

# Dokumentation der Veranstaltung

---



---

**25. April 2019 | 9.00 - 14.00 Uhr**  
**In der Allegro Grundschule**  
Pohlstr. 62 (Hintereingang)  
10785 Berlin-Tiergarten

## Programm

09:00 – 09:20	Registrierung
09:20 – 09:30	Einführung in das Thema
09:30 – 10:00	Warum ist Nachhaltigkeit im Tourismus wichtig?
10:00 – 10:30	Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Tourismus praktisch umsetzen?
10:30 – 10:45	<i>Pause</i>
10:45 – 11:00	Einführung in die Gruppenarbeit
11:00 – 12:30	SWOT-Analyse und Analyse von Kernthemen für einen nachhaltigen Berlin Tourismus (Gruppenarbeit)
12:30 – 12:45	Kurze Präsentation der Ergebnisse im Plenum
12:45 – 13:00	Ausblick
13:00 – 14:00	<i>Lunch und Networking</i>

## Warum Berlin?

Der Berliner Senat, insbesondere die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe, die Berliner Bezirksämter und *visitBerlin* verfolgen die Umsetzung des Tourismuskonzepts 2018+ für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus. Kern des Konzeptes bilden die 12 Berliner Bezirke und die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in der Stadt. Zugleich soll das Bewusstsein für Überlastungserscheinungen und damit verbundene Probleme geschärft werden.



Abbildung 1 Impressionen von der Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung zwischen Berliner Senat, insbes. SenWEB, den Berliner Bezirksämtern und *visitBerlin* (copyright *visitBerlin* Foto : Uwe Steinert)

## Warum das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus?

Möchte Berlin auch in Zukunft eine starke Tourismusdestination bleiben und damit Prosperität für die Stadt sichern, muss der Tourismus nachhaltig und stadtverträglich ausgerichtet werden.

### Wir stärken Berlin als nachhaltige Tourismusdestination

Das Thema Nachhaltigkeit ist sehr vielschichtig und vielen immer noch fremd, obwohl es zu einem der wichtigsten Themen der Zukunft gehört. Aber auch der Tourismus ist aufgrund seiner multidimensionalen Wertschöpfungskette und zahlreichen Schnittstellen zu anderen Branchen und Politikfeldern ein komplexer Sektor. Schnell kann dabei der Überblick verloren gehen. Diese Veranstaltung soll dazu dienen, das Thema zugänglich zu machen und aufzeigen, in welchen Dimensionen wir denken und handeln müssen, um den Tourismus in Berlin nachhaltiger zu gestalten.

## Dokumentation der Ergebnisse

Es gab drei Arbeitsgruppen. Alle Teilnehmenden hatten Gelegenheit sich an in jedem Thema einzubringen.

### Leitfragen für die Gruppenarbeit

- Wo steht Berlin in Sachen Nachhaltigkeit im Deutschlandvergleich?
- Wo hat Berlin eine Vorreiterrolle, wo eher nicht?
- Welche besonders positiven Beispiele aus Berlin kennen Sie?
- Was hat Sie in anderen Destinationen besonders begeistert?

## Leitfragen für die Kernthemen

- Welche Themen sind für Sie von zentraler Bedeutung?
- Wo wünschen Sie sich mehr Input?
- Wo brauchen Sie Unterstützung?

Sollten Sie weitere Anregungen, Wünsche oder Vorschläge haben, nutzen Sie bitte die dafür vorgesehenen Felder im Evaluierungsbogen unter <https://de.surveymonkey.com/r/RJTXWN> aufrufbar.

Die Ergebnisse sowie die Präsentation von Herrn Matthias Beyer (mascontour) finden Sie auch im Download-Bereich unter folgendem Link: <https://about.visitberlin.de/nachhaltigkeit-seminare-und-workshops>.

Nachfolgend finden Sie die Fotos sowie die Inhalte dokumentiert.

