvor.

Nahezu zehn Millionen Besucher verbrachten im Jahr 2011 rund 22,4 Millionen Nächte in den Beherbergungsbetrieben der Stadt. Das entspricht Zuwächsen von 9 bzw. 7,5 Prozent. Innerhalb der letzten zehn Jahre haben sich die Ankünfte (2001: 4,97 Millionen) und Übernachtungen (2001: 11,47 Millionen) sogar mehr als verdoppelt. Eine Entwicklung, die beispiellos in Europa ist.

Deutschlandweit führt die deutsche Hauptstadt die Liste der besucherstärksten Städtedestinationen an und baut den Abstand zu ihren einstigen Konkurrenten München (11,7 Millionen Übernachtungen) und Hamburg (9,5 Millionen Übernachtungen) Jahr für Jahr weiter aus.

Im Ranking der beliebtesten Städtereiseziele Europas liegt **Berlin auf Platz drei** – nach London (46,0 Millionen Übernachtungen) und Paris (36,9 Millionen Übernachtungen).

Positive Prognose der IBB

Während die Branche 30 Millionen Übernachtungen im Jahr 2020 für realistisch hält (Wachstumsrate von ca. + 3,3 Prozent ab 2012; 2011: + 7,5 Prozent), rechnet die Investitionsbank Berlin (IBB) mit jährlichen Wachstumsraten von + 6,1 Prozent ab 2012. Demnach wäre die nächste magische 30 Millionen-Marke bei den Übernachtungen bereits im Jahr 2016 möglich (vgl. Studie „Berlin Tourismus – Wo geht die Reise hin?").

Quellen: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

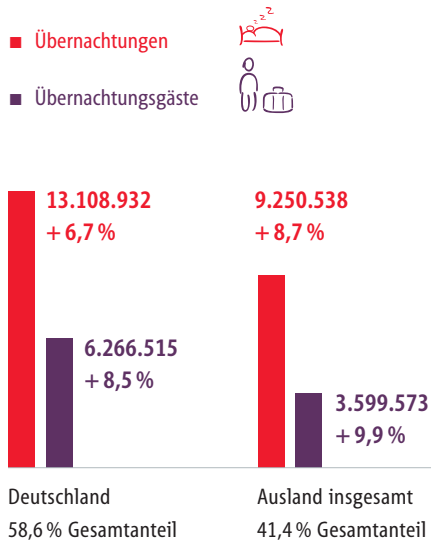
Hohe Wachstumsraten bei internationalen Gästen

Der Anteil der internationalen Gäste am Gesamtbesucheraufkommen ist in Berlin in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Während noch im Jahr 1992 insgesamt 73 Prozent der Übernachtungen aus dem Inland und 27 Prozent aus dem Ausland registriert wurden, lag die Aufteilung zwischen deutschen und ausländischen Übernachtungen 2011 bei 58,6 zu 41,4 Prozent.

Unter den ausländischen Berlin-Gästen liegen im Länder-Ranking die Besucher aus Großbritannien (2011: 385.252), den Niederlanden (2011: 270.417), den USA (2011: 267.108) und Italien (2011: 263.174) auf den vorderen Plätzen. Ein weiteres prominentes Land im Aufwärtstrend mit (seit 1992) hohen Wachstumsraten der Besucher in der Hauptstadt ist Spanien (2011: 199.126). Insgesamt haben sich die wichtigsten Auslandsmärkte für den Berlin-Tourismus sehr positiv entwickelt. 31 Prozent aller Übernachtungen wurden von europäischen Gästen getätigt. 10,4 Prozent der in den Beherbergungsbetrieben der Stadt registrierten Nächte verbrachten Touristen aus Fernmärkten wie den USA, Israel, Australien, Japan, Kanada und China in Berlin.

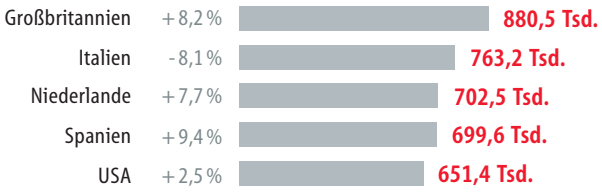
Zurückzuführen ist diese Entwicklung – und Berlins wachsende Beliebtheit im In- und Ausland – auch auf die Optimierung wesentlicher Rahmenbedingungen im Berlin-Tourismus. So ist Berlin heute besser erreichbar als je zuvor und wird zudem von zahlreichen Low-Cost-Airlines angeflogen. Der Ausbau der Bettenkapazitäten, neue Veranstaltungen mit internationaler Magnetkraft und groß angelegte Marketingkampagnen für die Destination Berlin zählen ebenfalls zu den Rahmenbedingungen, die Berlins Ausgangslage als attraktives Städtereiseziel gerade in den vergangenen Jahren positiv beeinflusst haben.

Übernachtungen und Übernachtungsgäste (Inland/Ausland) 2011 und Entwicklung zum Vorjahr



Jahreswachstum 2011 gegenüber 2010 in %

Länder-Ranking der internationalen Berlin-Gäste* (2011)

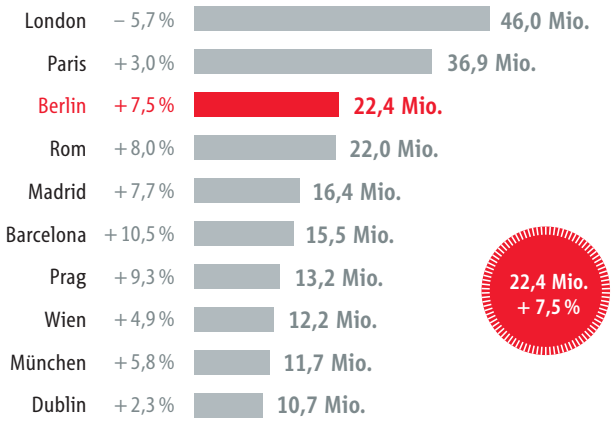


Jahreswachstum 2011 gegenüber 2010 in %
* nach Übernachtungen

Quellen: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Berlin liegt europaweit auf Platz drei nach London und Paris.

Top 10 europäischer Top-Destinationen: Entwicklung der Übernachtungen 2011 gegenüber 2010



Jahreswachstum 2011 gegenüber 2010 in %
Übernachtungen 2011 in Millionen

Quelle: ECM Benchmarking Report 2012

Berlin – Platz 1: europaweit mit größtem Wachstum

Berlin spielt heute neben London und Paris in der Liga der beliebtesten Städte-Destinationen. Mit knapp 22,4 Übernachtungen liegt Berlin europaweit auf Platz drei nach London mit nahezu 46 Millionen und Paris mit fast 37 Millionen Übernachtungen. Während die Übernachtungszahlen in London im Jahresvergleich um 5,7 Prozent sanken und Paris drei Prozent zulag, konnte sich Berlin im letzten Jahr sogar um 7,5 Prozent steigern. Rom, Madrid, Barcelona und Prag folgen Berlin auf den Plätzen vier bis sieben. Die Ränge sieben bis zehn belegen Wien, München und Dublin.

