



## Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten **Martina Fehlner SPD**  
vom 20.07.2015

### **G7-Gipfel in Elmau: kurz- und langfristige Effekte für den Tourismus in Bayern**

Die Bilder vom G7-Gipfel am 7. und 8. Juni auf Schloss Elmau und damit auch der touristischen Attraktivität Bayerns gingen um die Welt.

Vor diesem Hintergrund frage ich die Staatsregierung:

1. Welche kurz- und langfristigen Effekte haben nach Einschätzung der Staatsregierung der G7-Gipfel und die weltweite mediale Berichterstattung über das Großereignis für den Tourismus in Bayern?
2. a) Wird der G7-Gipfel hinsichtlich seiner kurz- und langfristigen tourismus- und imagerlevanten Effekte evaluiert?  
b) Wenn ja, durch wen?  
c) Wann liegen die ersten Ergebnisse vor?
3. a) Wie viele offizielle Medienvertreter waren vor Ort in Schloss Elmau akkreditiert (bitte aufgeschlüsselt nach Medium und Herkunftsland)?  
b) In wie viele Länder fanden mediale Übertragungen zum G7-Gipfel statt?
4. Welcher Art war die Berichterstattung (positiv/negativ, welche touristischen Attraktionen wurden besonders häufig in den Vordergrund gestellt)?

## Antwort

des **Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie**  
vom 18.08.2015

Die Schriftliche Anfrage wird im Einvernehmen mit der Staatskanzlei wie folgt beantwortet:

1. **Welche kurz- und langfristigen Effekte haben nach Einschätzung der Staatsregierung der G7-Gipfel und die weltweite mediale Berichterstattung über das Großereignis für den Tourismus in Bayern?**

Jedwedes Megaevent führt kurzfristig zu einer Substituierung und tendenziellen Reduzierung der allgemeinen, regulären touristischen Nachfrage. Dies war im zeitlichen Zusammenhang mit dem G7-Gipfel nicht anders wie beispielsweise bei der FIFA-Fußball-WM 2006 oder der FIS

Alpinen Ski-WM 2011. Die hierdurch bedingte Nachfrage-lücke der Feriengäste wurde im Falle des G7-Gipfels aber durch eine Auslastungs- und Belegungsspitze deutlich überkompensiert. Durch die Unterbringung von Delegationen, Begleitpersonen, Medienschaffenden, Hilfskräften und Sicherheitspersonal war die Destination nahezu ausgebucht. Aufgrund der immensen Nachfrage nach Quartieren hat das StMWi frühzeitig für eine personelle Verstärkung der Touristinformation Garmisch-Partenkirchen als Brückenkopf für die Zimmervermittlung Sorge getragen, sodass alle Zimmervermittlungswünsche erfüllt werden konnten.

Mittel- und langfristig versprechen Megaevents dagegen einen erheblichen Imagegewinn für die jeweilige Destination. Im Falle des G7-Gipfels konnte Bayern seinen Ruf als exzellenter Gastgeber und Tourismusland Nr. 1 festigen. Ein G7-Treffen ist die Königsdisziplin des Tagungstourismus, die bayernweit über den Landkreis Garmisch-Partenkirchen hinaus einen hervorragenden Werbeeffect beschert hat. Die Bilder von Tracht und Brauchtum, bayerischer Kulinarik, die von US-Präsident Obama und Bundeskanzlerin Merkel bei der Brotzeit in Krün genossen wurde, wie auch die Bilder der Illumination von Schloss Neuschwanstein in den jeweiligen Landesflaggen der G7-Länder waren bestens geeignet, potenzielle Gäste in aller Welt für eine Reise nach Bayern zu inspirieren. Dank der hervorragenden Arbeit der bayerischen Polizei konnten sich potentielle Gäste aus Übersee ein Bild von der perfekten Gewährleistung der inneren Sicherheit machen, die bei ihrer Reiseentscheidung einen hohen Stellenwert einnimmt. Schutz und Gewährleistung der Demonstrationsfreiheit runden das positive Bayernbild international ab. Dem Vernehmen nach möchten auch zahlreiche Sicherheitskräfte, die den Landkreis bisher rein dienstlich kennenlernten, einmal dort einen Urlaub verbringen.