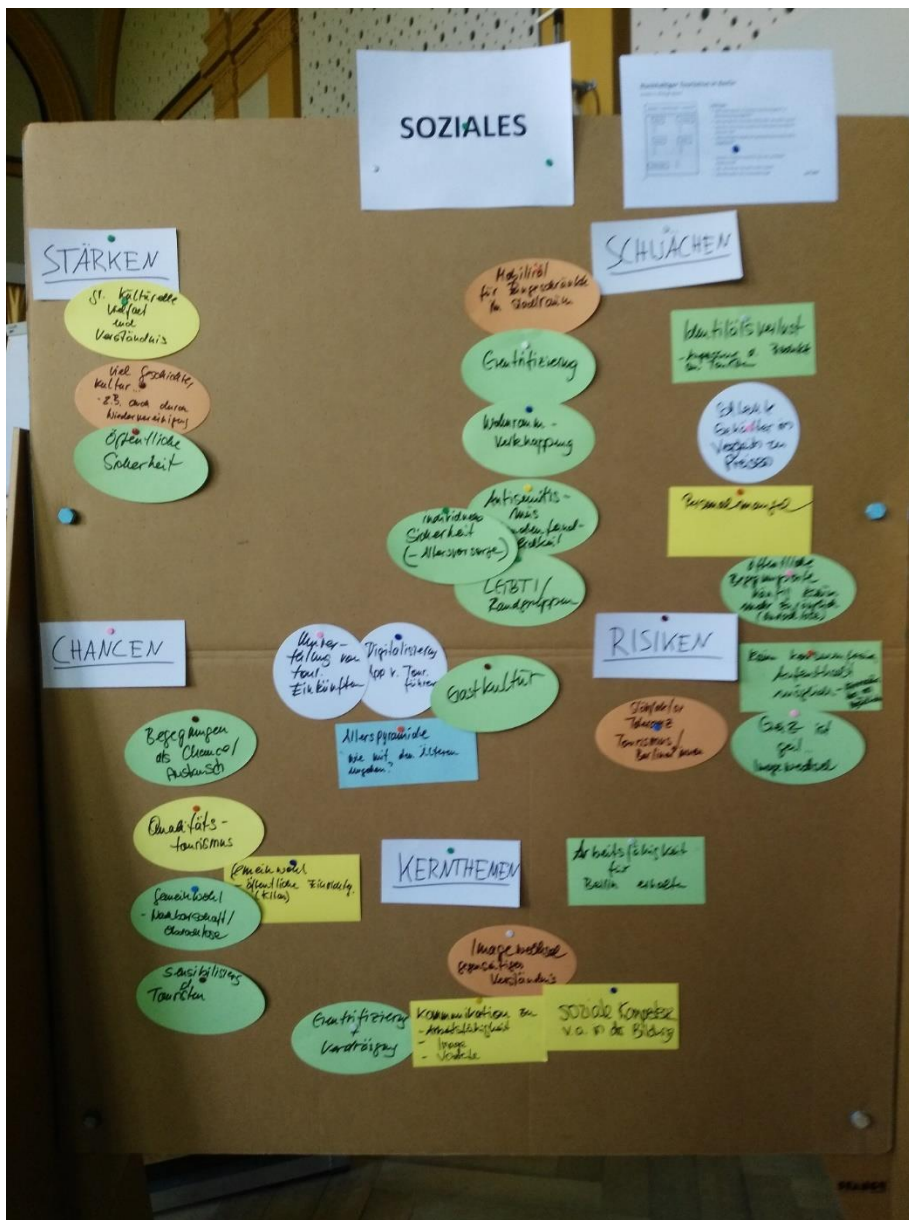


Abbildung 2 Ergebnisse der Gruppenarbeit Soziales

Soziales

<p><u>Stärken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- große kulturelle Vielfalt und Verständnis</li> <li>- viel Geschichte und Kultur (z.B. auch durch Wiedervereinigung)</li> <li>- öffentliche Sicherheit</li> </ul>	<p><u>Schwächen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilität für Eingeschränkte im Stadtraum</li> <li>- Gentrifizierung</li> <li>- Wohnraumverknappung</li> <li>- Antisemitismus und Fremdenfeindlichkeit</li> <li>- individuelle Sicherheit (Altersvorsorge)</li> <li>- LGBTI/ Randgruppen</li> <li>- Identitätsverlust (Anpassung der Produkte an Touristen – Unternehmensebene)</li> <li>- schlechte Gehälter im Vergleich zu Preisen</li> <li>- Personalmangel (Unternehmensebene)</li> <li>- öffentliche Begegnungsorte häufig kaum mehr zugänglich (Obdachlose &gt; auch bei Risiken zuzuordnen)</li> </ul>
<p><u>Chancen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begegnungen als Chance/Austausch</li> <li>- Qualitätstourismus</li> <li>- Gemeinwohl (öffentliche Einrichtungen z.B. Kitas – Unternehmensebene)</li> <li>- Nachbarschaft/ Obdachlose (Gemeinwohl)</li> <li>- Sensibilisierung der Touristen</li> <li>- Unterteilung von touristischen Einkünften</li> <li>- Digitalisierung App vs. Touristenführer</li> <li>- Alterspyramide (wie mit den Älteren umgehen? – Unternehmensebene)</li> <li>- Gastkultur (Risiko=Chance)</li> </ul>	<p><u>Risiken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kaum konsumfreier Aufenthalt möglich (Unternehmensebene)</li> <li>- Geiz ist geil, Arm aber sexy &gt; Imagewechsel</li> <li>- Störfaktor Toleranz zwischen Tourismus und Berliner*innen</li> </ul>
<p><u>Kernthemen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeitsfähigkeit für Berlin erhalten (Unternehmensebene)</li> <li>- Imagewechsel: gegenseitiges Verständnis</li> <li>- Gentrifizierung + Verdrängung</li> <li>- Kommunikation zu: Arbeitsfähigkeit, Image (Unternehmensebene)</li> <li>- soziale Kompetenz v.a. in der Bildung (Unternehmensebene)</li> </ul>	