Auch in Bezug auf ihre Entwicklung der letzten fünf Jahre gehört die deutsche Hauptstadt zu den Gewinnern im Städtetourismus. Dies hat die Strategieberatung Roland Berger aktuell ermittelt. Mit einem durchschnittlichen Jahreswachstum von 7,3 Prozent blickt Berlin europaweit auf das größte Wachstum bei den Übernachtungen zurück. Auf Platz zwei folgen die Hauptstädte Stockholm und Ljubljana, die zwischen 2005 und 2010 jährliche Steigerungen von 5,7 bzw. 5,2 Prozent vorweisen konnten. Im Vergleich mit insgesamt 24 Hauptstädten Europas landeten u.a. Paris (1,2 Prozent), London (- 0,5 Prozent), Budapest (- 2,1 Prozent) und Athen (- 5,4 Prozent) auf den hinteren Plätzen.

Als eine der führenden Kongressdestinationen und mit einem fundierten Tourismuskonzept, das in den vergangenen Jahren konsequent verfolgt wurde, konnte Berlin ebenfalls europaweit punkten.

Foto: Koschel

Foto: Messe Berlin

Berlin gilt als Trendstadt – auch bei Hotelketten

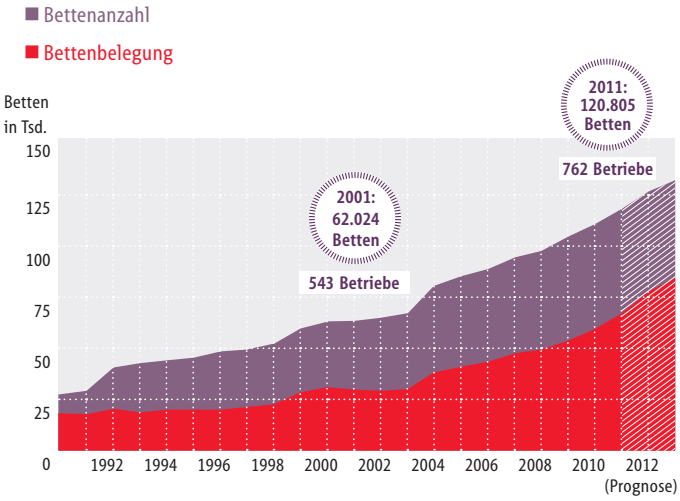
Ob Regent, Grand Hyatt, The Ritz-Carlton oder Waldorf Astoria: Zahlreiche internationale Hotelketten haben in den vergangenen Jahren ein Haus in Berlin eröffnet oder planen fest, an der Spree präsent zu sein. Ein sicheres Zeichen dafür, dass ausländische Investoren an die Destination Berlin glauben und weitere Wachstumspotenziale im Markt ausgemacht haben.

Die deutsche Hauptstadt gilt als Trendstadt – auch bei internationalen Hotelketten, die Berlin in den vergangenen Jahren verstärkt als Plattform für einen Einstieg in den deutschen Markt genutzt haben. Der Vorteil für den Kunden: Er findet in Berlin nicht nur eine vielfältige, sondern zugleich auch die modernste Hotellandschaft Europas vor.

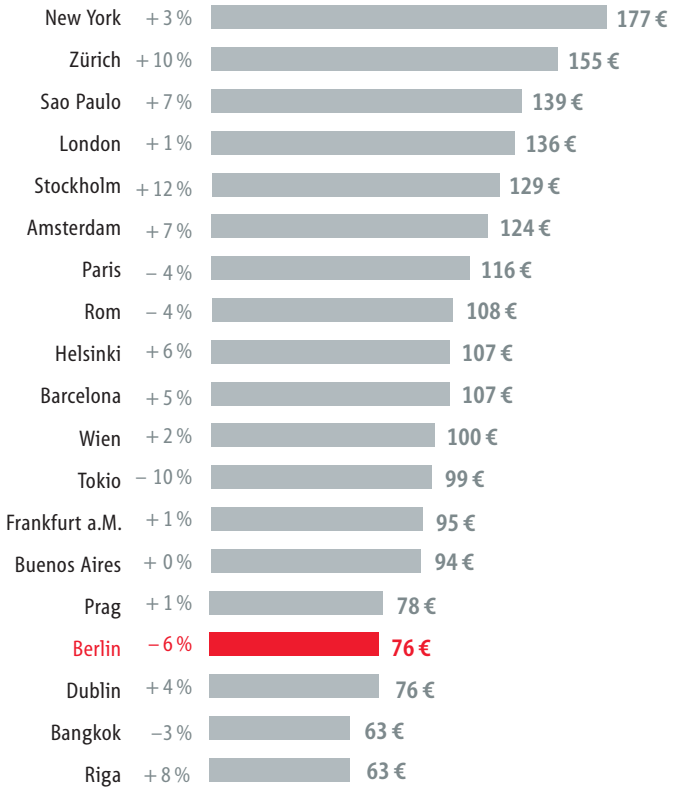
Vom Luxussegment bis in den Low-Budget-Bereich stellt der Beherbergungsmarkt der Stadt bis Ende 2011 insgesamt **120.805 Betten** in **762 Betrieben** zur Verfügung. Die Bettenkapazität hat sich somit innerhalb von zehn Jahren verdoppelt – und seit 1992 sogar verdreifacht. Nach den Berechnungen der IBB ist zwischen 1992 und 2011 die Zahl der Bettenanzahl um durchschnittlich 5,7 Prozent gestiegen, womit monatlich durchschnittlich 340 neue Hotelbetten zur Verfügung standen (vgl. Studie „Berlin Tourismus – Wo geht die Reise hin?“).

Zahlreiche weitere Häuser sind in Planung oder stehen kurz vor ihrer Eröffnung, sodass bis Ende 2013 mit rund 13.000 zusätzlichen Betten zu rechnen ist. Das Nachsehen hat die Berliner Hotellerie; denn der harte Wettbewerb wirkt sich unmittelbar auf die Hotelpreise aus: In keiner anderen Metropole Europas lässt es sich so günstig übernachten wie in der deutschen Hauptstadt. Während der Gast rund **76 Euro** für ein Doppelzimmer in Berlin zahlt, ist eine Unterkunft in Wien, Barcelona oder Rom um etwa 50 Prozent teurer als an der Spree. Ein Doppelzimmer in New York schlägt sogar mit rund 100 Euro mehr pro Nacht zu Buche. Durch gezielte Werbeaktivitäten – vor allem in den zahlungskräftigen internationalen Märkten – versucht *visitBerlin* dieser Entwicklung entgegen zu wirken und mittelfristig höhere Preise am Markt durchzusetzen.