2. a) **Wird der G7-Gipfel hinsichtlich seiner kurz- und langfristigen tourismus- und imagerlevanten Effekte evaluiert?**

b) **Wenn ja, durch wen?**

c) **Wann liegen die ersten Ergebnisse vor?**

Eine detaillierte Evaluation der tourismus- und imagerlevanten Effekte des G7-Gipfels ist nicht vorgesehen. Die zur Verfügung stehenden Ressourcen werden vielmehr in weitere Marketingarbeit investiert. Zum einen werden die Alpenwelt Karwendel (Zusammenschluss von Krün, Mittenwald und Wallgau) und die Bayern Tourismus Marketing GmbH (by.TM) den Schwung des G7-Gipfels nutzen und mit einer Marketing- und Digitalstrategie die ausländischen Quellmärkte gezielt nachbearbeiten. Da im Landkreis Garmisch-Partenkirchen der Ausschluss Russlands vom Gipfel bei vielen russischen Gästen die Frage aufgeworfen hat, ob sie in Bayern eigentlich noch willkommen wären, wird die by.TM für den russischen Reisemarkt ein entsprechendes klarstellendes Signal geben.

Die by.TM hat Anfragen von 14 hochkarätigen Medienschaffenden aus den Gipfelländern USA, Kanada, Italien, Japan, U.K. und Frankreich im Zusammenhang mit dem G7-

Gipfel genutzt, um diesen die Schönheiten des Reiselandes Bayern nahezubringen. Eine Evaluierung von deren erfolgreicher und geplanter Berichtstätigkeit ist als Anlage 1 beigefügt.

**3. a) Wie viele offizielle Medienvertreter waren vor Ort in Schloss Elmau akkreditiert (bitte aufgeschlüsselt nach Medium und Herkunftsland)?**

Zuständig für die Akkreditierung der Medienvertreterinnen und -vertreter war allein das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Nach dortiger Auskunft wurden insgesamt 2.783 Personen akkreditiert; die Aufschlüsselung nach Medium und Herkunftsland ergibt sich aus der Anlage 2.

**b) In wie viele Länder fanden mediale Übertragungen zum G7-Gipfel statt?**

Nach Auskunft des zuständigen Presse- und Informationsamts der Bundesregierung waren laut dem für das sog. Live-Weltbild zuständigen ARD-Hauptstadtstudio etwa 100 Länder Empfänger des Weltbildsignals (kosten- und rechtfreie Bild- und Tonsignale der offiziellen Berichterstattung); eine genauere Beantwortung ist nicht möglich.

**4. Welcher Art war die Berichterstattung (positiv/negativ, welche touristischen Attraktionen wurden besonders häufig in den Vordergrund gestellt)?**

Der G7-Gipfel 2015 in Elmau war für ganz Bayern Top-Werbung und Top-Marketing. Die akkreditierten Journalisten sorgten dafür, dass Bilder und Informationen aus der Region und Bayern um die ganze Welt gingen. Die Staatskanzlei hat zusammen mit einer Agentur dieses internationale Großereignis im Vorfeld und während des Gipfels mit intensiver

Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Das weltweite Medienecho war positiv. Ob in Fernsehen oder Radio, ob in Print- oder Online-Medien: Überall war gemeinsam mit dem G7-Gipfel auch über Bayern berichtet worden.

Unter den medial besonders positionierten touristischen Attraktionen finden sich zuvorderst die weltberühmte Obama-Bank, das vom Mittenwalder Handwerker Josef Neuner gebaute Sitzmöbel, sowie das Rathaus von Krün. Das Gebirgspanorama rund um Schloss Elmau wurde ebenfalls gemeinsam mit der Hotelanlage in den Vordergrund gestellt. Dank einer Laserprojektionsaktion von Greenpeace stand auch noch das Zugspitzmassiv mit der Felswand des Waxensteins medial im Mittelpunkt.

Nicht minder wichtig waren die Bilder der bayerischen Willkommenskultur, die von unseren Gebirgsschützen und dem Bayerischen Trachtenverband ebenso wie von der einheimischen Bevölkerung authentisch den Gästen wie auch der medialen Weltöffentlichkeit vermittelt wurden. Als Botschafter Bayerns haben sie es vermocht, bayerische Lebensart, Kultur und Brauchtum sympathisch für die Weltpresse zu vermitteln.