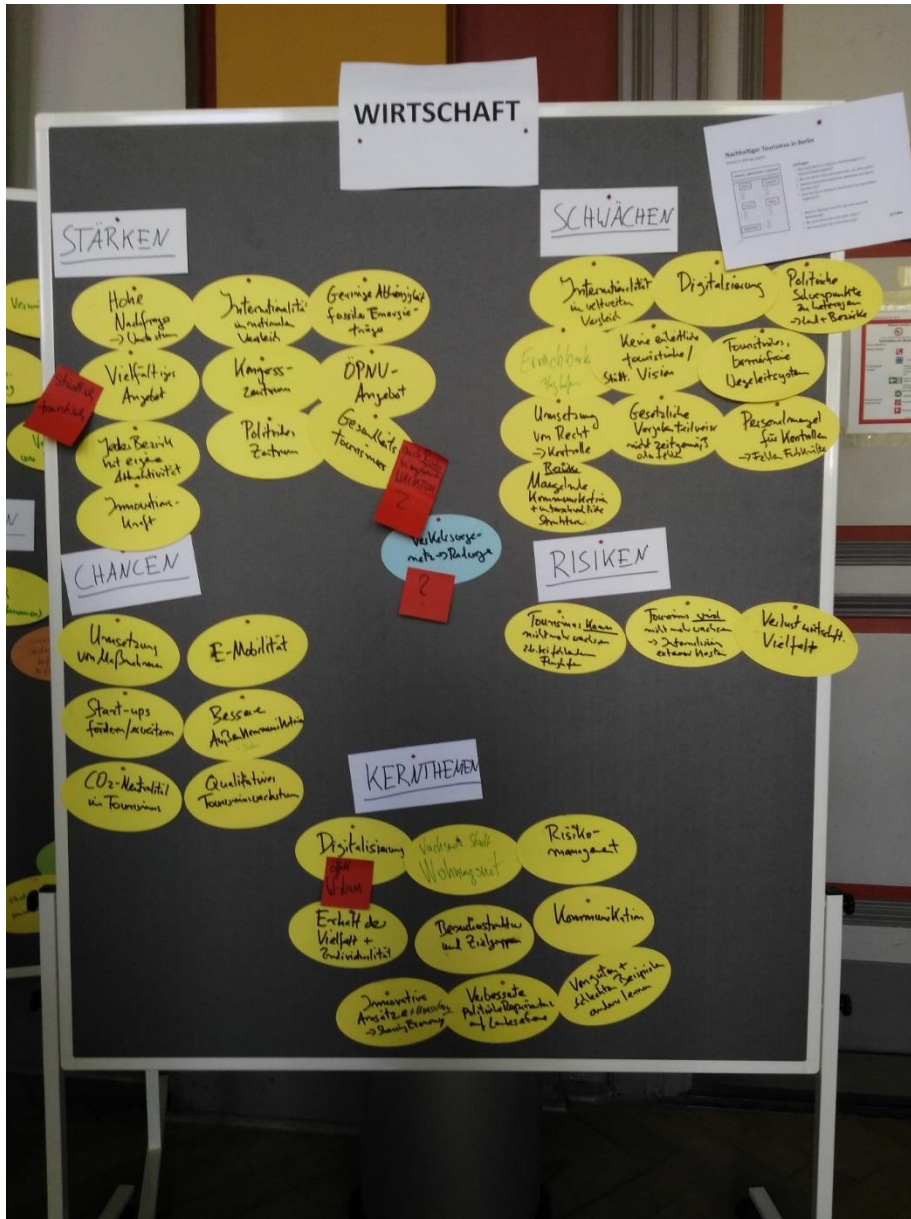


Abbildung 3 Ergebnisse der Gruppenarbeit Wirtschaft

## Wirtschaft

### Stärken

- hohe Nachfrage (Wachstum)
- vielfältiges Angebot (städtisch/ touristisch)
- jeder Bezirk hat eigene Attraktivität
- Innovationskraft
- Internationalität im nationalen Vergleich
- Kongresszentrum
- politisches Zentrum
- geringe Abhängigkeit fossiler Energieträger
- ÖPNV Angebot
- Gesundheitstourismus (auch Risiko bei ungebremsten Wachstum)