Entwicklung der Bettenkapazität und -auslastung 1992 bis 2011 in Berlin

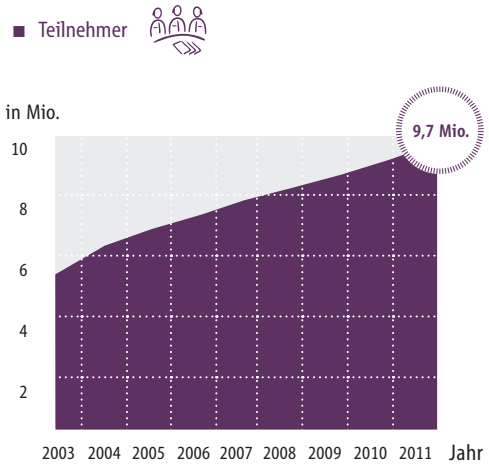


Durchschnittliche Hotelpreise 2011 (Doppelzimmer) weltweit in Euro



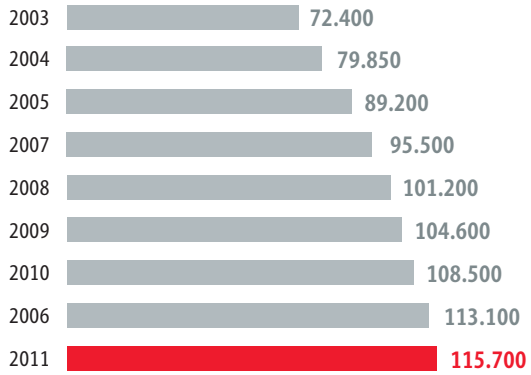
Quellen: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (oben), Hotelpreis-Index hotels.com (unten)

Entwicklung der Tagungs- und Kongressteilnehmerzahlen



Das Kongresswesen generiert ein Viertel aller Hotelübernachtungen in Berlin.

Entwicklung Veranstaltungen 2003–2011



Quellen: congress.net 2011

Berlin ist starker Kongressstandort

Hohe Investitionen in den Tagungs- und Kongressmarkt der Metropole und intensive Marketingmaßnahmen des Berlin Convention Office von *visitBerlin* mit Unterstützung der Messe Berlin GmbH sowie weiteren Partnern der Kongressindustrie haben außerdem die Entwicklungen in dem für Berlin so wichtigen Tagungs- und Kongressbereich deutlich vorangetrieben. So konnte innerhalb von acht Jahren (2003 bis 2011) die Zahl der Kongresse und Tagungen in Berlin von 72.400 auf 115.700 gesteigert und die Zahl der Teilnehmer von 4,2 auf 9,7 Millionen mehr als verdoppelt werden.

Laut Statistik der International Congress & Convention Association (ICCA) ist **Berlin weltweit auf Platz 4 der Kongressdestinationen**. Mit 147 Verbändekongressen belegt Berlin den vierten Platz hinter Wien (181), Paris (174) und Barcelona (150) und vor Metropolen wie Singapur (142), London (115) und Rom (92).

Die Zahlen der Verbändekongresse in Berlin steigen seit 2008 kontinuierlich an. Die deutsche Hauptstadt behauptet sich bereits seit acht Jahren erfolgreich im Top-5-Ranking internationaler Kongressmetropolen.

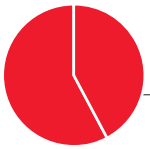
Die Berlin-Gäste

Foto: Kortnel

Die Metropole hat eine Magnetwirkung auf Gäste von nah und fern und zieht sie aus den unterschiedlichsten Motiven an.

Berlin-Besucher

Alter der Gäste



42 %

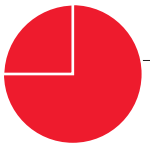
Gäste unter 40 Jahre
Durchschnittsalter: 42,6 Jahre

Besuchshäufigkeit

48 %

Zwei Berlin-Besuche oder mehr

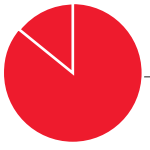
Wiederbesuchsabsicht



75 %

Urlaubsgäste mit Wiederbesuchsabsicht

Weiterempfehlung



86 %

Urlaubsgäste mit Weiterempfehlungsabsicht

182 Millionen Aufenthaltstage durch Berlin-Touristen

Die touristische Nachfrage in Berlin lässt sich in verschiedene Besuchergruppen unterteilen. Der **Tagestourismus** hat hierbei quantitativ die größte Bedeutung. Die Reisen von Touristen und Geschäftsreisenden, die nur einen Tag in Berlin verbringen, machen nahezu drei Viertel **(72,6 Prozent)** des gesamten Nachfragevolumens aus.

14,4 Prozent der touristischen Nachfrage entfällt auf Verwandten- und Bekanntenbesucher, die in den Wohnungen und Häusern der Berliner nächtigen. Der Übernachtungstourismus in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben der Stadt (mit mehr als neun Betten) trägt mit 12,2 Prozent zu den touristischen Aufenthaltstagen bei. Einen nur geringen Anteil von unter einem Prozent am gesamten Nachfragevolumen trägt der Übernachtungstourismus auf Campingplätzen und in bezahlten Privatquartieren bei.

Insgesamt verbringen die aufgeführten Besuchergruppen jährlich 182 Millionen Tage in Berlin. Ausgehend von dieser Zahl lässt sich feststellen, dass sich an einem Durchschnittstag theoretisch rund 500.000 Gäste in Berlin aufhalten (siehe Grafik Seite 18).

Berlin-Gäste kommen wieder

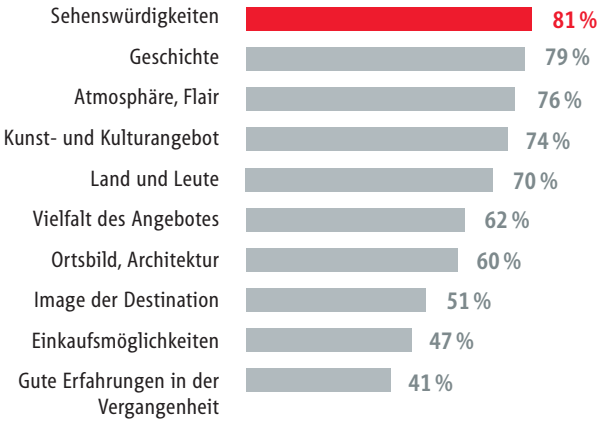
Ein weiterer Grund für die positive Entwicklung im Berlin-Tourismus: die hohe Zufriedenheit der Berlin-Gäste. Wer einmal in der deutschen Hauptstadt war, der möchte in der Regel gleich seinen nächsten Besuch planen. 75 Prozent der Gäste geben an, in den nächsten zwei bis drei Jahren wieder nach Berlin reisen zu wollen. Darüber hinaus sind die nationalen und internationalen Besucher hervorragende Berlin-Botschafter: 86 Prozent der Gäste wollen Berlin ihrem Freundes- und Bekanntenkreis einen Besuch der deutschen Hauptstadt empfehlen.