## Anlage 1

## Aufstellung WIMI

Vorname	Nachname	Medium/Infos zu bestätigten Veröffentlichungen	Infos zu geplanten Veröffentlichungen	Veröffentlichung erfolgt	Beleg
Sophia Lucy	Dembling	The Dallas Morning News, Sonntagsauflage ca. 305.000; 360 West Magazine, 50.000 Print; Leser pro Auflage: 193.316; digital ca. 8.000 Besucher im Monat	Zwei Artikel abgegeben, NS Dokuzentrum München und Nachtwächtertour Rothenburg ob der Tauber, sind fest eingeplant, Datum noch nicht fixiert.		
Michael Alan	Connelly	Zwei Reportagen auf <b>fodors.com</b> (5 Mio. eindeutige Besucher monatlich). Zusätzlich werden die Infos in den im Mai 2016 erscheinenden Fodor Reiseführer Deutschland eingearbeitet.		<a href="http://www.fodors.com/news/photos/beyond-munich-the-best-of-bavaria">http://www.fodors.com/news/photos/beyond-munich-the-best-of-bavaria</a>	
Buce Michael	Sach	<b>Toronto Globe and Mail, Auflage 400.000 The Epoch Mail: Chinese Canadians, Chinese Americans.</b> kanadische Ausgabe Auflage 60.000, amerikanische Auflage 90.000.		Erscheinungstermin noch nicht bekannt	
Janet J.	Podbiak	<b>The News Herald</b> , 80.000 Druckauflage Online: 1 Million eindeutige Besucher pro Monat		<a href="http://www.news-herald.com/lifestyle/20150526/white-asparagus-a-german-spring-treat-should-be-enjoyed-here">http://www.news-herald.com/lifestyle/20150526/white-asparagus-a-german-spring-treat-should-be-enjoyed-here</a> <a href="http://www.news-herald.com/lifestyle/20150605/g7-summit-taking-place-in-idyllic-bavarian-valley">http://www.news-herald.com/lifestyle/20150605/g7-summit-taking-place-in-idyllic-bavarian-valley</a>	
Carole Ann	Jacobs	<b>Travelgirl magazine</b> , 150.000 (Druckauflage); Website (travelgirlinc.com). Travelgirl ist auch ein offizielles Magazin von <b>Delta Airlines</b> und liegt in allen Business-/First-class-Airline Lounges aus.		Feature in der Oktober-/November- Ausgabe von Travel Girl	
Carla Bryce	Waldemar	<b>Lavender</b> erscheint 26-mal im Jahr im Print, online, iPad, iPhone and Windows Format und erreicht 40.000 Leser pro Ausgabe, <a href="http://www.realfoodtraveler.com">www.realfoodtraveler.com</a> , 70.000, Aufl. erscheint innerhalb 2 ½ Monate nach Rückkehr	AAA Minnesota, 85.000 Auflage (ähnlich ADAC), Minnesota Good Age Bestager Magazin Auflage 100.000 und St. Paul Pioneer Press (Auflage 70.000)	<a href="http://www.lavendermagazine.com/out-scene/bravo-bavaria/">http://www.lavendermagazine.com/out-scene/bravo-bavaria/</a>	
Candyece Hornick	Stapen	<b>MD (wie "medical doctor") Magazin</b> : digital magazine. Jede Ausgabe erreicht mehr als 100.000 Ärzte. The articles would appear in June 2015, presence (links below), MD Magazine is designed for iPad and iPhone (including many photos). Articles to start in July 2015	<b>Global Traveler</b> - Artikelschwerpunkt München und Voralpen. Auflage 109.000 im Monat zusätzlich auf deren Website	Ist ein <b>Onlinemagazin</b> speziell für Smartphones und Tablets. Die einzelnen Artikel gesondert in der Anlage, da nicht über Link darstellbar.	
Barbara Stepanka	Sligl	Just for <b>Canadian Doctors</b> , Just for <b>Canadian Dentists</b> magazines. Auflage 42.000; Leserschaft (über 120.000).	<b>Westworld magazines</b> (500.000 Auflage, <b>BC Living</b> (400.000 + Seitenauflage), <b>Western Living</b> (143.770 Auflage)	Erscheinungstermin erst 2016	
<b>Italien</b>					
Dario	Bragaglia	<b>La Stampa</b> , Auflage 270.000, La Stampa (dt.: „Die Presse“) ist eine der bekanntesten und am weitesten verbreiteten italienischen Tageszeitungen. Das zur Fiat-Gruppe der Familie Agnelli gehörende Blatt erscheint in Turin.	Gambero Rosso Circulator 55.000 ursprünglich Italiens anerkanntester Weinführer, jetzt erweitert um eine Reisesparte	Erscheinungstermin steht noch aus	
Margo	Schachter	<b>La Stampa</b> , Auflage 270.000, La Stampa (dt.: „Die Presse“) ist eine der bekanntesten und am weitesten verbreiteten italienischen Tageszeitungen. Das zur Fiat-Gruppe der Familie Agnelli gehörende Blatt erscheint in Turin.		Erscheinungstermin voraussichtlich Dezember 2015	