### Schwächen

- Internationalität im weltweiten Vergleich
- Erreichbarkeit Flughafen
- Umsetzung von Recht (Kontrolle)
- Bezirke: Mangelnde Kommunikation + unterschiedliche Strukturen
- Digitalisierung
- keine einheitliche touristische/ städtische Vision
- gesetzliche Vorgaben teilweise nicht zeitgemäß oder fehlen

<p>-Verkehrswegenetz (Radwege – unklar, ob Stärke oder Schwäche)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- politische Schwerpunkte zu heterogen (Land + Bezirke)</li> <li>- touristisches, barrierefreies Wegeleitsystem</li> <li>- Personalmangel für Kontrollen (fehlende Fachkräfte)</li> </ul>
<p><u>Chancen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Umsetzung von Maßnahmen</li> <li>- Start-ups fördern/ erweitern</li> <li>- CO2 Neutralität im Tourismus</li> <li>- E-Mobilität</li> <li>- bessere Außenkommunikation</li> <li>- qualitatives Tourismuswachstum</li> </ul>	<p><u>Risiken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismus <u>kann</u> nicht mehr wachsen (z.B. bei fehlendem Flughafen)</li> <li>- Tourismus <u>wird</u> nicht mehr wachsen (Internalisierung externer Kosten)</li> <li>- Verlust wirtschaftlicher Vielfalt</li> </ul>
<p><u>Kernthemen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisierung (z.B. öffentliches W-Lan)</li> <li>- Erhalt der Vielfalt + Individualität</li> <li>- innovative Ansätze + Umsetzung (Sharing Economy)</li> <li>- wachsende Stadt (Wohnungsnot)</li> <li>- Besucherstruktur und Zielgruppen</li> <li>- verbesserte politische Repräsentanz auf Landesebene</li> <li>- Risikomanagement</li> <li>- Kommunikation</li> <li>- von guten + schlechten Beispielen anderer lernen</li> </ul>	