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2009 / 2010 Stand: August 2010

Reisegründe und Aktivitäten

Warum entscheiden sich nationale und internationale Gäste für Berlin als Reiseziel? „Sehenswürdigkeiten“ und die besondere „Geschichte“ der Stadt werden in Umfragen häufig an erster Stelle genannt. Als weitere zentrale Gründe für die Entscheidung zu einem Besuch der deutschen Hauptstadt folgen die „Atmosphäre und das Flair“ in Berlin sowie „Kunst und Kulturangebote“ in der Stadt.

Top-10-Kriterien: Warum entscheiden sich Touristen für Berlin als Urlaubsziel?



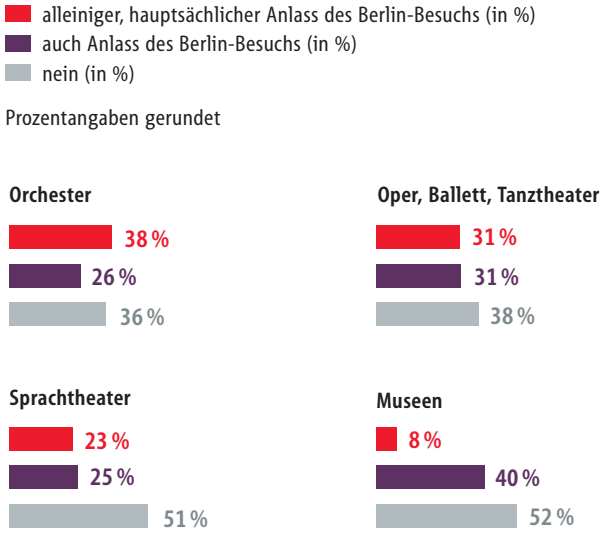
Museen und Bühnen sind Anziehungspunkte für Besucher

Die starke Attraktion, die Berlins kulturelle Einrichtungen auf Gäste aus aller Welt ausüben, wird auch in einer aktuellen Besucherumfrage in den Berliner Kultureinrichtungen deutlich. So stammt jeder dritte Besucher, der die kulturellen Einrichtungen der Stadt aufsucht, nicht aus Berlin, sondern aus einem anderen Bundesland. Der Anteil ausländischer Gäste liegt bei 26 Prozent.

Vor allem Museen und Gedenkstätten sind bei Gästen aus dem In- und Ausland beliebt: 38 Prozent der Museumsbesuche entfallen auf inländische Touristen und 37,1 Prozent auf ausländische Berlin-Gäste. In den Berliner Gedenkstätten ist der Anteil internationaler Besucher mit 51,7 Prozent sogar noch höher als der Anteil der inländischen Gäste (36,4 Prozent).

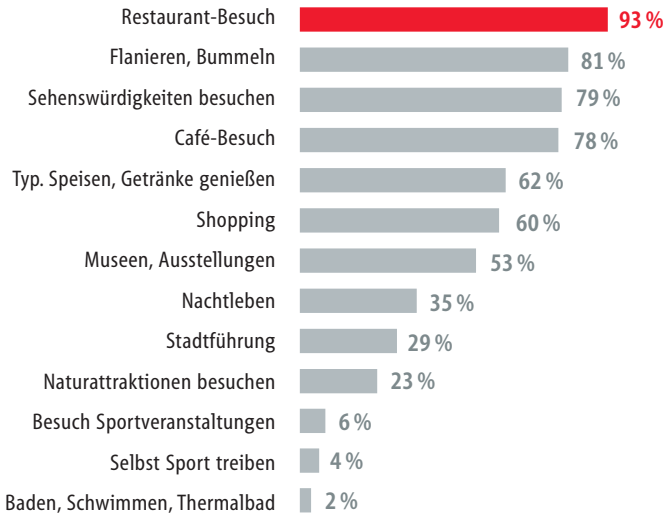
Dass die Kultureinrichtungen von Berlin ein wesentlicher Anziehungspunkt für Besucher aus aller Welt sind, zeigt sich auch an einem weiteren Studienergebnis: So gaben mehr als ein Drittel (38 Prozent) der in- und ausländischen Befragten den Orchesterbesuch als alleinigen bzw. hauptsächlichen Anlass ihres Berlin-Aufenthaltes an. Bei den Besuchern von Oper, Ballett und Tanztheatern waren es rund 31 Prozent der Gäste, die den Kulturbesuch als Grund für ihre Reise an die Spree nannten. Die Berliner Museen und Bühnen tragen somit maßgeblich zur positiven Entwicklung des Berlin-Tourismus bei.

War der Besuch dieser Kultureinrichtungen auch Anlass des Berlin-Aufenthalts?



Quellen: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2009 / 2010; Mehrfachantworten möglich (oben), Jahresbericht des Kultur-Monitorings/KULMON 2011 (unten)

Aktivitäten: Was unternehmen Gäste in Berlin?



Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2009 / 2010;
Mehrfachantworten möglich

Foto: Scholvien

Gäste fasziniert von der Lebensart der Berliner

Was unternehmen die Berlin-Gäste tatsächlich in der Stadt? Sie entdecken die lebenswerte Metropole und sind auf der Suche nach dem Berliner Lebensgefühl. Die Top-Aktivitäten der Besucher – Restaurant-, Café- oder Bar-Besuch, Flanieren und Sehenswürdigkeiten besuchen – zeigen, dass es offensichtlich am spannendsten ist, die relaxte und gleichzeitig aufregende Stadt kennenzulernen. Das Beste hier sind die Menschen und deren Lifestyle, die Berlin zu dem Ort machen, den Millionen Besucher jedes Jahr erleben wollen. Weitere Aktivitäten sind Shopping, das Entdecken der kulturellen Vielfalt und des Nachtlebens sowie Stadtführungen, um sich Berlin anzunähern. Auch der besondere Raum für Natur in der Stadt begeistert die Besucher. Und nicht zuletzt sind die Gäste gern dabei, wenn in Berlin Sportevents ausgetragen werden.

