

Modewoche übertrifft die Erwartungen der Tourismuswirtschaft

Berlin, 08. Juli 2009 Mehr als 200.000 zusätzliche Übernachtungen hat die Modewoche für Berlin gebracht. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage, die nach Abschluss der modischen Großereignisse der vergangenen Woche von der **Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM)** durchgeführt wurde. „Hierbei handelt es sich um eine eher konservative Einschätzung. Die Konzentration der Modeevents auf nur eine Woche hat Berlin in der weltweiten Wahrnehmung als Fashion-Metropole stark voran gebracht. Die positiven ökonomischen Auswirkungen auf die Hotel- und Tourismuswirtschaft haben unsere Erwartungen übertroffen,“ sagt Burkhard Kieker, Geschäftsführer der BTM. „Bei diesem Ansturm freuen wir uns natürlich auf das nächste Treffen der Modebranche im Januar 2010.“

Insbesondere Hotels im 4- und 5-Sterne Bereich haben von der Modewoche profitiert.

Thies Sponholz, General Manager des Hotel de Rome: „Die Kombination von **Fashion Week, Bread & Butter und Premium** in diesem Sommer hat gezeigt, dass Berlin international als neue Modemetropole angenommen wurde und die große Nachfrage für die ganze Stadt hohe Durchschnittsraten ermöglichte. Mit dem Hotel de Rome haben wir uns als präferierte Adresse für die Modebranche etabliert und profitierten zudem von der Fashion Week direkt vor der Tür am Bebelplatz. Das umsatzfreudige und hochpreisige Mode-Publikum hat zudem das gesamte Hotel genutzt und so konnten wir neben einer Zimmerbelegung von 100 Prozent ebenfalls ausgezeichnete Umsätze im Veranstaltungsbereich, Restaurant und Spa verzeichnen.“

„Auch für das Ellington Hotel war die Fashionweek im Juli ein absoluter Gewinn“, freut sich Tina Palmowski, Direktorin des Hauses an der Nürnberger Straße. „Während der Fashionweek waren wir jeden Tag ausgebucht und hatten zudem die Mode-Szene in Form von verschiedenen Top-Veranstaltungen hier zu Gast. Ich freue mich über die Entwicklung Berlins als bedeutenden Austragungsort international beachteter Fashion-Events.“

Dr. Bernd Schmidt, Intendant des Berliner Friedrichstadtpalasts: „Man merkt, wie die Stadt während dieser Mode-Events förmlich vibriert. Dass wir uns dabei mit der hochklassigen MICHALSKY Show auch einmal einem völlig anderen, trendigen und hippen Publikum präsentieren konnten, war ein perfekter Glücksfall. Viele Gäste waren das erste Mal in ihrem Leben bei uns und völlig überrascht, wie „cool“ und schön doch eigentlich der Friedrichstadtpalast ist. Toll für unser Image, toll für Berlin.“

Die Synergien von Mode, Kultur und Zeitgeschichte lobt Wieland Giebel, Geschäftsführer der Buchhandlung Berlin Story: „Die Präsentation der Mauerkleider-Kollektion in unseren Schaufenstern war ein echter Hingucker und zeigt, wie gut das Zusammenspiel verschiedener Akteure wirken kann. Diese unkomplizierte und kreative Art der Zusammenarbeit ist typisch für Berlin – und für mich der Schlüssel zum Erfolg.“

Auch für die Berliner Taxi-Fahrer waren die Modemessen, laut Detlev Freutel, Vorsitzender des Taxiverbandes Berlin, Brandenburg e.V., ein Gewinn: „So eine Modewoche könnten wir das ganze Jahr gebrauchen. Großveranstaltungen wie diese, mit zahlungskräftigen Kunden aus dem In- und Ausland, sichern uns das Überleben.“

Presseinformation



Die nachhaltige Wirkung für den Modestandort Berlin steht für Burkhard Kieker im Vordergrund: „Die Modemessen sind für die Stadt nicht nur ein wirtschaftlicher Gewinn, sondern auch ein unbezahlbarer Imagegewinn, den wir mit einer Werbekampagne so kaum erzielen können. Herzlichen Dank an alle Modemacher, die Berlin als ihre Bühne entdeckt und genutzt haben, allen voran Karl-Heinz Müller mit seiner **Bread & Butter.**“

Zu Beginn des Jahres hatten der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, die Berlin Partner GmbH, der Hotel- und Gaststättenverband und die Berlin Tourismus Marketing GmbH die Bread & Butter von Barcelona nach Berlin zurück geholt. Weitere Fashionshows wie die Premium und die Mercedes-Benz-Fashion-Week verlegten ihre Termine und schlossen sich der Bread & Butter an.

(4.036 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