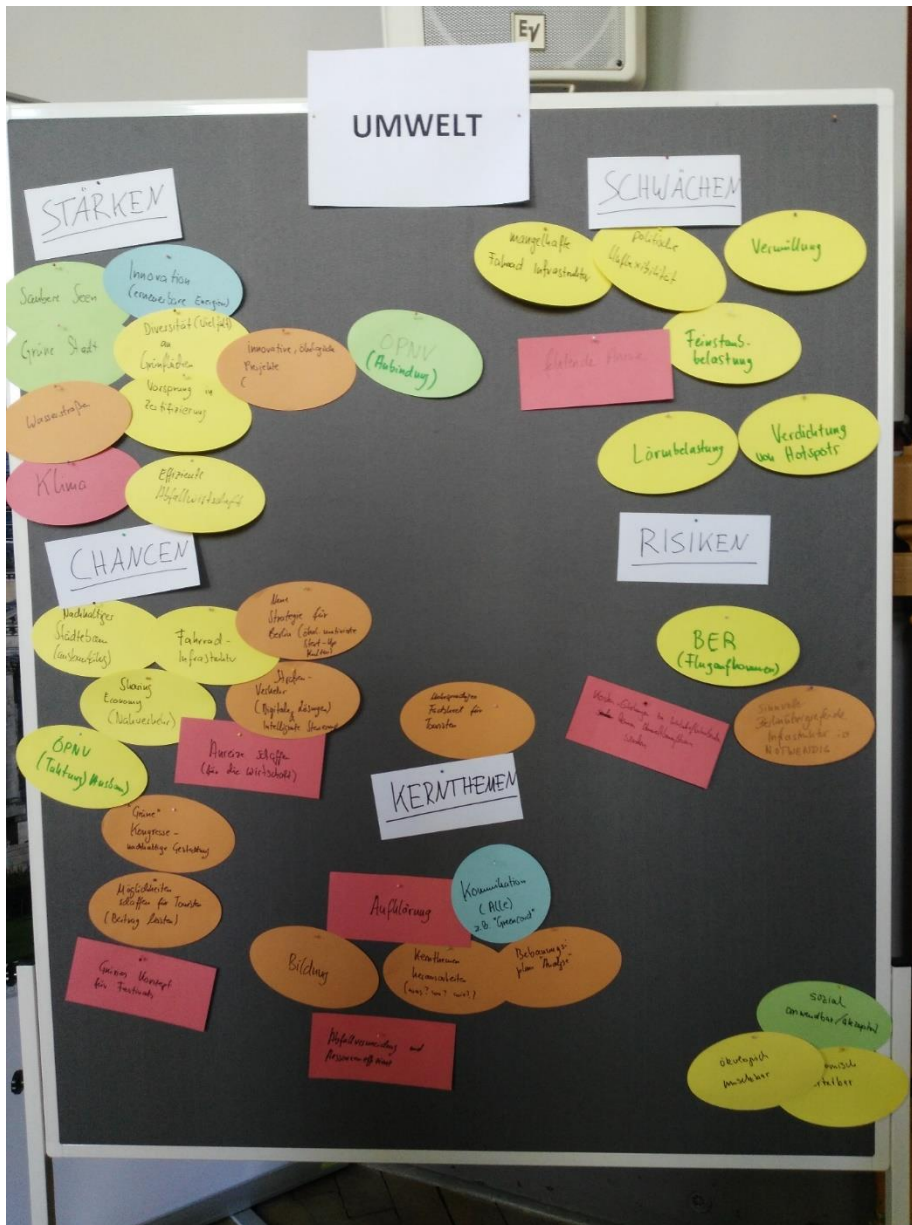


Abbildung 4 Ergebnisse der Gruppenarbeit Umwelt

## Umwelt

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- saubere Seen</li> <li>- grüne Stadt</li> <li>- Wasserstraßen</li> <li>- Klima</li> <li>- Diversität an Grünflächen</li> <li>- Vorsprung in („grünen“) Zertifizierungen</li> <li>- effiziente Abfallwirtschaft (im internationalen Vergleich)</li> <li>- Innovation (erneuerbare Energien/ ökologische Projekte)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mangelhafte Fahrradinfrastruktur</li> <li>- politische Inflexibilität</li> <li>- Vermüllung</li> <li>- Feinstaubbelastung</li> <li>- Lärmbelastung</li> <li>- Verdichtung von Hotspots</li> <li>- fehlende Anreize für „grünes“ Engagement (Unternehmensebene)</li> </ul>

- ÖPNV (mittig von Stärken und Schwächen zuzuordnen)	
<u>Chancen</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nachhaltiger Städtebau</li> <li>- Fahrradinfrastruktur</li> <li>- Sharing Economy (Nahverkehr)</li> <li>- Neue Strategie für Berlin (ökol. motivierte Start-up Kultur fördern)</li> <li>- Straßenverkehr (Digitale Lösungen und intelligente Steuerung)</li> <li>- Anreize für die Wirtschaft schaffen um „grüner“ zu werden (Vorteile aufzeigen - Unternehmensebene)</li> <li>- ÖPNV (Taktung/Ausbau)</li> <li>- „grüne“ Kongresse (nachhaltige Gestaltung)</li> <li>- Möglichkeiten für Touristen schaffen um positiven Beitrag zu leisten (z.B. Müllsammel-Aktionen)</li> <li>- grünes Konzept für Festivals</li> </ul>	<u>Risiken</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- BER (steigendes Flugaufkommen und Ankunfts zahlen)</li> <li>- sinnvolle Berlinübergreifende Infrastruktur ist notwendig</li> <li>- Kostenerhöhungen bei Wirtschaftstreibenden können Umweltbewusstsein senken (Unternehmensebene)</li> </ul>
<u>Kernthemen</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufklärung (Unternehmensebene)</li> <li>- Bildung</li> <li>- mehrsprachige Factsheets für Touristen (Guidelines)</li> <li>- Kommunikation (ALLE)</li> <li>- Bebauungsplan Analyse (Verdichtung entgegenwirken, Potentiale erkennen)</li> <li>- Abfallvermeidung und Ressourceneffizienz (Unternehmensebene)</li> </ul>	

**Wesentliche Aussagen zusammengefasst**

Hierbei standen die von Ihnen definierten Kernthemen im Fokus.

**Kernthemen Soziales/Gesellschaft**

Die erarbeiteten Kernthemen in dieser Arbeitseinheit zielen auf die **Erhaltung der Arbeitsfähigkeit im Bereich des Tourismus für Berlin** ab. Dies bezieht sich insbesondere auf die Unternehmensebene. Hierbei wurden die im Tourismus schlechten Gehälter als Schwäche identifiziert, im Verlauf der Workshop-Runden jedoch auch kontrovers diskutiert. So gäbe es auch Vorreiterbetriebe, in denen Angestellte vergleichsweise (auf Tourismusebene) gute Arbeitsbedingungen und Gehälter haben. Gleichzeitig wurde unter diesem Punkt auch der Mangel an geeignetem Personal für den Tourismussektor und die sich verjüngende Altersstruktur angesprochen.

Ein anderes erarbeitetes Kernthema bezieht sich auf den nötigen **Imagewechsel** von „Geiz ist geil“ & „arm, aber sexy“ zu einem auf Nachhaltigkeit basierenden Qualitätstourismus für Berlin. Dieser Aspekt wurde sowohl unter Schwächen als auch unter Risiken diskutiert, und wurde gleichzeitig auch als Chance wahrgenommen.