Sport als wachsender Wirtschaftsfaktor

Deutschlands sportlichste Stadt: Berlin ist mit seinen regelmäßigen Sportgroßveranstaltungen, seinem Spitzensport und einem aktiven Sport- und Bewegungsverhalten der Hauptstädter ebenso als Sportmetropole bekannt. Die deutsche Hauptstadt zieht viele Besucher aus ganz Deutschland und aller Welt an – und damit ist der Sport auch aus wirtschaftlicher Sicht relevant. So generieren nicht nur große Sportevents erhebliche Umsätze. Die Professionalisierung und Kommerzialisierung des Spitzen- und Leistungssports – sowohl aktiv betrieben als auch passiv verfolgt – haben die wirtschaftliche Dimension des Sports in Berlin nachhaltig verändert.

In einer Untersuchung des Planungs- und Beratungsbüros STADTart wird in Kooperation mit Herrn Prof. Dr. Wolfgang Maennig untersucht, welche gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Sport für Berlin hat. Schwerpunkte der Studie, deren Ergebnisse Ende Sommer 2012 vorliegen, sind, die Unternehmen der Sportwirtschaft zu erfassen und die wirtschaftlichen Effekte von Sportevents bzw. des Ligabetriebs darzustellen – unter anderem für die Tourismuswirtschaft Berlins.

Umsätze im Tourismus- und Kongressgeschäft

Foto: Schlüyer

Umsätze im Berlin-Tourismus 2011

Aufenthaltstage in Millionen von

132	72,6 %	Tagesgästen
26,2	14,4 %	Übernachtungsgästen bei Verwandten und Bekannten
22,26	12,2 %	Übernachtungsgästen in Hotels, Pensionen etc. (gewerblich)
0,9	0,5 %	Übernachtungsgästen bei Privatvermietern und in gewerblichen Ferienwohnungen
0,48	0,3 %	Campinggästen

gesamt 181,84 Mio. **Aufenthaltstage**

Umsätze im Jahr in Millionen Euro von

4.712,4	45,7 %	Tagesgästen
4.577,0	44,2 %	Übernachtungsgästen in Hotels, Pensionen etc. (gewerblich)
938,0	9,1 %	Übernachtungsgästen bei Verwandten und Bekannten
85,9	0,8 %	Übernachtungsgästen bei Privatvermietern und in gewerblichen Ferienwohnungen
20,1	0,2 %	Campinggästen

gesamt 10,3134 Mrd. € **Umsätze im Jahr**

Quellen: dwif

10,31 Milliarden Euro Umsatz durch Tourismus in Berlin

Mit insgesamt rund 182 Millionen Aufenthaltstagen von Touristen und Geschäftsleuten in Berlin pro Jahr und durchschnittlichen Tagesausgaben aller Gästegruppen von durchschnittlich 56,70 Euro wird ein Bruttoumsatz in Höhe von 10,31 Milliarden Euro erwirtschaftet. Knapp die Hälfte dieses Umsatzes (45,7 Prozent) entsteht durch die Ausgaben der Tagestouristen, 44,2 Prozent werden durch Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Unterkünften generiert.

Besucher, die bei Verwandten und Bekannten in Berlin übernachten, waren zu 9,1 Prozent am Gesamtumsatz beteiligt. Berlin-Gäste, die bei Privatvermietern sowie auf Campingplätzen logierten, trugen lediglich zu einem Prozent des touristischen Gesamtumsatzes bei.

Die **132 Millionen Tagesgäste** sorgten im Jahresverlauf 2011 für einen Bruttoumsatz von insgesamt **4,71 Milliarden Euro**. Jeder Berlin-Besucher, der sich einen Tag an der Spree aufhielt, gab durchschnittlich 35,70 Euro im Einzelhandel, im Gastgewerbe und für sonstige Dienstleistungen aus.

Durch die rund **zehn Millionen Übernachtungsgäste**, die rund 22 Millionen Nächte in den Beherbergungsbetrieben der Stadt verbrachten, wurde ein Bruttoumsatz von **4,56 Milliarden Euro** generiert.

Tagesausgaben der Berlin-Besucher 2011 ∅ **56,70 €**

204,70 €	Übernachtungen gewerblich
95,40 €	Übernachtungen Privatvermieter
42,40 €	Übernachtungen Touristik und Camping
35,80 €	Übernachtungen Verwandten-/Bekanntenbesucher
35,70 €	Tagesreisen

Gäste in gewerblichen Unterkünften geben pro Tag 205 Euro aus

Der Tourismus ist ein lohnendes Geschäft. Jeder **Hotelgast** blieb im Schnitt **2,3 Tage** in der deutschen Hauptstadt und gab in dieser Zeit täglich **204,70 Euro** pro Tag für Unterkunft, Verpflegung und andere Leistungen aus. Damit haben sich die Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Unterkünften seit 2008 pro Person und Tag um etwa 8 Euro erhöht.

Foto: Adenis

Umsätze (netto) ausgewählter Wirtschaftszweige

Milliarden Euro

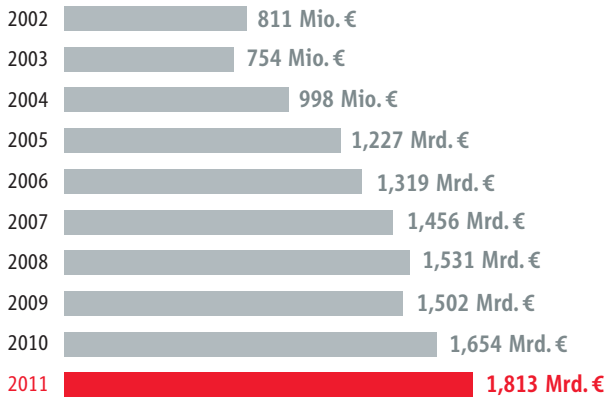
9,1	Tourismus (2011)
8,1	Grundstücks- und Wohnungswesen (2009)
5,8	Investitions- und Gebrauchsgüterproduzenten (2010)
5,7	Hersteller pharmazeutischer Erzeugnisse (2010)
4,9	Hersteller von DV-Geräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen, elektronischer Ausrüstung und Metallerzeugnissen (2010)
3,5	Bauhaupt- und Ausbaugewerbe (2011)
1,8	Maschinenbau (2010)

Tourismus- und Kongressbranche ist einer der Top-Umsatzbringer für Berlin

Die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus wird auch im Vergleich mit anderen für Berlin relevanten Branchen deutlich. So ist der Tourismus mit einem Gesamtumsatz von 9,1 Milliarden Euro (netto) einer der führenden Umsatzbringer für die Berliner Wirtschaft.