<b>Japan</b>						
Shiho	Kudu	<b>Asahi Shimbun Digital &amp; W</b> weekly column named Eating around the world Circulation figures: 14.790.000 PV / 18.800.000 UB Planned publication dates: May or June 2015	Outlets: Sankai Shimbun Digital weekly column named Hopping around the world by RAILWAYS (only about train) Circulation figures: 14.000.000 PV / 10.000.000 UB Planned publication dates: April or May 2015	<a href="http://www.asahi.com/and_w/life/SDI2015051543961.html">http://www.asahi.com/and_w/life/SDI2015051543961.html</a> <a href="http://www.asahi.com/and_w/life/SDI2015051543961.html">http://www.asahi.com/and_w/life/SDI2015051543961.html</a>	Veröffentlichung auf deren fb Seite, 2.000 Likes und 124-mal geteilt	
<b>UK</b>						
Andrew	Eames	<b>Financial Times</b> Auflage 426.000 weltweit			Artikel in der Anlage, erschienen am 6. Juni 2015	
Matthew	Jenkin	The Guardian Online, 8 Mio. Leser pro Monat	Bayern als Beispiel für Kaderschmiede im Wintersport, aufgezeigt an den Goldrodlern Felix Loch sowie Tobias Art und Tobias Wendl. Besuch im Leistungszentrum Berchtesgaden und Interview		Artikel vorgesehen für Wintersaison 2015/16	
<b>Frankreich</b>						
Blandine	Bondier	Le Progrès Auflage 70.000 Leserschaft 204.000	Das süße Leben in Bayern aufgezeigt an München, Regensburg und Landshut		Zwei Artikel erschienen Februar und März 2015	

## Anlage 2


**Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung**

 11.06.2015  
12:15:36

**Akkreditierungstatistik (gesamt) für Anlass 201504**

Seite 1 / 6

Arabische Republik Ägypten	Medien	2	Personen	2
	Bild	2	Kameramann/-frau	1
	Online	1	Redakteur(in)	1
	Rundfunk	1		
	Sonstige	1		
	TV	1		
	Wort	2		
Australien	Medien	2	Personen	4
	Bild	2	Redakteur(in)	4
	Online	1		
	Wort	2		
Bundesrepublik Deutschland	Medien	179	Personen	1753
	Bild	137	Fotograf(in)	158
	Online	73	Kameramann/-frau	244
	Rundfunk	28	Producer	61
	Sonstige	6	Redakteur(in)	642
	TV	48	Sonstige	182
	Wort	120	Techniker(in)	466
Bundesrepublik Nigeria	Medien	4	Personen	9
	Bild	2	Fotograf(in)	2
	Rundfunk	3	Kameramann/-frau	2
	Sonstige	1	Redakteur(in)	5
	TV	4		
	Wort	2		
Dänemark	Medien	4	Personen	11
	Rundfunk	3	Kameramann/-frau	6
	TV	4	Redakteur(in)	5
Demokratische Bundesrepublik Äthiopien	Medien	3	Personen	5
	Bild	2	Fotograf(in)	1
	Online	1	Kameramann/-frau	1
	Rundfunk	2	Redakteur(in)	3
	Sonstige	1		
	TV	2		
Finnland	Medien	5	Personen	12
	Bild	1	Fotograf(in)	1
	Rundfunk	1	Kameramann/-frau	4
	TV	4	Redakteur(in)	7
	Wort	2		
Föderative Republik Brasilien	Medien	2	Personen	3
	Bild	1	Kameramann/-frau	1
	Online	1	Redakteur(in)	2
	Rundfunk	1		
	Sonstige	1		
	TV	2		
	Wort	1		
Frankreich	Medien	16	Personen	70
	Bild	8	Fotograf(in)	3
	Online	3	Kameramann/-frau	9
	Rundfunk	4	Producer	5
	Sonstige	2	Redakteur(in)	44
	TV	7	Techniker(in)	9
	Wort	10		



Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

11.06.2015  
12:15:36

## Akkreditierungstatistik (gesamt) für Anlass 201504

Seite 2 / 6

Griechenland	Medien	2	Personen	2
	Online	1	Redakteur(in)	2
	TV	2		
Großherzogtum Luxemburg	Medien	3	Personen	3
	Bild	2	Redakteur(in)	2
	Online	1	Techniker(in)	1
	TV	1		
	Wort	2		
Irak	Medien	1	Personen	4
	Bild	1	Fotograf(in)	1
	Online	1	Kameramann/-frau	1
	Rundfunk	1	Redakteur(in)	1
	Sonstige	1	Sonstige	1
	TV	1		
	Wort	1		
Irland	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Wort	1		
Islamische Republik Iran	Medien	2	Personen	5
	TV	2	Kameramann/-frau Redakteur(in)	2 3
Islamische Republik Pakistan	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Wort	1		
Italien	Medien	18	Personen	62
	Bild	12	Fotograf(in)	4
	Online	3	Kameramann/-frau	12
	Rundfunk	2	Redakteur(in)	37
	Sonstige	1	Techniker(in)	9
	TV	5		
	Wort	14		
Japan	Medien	25	Personen	198
	Bild	12	Fotograf(in)	1
	Online	5	Kameramann/-frau	35
	Rundfunk	8	Producer	1
	Sonstige	2	Redakteur(in)	146
	TV	15	Techniker(in)	15
	Wort	15		
Kanada	Medien	9	Personen	48
	Bild	7	Kameramann/-frau	2
	Online	5	Producer	2
	Rundfunk	3	Redakteur(in)	37
	Sonstige	2	Sonstige	5
	TV	3	Techniker(in)	2
	Wort	8		
Königreich Belgien	Medien	6	Personen	16
	Bild	3	Fotograf(in)	1
	Online	1	Kameramann/-frau	5
	Sonstige	1	Redakteur(in)	6
	TV	4	Sonstige	1
	Wort	2	Techniker(in)	3



Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

11.06.2015  
12:15:36

## Akkreditierungstatistik (gesamt) für Anlass 201504

Seite 3 / 6

Königreich der Niederlande	Medien	5	Personen	8
	Bild	2	Redakteur(in)	8
	Online	2		
	Rundfunk	2		
	Sonstige	1		
	TV	3		
	Wort	3		
Königreich Norwegen	Medien	3	Personen	4
	Bild	2	Fotograf(in)	1
	Online	2	Kameramann/-frau	1
	Rundfunk	2	Redakteur(in)	2
	Sonstige	1		
	TV	2		
	Wort	2		
Königreich Saudi-Arabien	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Rundfunk	1		
	Sonstige	1		
	TV	1		
	Wort	1		
Königreich Schweden	Medien	5	Personen	6
	Bild	1	Kameramann/-frau	1
	Rundfunk	2	Redakteur(in)	5
	Sonstige	1		
	TV	2		
	Wort	2		
Königreich Spanien	Medien	13	Personen	25
	Bild	4	Kameramann/-frau	4
	Online	3	Redakteur(in)	17
	Rundfunk	1	Sonstige	1
	Sonstige	1	Techniker(in)	3
	TV	7		
	Wort	7		
Kuwait	Medien	2	Personen	2
	TV	1	Redakteur(in)	2
	Wort	1		
Nepal	Medien	2	Personen	2
	Bild	2	Redakteur(in)	2
	Wort	2		
Portugiesische Republik	Medien	1	Personen	2
	TV	1	Redakteur(in)	1
			Techniker(in)	1
Republik Korea	Medien	3	Personen	3
	Bild	1	Kameramann/-frau	1
	Online	1	Redakteur(in)	2
	TV	1		
	Wort	2		
Republik Lettland	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Online	1		
	Wort	1		



Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

11.06.2015  
12:15:36

Akkreditierungstatistik (gesamt) für Anlass 201504

Seite 4 / 6

Republik Liberia	Medien	1	Personen	2
	Bild	1	Fotograf(in)	1
	Online	1	Sonstige	1
	Rundfunk	1		
	Sonstige	1		
	TV	1		
	Wort	1		
Republik Österreich	Medien	8	Personen	24
	Bild	5	Fotograf(in)	3
	Online	3	Kameramann/-frau	5
	Rundfunk	3	Redakteur(in)	10
	Sonstige	1	Techniker(in)	6
	TV	4		
	Wort	4		
Republik Polen	Medien	6	Personen	9
	Bild	3	Kameramann/-frau	2
	Online	2	Redakteur(in)	7
	Rundfunk	1		
	Sonstige	1		
	TV	3		
	Wort	2		
Republik Senegal	Medien	2	Personen	8
	Bild	2	Fotograf(in)	1
	Online	1	Redakteur(in)	2
	Rundfunk	2	Sonstige	2
	Sonstige	1	Techniker(in)	3
	TV	2		
	Wort	2		
Republik Slowenien	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Wort	1		
Republik Südafrika	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Wort	1		
Republik Türkei	Medien	3	Personen	19
	Bild	2	Fotograf(in)	2
	Rundfunk	2	Kameramann/-frau	4
	TV	2	Redakteur(in)	8
	Wort	2	Techniker(in)	5
Rumänien	Medien	1	Personen	1
	Bild	1	Redakteur(in)	1
	Wort	1		
Russische Föderation	Medien	14	Personen	47
	Bild	4	Kameramann/-frau	8
	Online	2	Producer	2
	Rundfunk	3	Redakteur(in)	34
	Sonstige	1	Techniker(in)	3
	TV	10		
	Wort	5		





Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

11.06.2015  
12:15:36

### Akkreditierungstatistik (gesamt) für Anlass 201504

Seite 5 / 6

Schweiz	Medien	5	Personen	19
	Bild	2	Kameramann/-frau	3
	Rundfunk	3	Redakteur(in)	12
	Sonstige	1	Techniker(in)	4
	TV	3		
	Wort	3		
Sozialistische Rep. Vietnam	Medien	2	Personen	4
	Bild	1	Kameramann/-frau	1
	Online	2	Redakteur(in)	3
	TV	1		
	Wort	1		
Staat Katar	Medien	1	Personen	8
	Bild	1	Kameramann/-frau	2
	Online	1	Redakteur(in)	6
	TV	1		
Tschechische Republik	Medien	3	Personen	5
	Bild	1	Kameramann/-frau	1
	Online	1	Redakteur(in)	4
	Rundfunk	1		
	TV	1		
	Wort	1		
Tunesische Republik	Medien	1	Personen	16
	Bild	1	Fotograf(in)	3
	Online	1	Kameramann/-frau	4
	Rundfunk	1	Producer	1
	Sonstige	1	Redakteur(in)	8
	TV	1		
	Wort	1		
Ukraine	Medien	4	Personen	8
	Online	2	Kameramann/-frau	4
	Rundfunk	1	Redakteur(in)	4
	TV	4		
Vereinigte Arabische Emirate	Medien	1	Personen	2
	TV	1	Redakteur(in)	1
			Techniker(in)	1
Vereinigte Mexikanische Staaten	Medien	1	Personen	1
	Rundfunk	1	Redakteur(in)	1
	TV	1		
Vereinigtes Königreich Großbritannien	Medien	31	Personen	164
	Bild	18	Fotograf(in)	6
	Online	9	Kameramann/-frau	36
	Rundfunk	5	Producer	1
	Sonstige	2	Redakteur(in)	97
	TV	18	Sonstige	3
	Wort	15	Techniker(in)	21
Vereinigte Staaten von Amerika	Medien	24	Personen	152
	Bild	15	Fotograf(in)	8
	Online	8	Kameramann/-frau	17
	Rundfunk	8	Producer	29
	Sonstige	2	Redakteur(in)	70
	TV	10	Sonstige	21
	Wort	17	Techniker(in)	7



Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

11.06.2015  
12:15:36

## Akkreditierungstatistik (gesamt) für Anlass 201504

Seite 6 / 6

Volksrepublik China	Medien	10	Personen	29
	Bild	7	Fotograf(in)	2
	Online	3	Kameramann/-frau	3
	Rundfunk	1	Redakteur(in)	23
	TV	4	Techniker(in)	1
	Wort	6		
Summe Länder: 49	Medien	441	Personen	2783
	Bild	274	Fotograf(in)	199
	Online	142	Kameramann/-frau	422
	Rundfunk	98	Producer	102
	Sonstige	35	Redakteur(in)	1283
	TV	190	Sonstige	217
	Wort	269	Techniker(in)	560