Das Thema **Gentrifizierung + Verdrängung** wurde maßgeblich in der Kategorie Schwächen diskutiert und aufgrund seiner Bedeutung den Kernthemen zugeordnet. Hierbei waren den Teilnehmenden die Aspekte steigender Mieten in Berlin, damit einhergehende Wohnraumverknappung, der Verlust an lebenswerten Stadträumen, die Angst vor Identitätsverlust, die starke Tourismusorientierung des Einzelhandels in den Kiezen ebenso wichtig, wie auch die Idee des Gemeinwohls, als Lösungsansatz für Probleme durch erhöhte Teilhabe der Nachbarschaften und Berliner\*innen an den touristischen Entwicklungen in der Stadt.

Unter dem Stichwort **soziale Kompetenzvermittlung v.a. in der Bildung** thematisierten die Workshopteilnehmenden (auf Unternehmensebene) die nötige Anpassung der touristischen Ausbildung (Curricula) hinsichtlich sozialer Aspekte und Kompetenzen. Damit könnte eine positive Gastkultur (diskutiert als Chance und Risiko) dauerhaft verfestigt, aber auch die Sensibilisierung von Tourist\*innen und Bürger\*innen sowie weitere genannte Schwächen & Risiken angegangen und damit eine Akzeptanzerhöhung im Tourismus erreicht werden.

Dem Thema **Kommunikation** (sowohl auf Destinations-, als auch auf Unternehmensebene) wurde bezüglich verschiedenster diskutierter Aspekte eine hohe Bedeutung beigemessen.

### **Kernthemen Ökonomie/Wirtschaft**

Zu langsame Entwicklung der **Digitalisierung im öffentlichen Raum** (z.B. öffentliches W-Lan, bei Mobilitätsansätzen) wurde von den Teilnehmenden als Schwäche für den Berlintourismus erkannt und als ein Kernthema definiert. Andere Destinationen sind hier deutlich weiter.

Eine Herausforderung ist es, den **Erhalt der Vielfalt + Individualität** in Berlin zu garantieren, ohne jedoch die Bedürfnisse der Bürger\*innen zu ignorieren. Hierbei wurde als Schwäche festgestellt, dass es keine einheitliche städtische Vision (hinsichtlich Nachhaltigkeit?) gäbe.

Berlin kann **vielfältige Beispiele innovativer Ansätze** (z. B. im Bereich der Sharing Economy) vorweisen, sollte daran anknüpfen und diese auch weiterhin umsetzen. Dies bietet Potenzial in einer wachsenden Metropole, die auch von **Wohnungsnot** gekennzeichnet ist, und greift die Aspekte Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Tourismus oder Förderung umweltfreundlicher Mobilität, die auch unter „Chancen“ diskutiert wurden, auf. Hier kann auch das Thema Risikomanagement im Tourismus sowie qualitatives und moderates Tourismuswachstum angeknüpft werden.

Eine verbesserte **politische Repräsentanz auf Landesebene** könnte u.a. eine zukunftsfähige Entwicklung im Tourismus (CO<sub>2</sub>-Reduktion im Tourismus, E-Mobilität) fördern. Zudem wurde unter dem Aspekt Schwächen die mangelnde Kommunikation + unterschiedliche Strukturen innerhalb und zwischen den Berliner Bezirken, zwischen Bezirken und Senat aber auch innerhalb der Senatsverwaltung; die zu heterogene Schwerpunktsetzung zwischen Senat und Bezirken sowie die teilweise nicht mehr zeitgemäßen oder gar fehlenden gesetzlichen Vorgaben diskutiert. mangelnde Kommunikation & Struktur: Bezirke untereinander, Senatsverwaltung untereinander & Bezirke & Sen.

Auch die **Besucherstruktur und die Zielgruppen** für den Berlin-Tourismus sollten in Zukunft besser untersucht und definiert werden, um damit passgenaue Angebote schaffen zu können.

Den Teilnehmenden ist es wichtig, von **guten + schlechten Beispielen anderer zu lernen** (in Berlin & außerhalb).

Auch in dieser Arbeitseinheit wurde dem Thema **Kommunikation** sowohl nach außen als auch nach innen eine hohe Bedeutung beigemessen.

### **Kernthemen Ökologie/Umwelt**

Es besteht deutliches Verbesserungspotenzial hinsichtlich **Bildung und Wissensvermittlung** zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus, sowohl auf Destinations- als auch auf Unternehmensebene. Erwünschte Themen sind dabei u. a. Abfallvermeidung und Ressourceneffizienz auf Unternehmensebene, Mobilität und ÖPNV auf Destinationsebene. Hier sollte mit vorhandenen positiven Beispielen gearbeitet werden. Zielführend könnten hier auch **mehrsprachige Fact-Sheets** (Guidelines) für Touristen und Unternehmen sein.