Quellen: dwif

10-Jahresentwicklung des Umsatzvolumens aus dem Tagungsmarkt



Tagesausgaben der Kongressbesucher 2011

Übernachtende Kongressgäste ∅ 230 €

93 €	40 %	Übernachtung
51 €	22 %	Verpflegung
24 €	10 %	Anteilige Miete und Technik
24 €	10 %	Lokale Transporte
20 €	9 %	Einkäufe
18 €	8 %	Freizeit und Kultur

gesamt 1,39 Mrd. € im Jahr

Tagesgäste auf Kongressen ∅ 78 €

33 €	42 %	Verpflegung
20 €	26 %	Miete und Technik
19 €	24 %	Lokaler Transport
6 €	8 %	Einkäufe

gesamt 420 Mio. € im Jahr

Quellen: congress.net 2011

Jede vierte Übernachtung dank des Kongresswesens

Doch nicht nur der florierende Freizeittourismus erzielte einen starken Umsatz für die deutsche Hauptstadt: Auch das Kongresswesen befindet sich im Aufwind und generiert mittlerweile mehr als ein Viertel aller Hotelübernachtungen in Berlin (27 Prozent). Besonders deutlich zeigt sich der Aufwärtstrend beim Umsatzvolumen: 1,8 Milliarden Euro wurden im vergangenen Jahr durch Tagungs- und Kongressteilnehmer in Berlin erwirtschaftet, was einem Anstieg von rund 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Die Umsätze im Tagungs- und Kongressmarkt Berlin lassen sich auf zwei verschiedene Gästegruppen zurückführen: **4,3 Millionen Veranstaltungsteilnehmer** verbrachten **6,05 Millionen Nächte** in den Beherbergungsbetrieben der Stadt und ließen dabei insgesamt **1,39 Milliarden Euro** in Berlin. **5,4 Millionen Gäste** besuchten eintägige Veranstaltungen und investierten in dieser Zeit – unter anderem für Verpflegung und Transport – **420 Millionen Euro**.

4,3 Millionen Veranstaltungsteilnehmer verbrachten 6,05 Millionen Nächte in Berlin.

Kongressbesucher geben pro Tag bis zu 230 Euro aus

Die **Teilnehmer mehrtägiger Veranstaltungen** verbringen im Schnitt 1,5 Nächte in der Kongressmetropole. Diese Besuchergruppe gibt während ihres Aufenthaltes **230 Euro pro Tag** aus, wobei der Anteil für Übernachtung 40 Prozent, Verpflegung 22 Prozent, Einkäufe 9 Prozent, Freizeit 8 Prozent, Miete und Technik 10 Prozent und für lokalen Transport 10 Prozent beträgt.

Der Anteil der Veranstaltungsteilnehmer, die eintägige Veranstaltungen besuchen, liegt bei 62 Prozent. Bei **eintägigen Veranstaltungsbesuchen** fallen die Ausgaben der Teilnehmer mit **78 Euro** entsprechend niedriger aus, da die Kosten für Übernachtung sowie Freizeit und Kultur entfallen.

Profitierende Branchen und Jobmotor

Die ganze Stadt gewinnt: Hotellerie und Gastronomie, Dienstleister und alle Partner der Tourismus-Branche.

Destination Berlin: Wer verdient?

in Millionen Euro

1.742,2	16,9 %	Dienstleistungen
3.946,8	38,3 %	Einzelhandel
4.624,4	44,8 %	Gastgewerbe

gesamt 10,3134 Mrd. €

Quelle: dwif

Gastgewerbe und Einzelhandel sind Hauptprofiteure

Der generierte touristische Bruttoumsatz von insgesamt zehn Milliarden Euro verteilt sich auf unterschiedliche Wirtschaftszweige. Mit 44,8 Prozent der Umsätze ist das Gastgewerbe der größte Profiteur des Berlin-Tourismus. 4,62 Milliarden Euro geben die Berlin-Besucher für ihre Unterkunft inklusive Verpflegung aus.

Neben dem Gastgewerbe profitiert vor allem der Einzelhandel vom Tourismus. Dank attraktiver Einkaufsmeilen, der „Langen Nächte des Shoppings“, verkaufsoffenen Sonntagen und Kampagnen wie dem „Winter in Berlin“ ist die Anziehungskraft der Hauptstadt als Shopping-Destination heute größer denn je. Das macht sich auch im Ausgabeverhalten der Touristen bemerkbar: rund 38,3 Prozent der touristischen Umsätze bzw. 3,95 Milliarden Euro verbleiben beim Einzelhandel.

16,9 Prozent der Umsätze können dem Dienstleistungssektor zugerechnet werden, was 1,74 Milliarden Euro entspricht. Das Ausgabeverhalten unterscheidet sich bei Übernachtungs- und Tagesgästen.

Foto: nhow Berlin

Foto: Fragasso

Gastgewerbe profitiert von Übernachtungsgästen

Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben geben 61,3 Prozent im Gastgewerbe aus, das sowohl den Bereich Gastronomie als auch die Beherbergung beinhaltet. Für den Einzelhandel verwenden Übernachtungsgäste 22,7 Prozent und für Dienstleistungen wie Eintrittsgelder oder Verkehrsmittel 16 Prozent ihres Budgets.

Ausgaben der Übernachtungsgäste*

in Millionen Euro

746,1	16,0 %	Dienstleistungen
1.058,5	22,7 %	Einzelhandel
2.858,4	61,3 %	Gastgewerbe

gesamt 4,663 Mrd. €

* Übernachtungen gegen Entgelt: gewerblich, Privatvermieter, Camping

Tagesgäste sind Umsatzbringer für den Einzelhandel

Berlin hat sich in den vergangenen Jahren immer stärker als Shopping-Destination einen Namen gemacht. Die Branche profitiert so stark wie nie zuvor vom Wirtschaftsfaktor Tourismus. Vor allem Tagesbesucher und Gäste von Verwandten und Bekannten wissen das breite Angebot der Einkaufsmetropole Berlin zu schätzen und geben 51,1 Prozent ihres Budgets für Einkäufe aus. 31,3 Prozent des Budgets entfallen auf das Gastgewerbe und 17,6 Prozent auf den Bereich Dienstleistungen.

Ausgaben der Tagesbesucher*

in Millionen Euro

994,5	17,6 %	Dienstleistungen
2.887,4	51,1 %	Einzelhandel
1.768,6	31,3 %	Gastgewerbe

gesamt 5,6504 Mrd. €

* inkl. Übernachtungen Verwandten- und Bekanntenbesucher

Quellen: dwif

Tagungs- und Kongressmarkt stärkt die Hotellerie

Ähnlich wie im Tourismus partizipieren auch im Tagungs- und Kongresssegment die am Gesamtumsatz beteiligten Branchen in unterschiedlichem Umfang. An erster Stelle steht die Hotellerie, die jährlich 563 Millionen Euro aus dem Übernachtungsaufkommen von Tagungs- und Kongressteilnehmern einnimmt. 31 Prozent der Ausgaben aus dem MICE-Markt entfallen somit auf diese Branche. An zweiter Stelle steht die Gastronomie mit einem Umsatzanteil von 487 Millionen Euro – was 27 Prozent des Umsatzes entspricht.

Anteil der Branchen am Umsatz aus dem Tagungs- und Kongressaufkommen

in Millionen Euro

562,7	31 %	Hotellerie (Logis)
486,8	27 %	Gastronomie
253,2	14 %	Miete, Technik
247,8 €	14 %	Lokale Transporte
153,4	8 %	Einzelhandel
108,9	6 %	Freizeit, Kultur

gesamt 1,81 Mrd. €

Quelle: ghh Consult

Die Tagungs- und Kongressbranche sicherte im Jahr 2011 rund 34.000 Vollzeitarbeitsplätze* (+2.000 im Vergleich zu 2010).

*Quelle: ghh Consult

Foto: Koschel

Mehr als 275.500 Berliner leben vom Tourismus

Der Tourismus ist nicht nur Umsatzquelle. Er schafft und sichert auch eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Arbeitsplätze. Nahezu alle diese Jobs sind allerdings dadurch gekennzeichnet, dass die Beschäftigten nicht ausschließlich vom Tourismus leben: Im Einzelhandel und in der Gastronomie werden sowohl Touristen als auch Berliner bedient, der Taxifahrer befördert Berliner und Auswärtige gleichermaßen und im Hotel finden ebenso Familienfeiern von Einheimischen statt. Kaum ein Arbeitsplatz lässt sich somit zu 100 Prozent dem Tourismus zurechnen. Daher wird der touristische Einkommensbeitrag von 4,68 Milliarden Euro in Beziehung zum durchschnittlichen Pro-Kopf-Volkseinkommen eines Berliners gesetzt.

Für die deutsche Hauptstadt lässt sich daraus ein theoretisches Äquivalent von **275.500 Personen** (inklusive nicht erwerbstätige, aber mit zu versorgende Haushaltsmitglieder) ermitteln, die durch den Tourismus ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen (**16.993 Euro** pro Einwohner) bestreiten können.

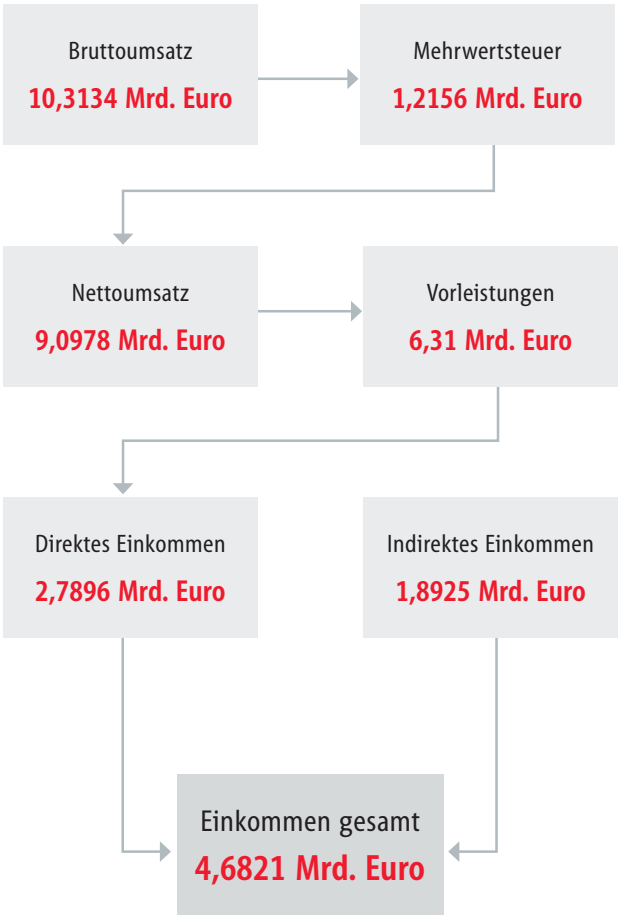
Dabei handelt es sich um einen rein rechnerisch ermittelten Wert. Erfahrungsgemäß leben weit mehr Menschen – zumindest anteilig – vom Tourismus, da für die Branche Tätigkeiten in Teilzeit sowie Saisonbeschäftigungen typisch sind.

Wertschöpfung

Foto: Scholvien

Tourismus schafft mehr als 10 Milliarden Euro Umsatz und fast 5 Milliarden Euro Einkommen.

Einkommenswirkung des Berlin-Tourismus



Quelle: dwif

Touristischer Beitrag zum Volkseinkommen: 7,9 Prozent

Der Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche, da viele Branchen von ihm profitieren. Von den 10,31 Milliarden Euro Bruttoumsatz fließen insgesamt 1,22 Milliarden Euro an Mehrwertsteuer an die Bundeskasse ab. Nach Abzug der Mehrwertsteuer verbleibt ein Nettoumsatz von 9,1 Milliarden Euro. Von diesem Nettoumsatz wiederum werden 6,31 Milliarden Euro in Vorleistungen für die Tourismuswirtschaft investiert.

Zu den Vorleistungen für die Tourismuswirtschaft gehören:

- Zulieferungen (z.B. Lieferungen des Bäckers an das Hotel, Stromlieferungen des Energieversorgers, Gestaltung von Werbeprospekten durch die Agentur)
- Bereitstellung weiterer Dienstleistungen (z.B. Kredite und Versicherungen)
- Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung (z.B. Neubau eines Hotels, Renovierungsarbeiten durch Handwerker)

Eine Vielzahl von Branchen ist somit unterschiedlich stark mit dem Multiprodukt Tourismus verflochten. Nach Abzug der oben genannten Vorleistungen verbleibt ein Einkommen in Höhe von 2,79 Milliarden Euro, das direkt durch die Ausgaben von Touristen in Berlin entsteht und den Beschäftigten in Form von Löhnen, Gehältern oder Gewinnen zukommt. Weiteres touristisches Einkommen in Höhe von 1,89 Milliarden Euro entsteht im Rahmen der oben genannten Vorleistungen, die für die Tourismuswirtschaft getätigt wurden. Insgesamt beläuft sich das durch die Tourismuswirtschaft generierte Gesamteinkommen also auf 4,68 Milliarden Euro. Der Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen liegt bei 7,9 Prozent. Einige Segmente des Tourismus (so z.B. die Umsätze aus der Reisetätigkeit der Berliner in alle Welt) sind in diesen Zahlen allerdings nicht enthalten: Die dargestellten Einkommenswirkungen beziehen sich ausschließlich auf die touristischen Ausgaben in der Stadt.

Ausgehend vom ermittelten Gesamtumsatz von 1,81 Milliarden Euro aus dem Tagungs- und Kongressreiseverkehr ergibt sich für Berlin eine Nettowertschöpfung in Höhe von 727 Millionen Euro (2010: 665 Millionen Euro).