Berlin ist mit seinen Wäldern, Parks und sauberen Seen grün und divers. Die Stadt ist zugleich Hub für Innovationen, „grüne“ Projekte und bekannt für seine Start-up-Kultur. Dieses Potenzial sollte genutzt werden, um u. a. die **Kommunikation** zu Themen wie „richtig nachhaltig handeln“ mit Gästen, Bewohner\*innen und Leistungsträgern zu **verbessern**.

Als wichtig wurde auch die Untersuchung geeigneter **Planungsinstrumente und Steuerungsmöglichkeiten zur touristischen Entwicklung** erachtet. Dabei ging es um **Bebauungspläne** und deren Analyse und Weiterentwicklung, um fortschreitende einseitige (touristische) Verdichtung (Hotels und Hostels) zu vermeiden oder zum Aufdecken von Potentialen.

Ein weiteres Kernthema in dieser Kategorie sind Strategien, wie **Anreize & Mehrwert** für touristische Leistungsträger geschaffen werden können (z.B. für nachhaltige Veranstaltungen, Konferenzen und Großveranstaltungen).

### **Haben Sie Feedback?**

Vielen Dank, dass Sie am 25.04.2019 die Zeit gefunden haben, an unserem Workshop teilzunehmen!

Ihre ehrliche Meinung zur Veranstaltung ist uns sehr wichtig, damit wir zukünftige Workshops weiterentwickeln und verbessern können. Gleichzeitig können Sie noch offen gebliebene Fragen, Themen oder Aspekte über den Fragebogen an uns weiterleiten. Bitte nehmen Sie sich deshalb kurz Zeit, um den folgenden Fragebogen <https://de.surveymonkey.com/r/RJTXWN> auszufüllen.

### **Wie geht es weiter?**

Die Ergebnisse des Workshops fließen in die Planung der kommenden drei Veranstaltungen ein. Diese sollen Ihnen detaillierteres Wissen anhand von Beispielen vermitteln, praktische Ansätze aufzeigen sowie Vernetzung und Austausch untereinander ermöglichen.

Bitte merken Sie sich schon heute die kommenden Seminare und Workshops (2019) vor:

- WS (ökologische Dimension der Nachhaltigkeit) Dienstag, 11. Juni 2019 (alternativ 12. Juni)
- WS (2) 34 KW
- WS (3) 43 KW

## Organisatoren und Partner sowie unsere Caterer



„Die Welt für Berlin begeistern.“ Mit dieser Mission wirbt die **Berlin Tourismus & Kongress GmbH**, die **unter der Marke visitBerlin** agiert, seit 1993 weltweit für die deutsche Hauptstadt als Tourismus- und Kongressmetropole. Auf [visitBerlin.de](http://visitBerlin.de), Berlins offiziellem Reiseportal, finden Berlin-Besucher\*innen alle Informationen rund um ihre Reise nach Berlin. Mit dem neuen visitBerlin-Team Bezirks- und Lobbyarbeit des Bereichs Partner Relations werden auf Grundlage des Tourismuskonzeptes 2018+ die Berliner Bezirke gezielt bei der touristischen Entwicklung unterstützt. Es vereint die Kompetenzen bezirkliche Marktforschung und Digitalisierung, bezirkliche Produktvermarktung und Content Creation, Nachhaltigkeit und Mobilität, Bürgerpartizipation und Akzeptanz sowie bezirkliche Tourismussteuerung. Mehr über visitBerlin unter [about.visitBerlin.de](http://about.visitBerlin.de).



*natürlich nachhaltig!*

Das Beratungsunternehmen **mascontour GmbH** mit Sitz in Berlin wurde im Jahr 2005 gegründet.

Ziel unserer Arbeit ist die innovative und konsequente Verknüpfung von Tourismus und Nachhaltigkeit. Hierfür steht unser interdisziplinäres Team, das sowohl über langjährige internationale Branchenkompetenz im Tourismus als auch über fundierte Fachkompetenz in Fragen einer nachhaltigen Entwicklung verfügt. Zu unseren Kunden zählen Destinationen und touristische Unternehmen sowie Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit und die Tourismuspolitik.

mascontour bietet praxisnahe Lösungen und Ideen mit Zukunft aus einer Hand – von der Analyse und Planung über Qualifizierung, Management und Marketing bis hin zu Evaluierung und Monitoring. Wir arbeiten auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene. mascontour hat bereits rund 100 Tourismusprojekte in über 50 Ländern erfolgreich durchgeführt. Weitere Informationen unter: <https://www.mascontour.info/de/>.



Wir, Mau - Anna - Jilianne, haben es uns zur Aufgabe gemacht, eine Variante zu finden der enormen Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken und das Bewusstsein der Gesellschaft nachhaltig zu schärfen. Unsere handgefertigten **Dings** sind eine innovative Art **D(umpl)ings** - Teigtaschen in jeglichen Formen und Farben mit schier endlosen Kombinationen an Füllungen, die in puncto Nachhaltigkeit neue Maßstäbe setzen. Denn was uns und vor allem dich zum Foodsaver macht, ist die Einzigartigkeit unserer Zutatenbeschaffung. Wir verwenden größtenteils überschüssige, aber qualitativ einwandfreie Waren von Partnern aus dem Lebensmitteleinzel- & Großhandel, die sonst sinnlos vernichtet werden. Mehr Informationen unter: [www.dingsdums.de](http://www.dingsdums.de).



"Mit **FREA** haben wir das erste zu 100% pflanzenbasierte und müllfreie Restaurant eröffnet, das ausschließlich mit 100% biologisch angebauten Lebensmitteln arbeitet, die ohne Plastik direkt von regionalen Bauern zu uns kommen. Wir stellen all unsere leckeren Gerichte und Produkte selber her, ob Sauerteigbrot, hausgemachte Pasta, Haselnussmilch, Kombucha oder Wasserkefir. Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck so klein wie möglich halten, daher kompostieren wir all unsere Reste aus der Küche und von unseren Gästen innerhalb von 24 Stunden mit unserer hauseigenen Kompostiermaschine zu einem wunderbaren Bodenersatzstoff." Weitere Informationen unter: [www.frea.de](http://www.frea.de).



"Das **"Real Junk Food Project Berlin"** verhindert Lebensmittelverschwendung, indem wir überschüssiges Obst und Gemüse retten, in nahrhafte Mahlzeiten verwandeln und sie der Gemeinschaft sowie sozialen Projekten zur Verfügung stellen. Unsere Kochaktionen bringen Menschen zusammen. Mit Workshops und Vorträgen klären wir über die Problematik der Lebensmittelverschwendung auf." Mehr Informationen unter: [www.facebook.com/TRJFPBerlin](https://www.facebook.com/TRJFPBerlin).

### Liste der Teilnehmenden

#	Vorname	Nachname	Institution / Unternehmen
1	Matthias	Beyer	mascontour GmbH
2	Jan	Czyske	Berlinagenten
3	Tanja	Dickert	Touristinformation Neukölln / Ahoj! Souvenirmanufaktur
4	Nadine	Dörge	Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf
5	Daniela	Franzke	Bezirksamt Pankow von Berlin / Wirtschaftsförderung
6	Maik	Gevers	visitBerlin
7	Martin	Gruhn	Vienna House Berlin
8	Katja	Hagenbucher	Park Plaza Berlin Kudamm
9	Jonas	Hinrichs	mascontour GmbH
10	Sara	Hohmann	Technische Universität Berlin
11	Philip	Ibrahim	Accor Invest Germany GmbH / Mercure Hotel Berlin City

12	Lisa	John	SANDEMANs NEW Europe GmbH
13	Tobias	Junghans	VIP Bus Connection GmbH & Co. KG
14	Agnieszka	Kedzierska	KIT Group GmbH
15	Kathrin	Klisch	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg/Wirtschaftsförderung
16	Laura	Konieczny	Zero Waste Your Life
17	Arne	Krasting	Zeitreisen
18	Ida	Larcen	Good Travel
19	Luisa	Mentz	visitBerlin Berlin Convention Office
20	Mareike	Methner	visitBerlin
21	May-Britt	Mohnke	Meliá Berlin
22	Michael	Näckel	papaya Restaurants
23	Birgit	Nimke-Sliwinski	Berliner Stadtreinigung
24	Laure	Norger	K.I.T. Group
25	Christian	Oblasser	trias consulting
26	Emeline	Pelzer	visitBerlin
27	Laura	Pilger	visitBerlin
28	Kristin	Pilz	TimeRide GmbH
29	Jonathan	Ponstingl	visitBerlin
30	Bettina	Quäschning	visitBerlin
31	Christiane	Reisberger	Inter Continental Hotel Berlin GmbH
32	Carsten	Rudolph	art'otel Berlin Kudamm
33	Claudia	Schielin	Steigenberger Hotel Am Kanzleramt
34	Sven	Schmohl	Bezirksamt Treptow-Köpenick / Wirtschaftsförderung
35	Tim	Schwänen	visitBerlin
36	Christoph	Stumpe	BA. Tempelhof-Schöneberg
37	Tim	Tschauder	KÖHN Sportconsulting GmbH
38	Dagmar	v. Schönfeld	visitBerlin
39	Annegret	Zimmermann	visitBerlin