Nettowertschöpfung*

*Quelle: ghh Consult

1,08 Milliarden Euro Steueraufkommen

Die Tourismus- und Kongresswirtschaft spielt auch als Quelle für Steuereinnahmen eine bedeutende Rolle und hatte im Jahr 2011 positive Effekte für das Land Berlin.

Dem Fiskus von Bund, Land und Kommunen fließen durch die Tourismus und Kongresswirtschaft in Berlin insgesamt knapp 1,083 Milliarden Euro zu.[1] Dieses aus dem Tourismus in Berlin resultierende Steueraufkommen für Bund, Land und Kommunen setzt sich aus Gemeinschaftssteuern zusammen: Mehrwertsteuer (abzüglich der enthaltenen Vorsteuer) und Einkommensteuer:

- Aus dem touristisch bedingten Bruttoumsatz in Höhe von insgesamt 10,31 Milliarden Euro resultiert ein geschätztes Umsatzsteueraufkommen in Höhe von 1,22 Milliarden Euro. Nach Abzug der unternehmensspezifischen Vorsteuern werden dem bundesweiten Steuerverbund (Bund, Ländern und Gemeinden) rund 381 Millionen Euro Mehrwertsteuer zugeführt.

- Die Einkommen der im Tourismus Beschäftigten sowie die Gewinne der Unternehmer aus dem Tourismus belaufen sich auf insgesamt 4,68 Milliarden Euro. Auf der Basis eines durchschnittlichen Steuersatzes von „lediglich“ 15 Prozent[2] werden Einkommenssteuern in Höhe von rund 702 Millionen Euro generiert.[3]

Hinzu kommen anteilige Unternehmenssteuern wie Gewerbe- und Grundsteuer von 0,5 Prozent der Umsätze von tourismusrelevanten Unternehmen auf der ersten und zweiten Umsatzstufe in Höhe von etwa 77 Millionen Euro (alle Gebietskörperschaften).

1 Im Gegensatz zu Vorgängerstudien wurde ein verbesserter Berechnungsansatz gewählt. Bei gleichem Ansatz haben sich die Steuereinnahmen im Vergleich zu 2008 um rund 11,4 Prozent erhöht.

2 Der durchschnittliche Einkommensteuersatz wurde mit lediglich 15 Prozent angesetzt. Er liegt deutlich unter dem allgemeinen Durchschnittssteuersatz, da davon auszugehen ist, dass gerade Bezieher touristisch bedingter Einkommen niedrigeren Steuerprogressionsstufen angehören und außerdem im Tourismus besonders viele Teilzeitbeschäftigte und geringfügig Verdienende anzutreffen sind.

3 Das durch den Tourismus im Land Berlin bedingte Steueraufkommen unterliegt – wie jede andere Steuereinnahme in jeder anderen Stadt in Deutschland – den einschläg

Quelle: dwif

Über *visitBerlin*

Die Berlin Tourismus & Kongress GmbH sichert zahlreiche Arbeitsplätze

„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. Ziel ist es, den Tourismus und Geschäftsreiseverkehr, Messen, Tagungen und Kongresse zu fördern sowie die Besucher unserer Stadt vor Ort zu informieren.

Dabei konzentriert sich *visitBerlin* auf folgende Unternehmensziele:

- mit innovativen und Berlin-spezifischen Produkten für die Destination Berlin werben
- *visitBerlin* als facettenreichen Berlin-Kenner für Touristen etablieren
- die Eigeneinnahmen langfristig steigern, um in verstärkte Marketingmaßnahmen reinvestieren zu können (unsere Produkte: Touristentickets, Pauschalen, Hotelübernachtungen und mehr)
- *visitBerlin* als kompetenten Partner für die Reise- und Kongressindustrie empfehlen
- die Partner der Berliner Tourismus- und Kongresswirtschaft aktiv unterstützen
- mit allen Maßnahmen die Marke Berlin und das Image der deutschen Hauptstadt fördern sowie diese weltweit repräsentieren

Das privatwirtschaftliche Unternehmen bringt sich zugleich auch als wichtiger Wirtschaftsfaktor für Berlin ein. So wurden im Jahr 2011 rund 48 Prozent des Gesamtetats von *visitBerlin* durch Eigeneinnahmen erwirtschaftet. Die wichtigsten Ertragsfelder setzen sich dabei wie folgt zusammen:

- Touristentickets (Berlin WelcomeCard und Berlin CityTourCard)
- Informationsmaterial und Karten für touristische Angebote
- Werbeflächenvermietung und Kostenbeteiligungen von Partnern
- Provisionen für Unterkunftsvermittlung und Erlöse aus dem Verkauf der *visitBerlin*-Pauschalen
- Anzeigen und Einträge in unternehmenseigenen Print- und Onlinemedien

Dank intensivierter Vertriebsanstrengungen konnten die Erlöse aus der Vermarktung touristischer Dienstleistungen 2011 zum vierten Mal in Folge und der Etat auf insgesamt 15,3 Millionen Euro gesteigert werden. Das erwirtschaftete Geld wurde direkt wieder in Marketingmaßnahmen für die Destination Berlin investiert. Doch nicht nur als Umsatzbringer ist *visitBerlin* erfolgreich: Das Unternehmen schafft und sichert auch eine Vielzahl an Arbeitsplätzen im Tourismus. Mehr als 160 Mitarbeiter sind bei *visitBerlin* fest angestellt und vermitteln unter anderem den Hauptstadtbesuchern das gesamte Leistungsspektrum der Stadt.

Quellen, Impressum

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: div. Statistiken

Arbeitskreis „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder / 2010“

Arbeitsstättenerhebung der Berliner Flughäfen und Studie des Kölner Verkehrswissenschaftlers Prof. Dr. Herbert Baum aus dem Jahr 2005

Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen ADV

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010

Congress.net: div. Jahresberichte (inkl. ghh consult / BCO)

dwif-Consulting GmbH (2012) unter Einbeziehung von Daten und Publikationen des

– Amts für Statistik Berlin-Brandenburg 2012
– Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.); Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010

ECM Benchmarking Report 2012

Hotelpreisindex 2011, hotels.com, Januar bis Dezember 2011

Investitionsbank Berlin (IBB):

– „Berlin aktuell. Tourismus im Städtevergleich“ (2011)
– „Berlin aktuell. Berlin Tourismus – Wo geht die Reise hin?“ (2012)

Jahresbericht des Kultur-Monitorings (KULMON), Besucher-Monitoring an tourismusaffinen Berliner Kultureinrichtungen, April 2011

Roland Berger, „European Capital City Tourism“, November 2011

Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2009 / 2010, Stand: August 2010

Herausgeber:
Berlin Tourismus & Kongress GmbH
Am Karlsbad 11, 10785 Berlin