



Betreff:

öffentlich

Tourismuskonzeption 2025 für die Landeshauptstadt Potsdam

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung	Erstellungsdatum	10.01.2017
	Eingang 922:	10.01.2017

Beratungsfolge:	Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung		
Gremium		
25.01.2017		
Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam		

Beschlussvorschlag:

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

1. Die Tourismuskonzeption 2025 für die Landeshauptstadt Potsdam (gemäß Anlage) bildet die Grundlage für die weitere touristische Arbeit in Potsdam bis 2025.
2. Das angestrebte hohe Niveau der Tourismusedwicklung und des Tourismusmarketing sowie die Umsetzung der damit verbundenen Maßnahmen ist nur in enger Zusammenarbeit der Landeshauptstadt Potsdam mit der Tourismuswirtschaft sowie durch ein stärkeres personelles und finanzielles Engagement der Tourismuswirtschaft und der vom Tourismus profitierenden Wirtschaftsbereiche und Akteure zu erreichen.
3. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, dafür mit der Tourismuswirtschaft, insbesondere den touristischen Leistungsträgern, über Optionen eines stärkeren personellen und finanziellen Engagements zu verhandeln.
4. Zur Umsetzung der Tourismuskonzeption wird die Landeshauptstadt Potsdam gemeinsam mit der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) und einer Lenkungsgruppe mit Vertretern der Wirtschaft einen Arbeitsplan jeweils für die nächsten zwei Jahre erarbeiten.

Überweisung in den Ortsbeirat/die Ortsbeiräte:

Nein

Ja, in folgende OBR:

Anhörung gemäß § 46 Abs. 1 BbgKVerf

zur Information

Finanzielle Auswirkungen?

Nein

Ja

Das **Formular** „Darstellung der finanziellen Auswirkungen“ ist als Pflichtanlage **beizufügen**

Fazit Finanzielle Auswirkungen:

Die Beschlussvorlage selbst hat keine finanziellen Auswirkungen. Die Umsetzung der in der Konzeption genannten Einzelmaßnahmen ist abhängig von den zukünftigen Haushaltsplänen und steht somit unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushaltsplan der jeweiligen Jahre.

Inwieweit das von den Gutachtern empfohlene Niveau erreicht werden kann, hängt auch davon ab, in welchem Umfang die vom Tourismus profitierenden Wirtschaftsbereiche einen deutlich stärkeren Beitrag zur Realisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen leisten.

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

Geschäftsbereich 4

Berechnungstabelle Demografieprüfung:

Wirtschaftswachstum fördern, Arbeitsplatzangebot erhalten bzw. ausbauen Gewichtung: 30	Ein Klima von Toleranz und Offenheit in der Stadt fördern Gewichtung: 10	Gute Wohnbedingungen für junge Menschen und Familien ermöglichen Gewichtung: 20	Bedarfsgerechtes und qualitativ hochwertiges Betreuungs- und Bildungsangebot für Kinder u. Jugendl. anbieten Gewichtung: 20	Selbstbestimmtes Wohnen und Leben bis ins hohe Alter ermöglichen Gewichtung: 20	Wirkungsindex Demografie	Bewertung Demografie-relevanz
3	1	0	0	0	100	große

Begründung:

Mit Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 1. Juli 2015 (DS 15/SVV/0477) wurde der Oberbürgermeister beauftragt, eine neue Tourismuskonzeption für die Landeshauptstadt Potsdam zu erarbeiten und bis Ende 2016 der Stadtverordnetenversammlung vorzulegen.

Im Ergebnis eines Vergabeverfahrens erfolgte am 30. März 2016 die Auftragsvergabe an BTE – Tourismus- und Regionalberatung Partnerschaftsgesellschaft mbB, Berlin.

Die Erarbeitung des Konzeptes erfolgte in einem breiten Beteiligungsprozess. Eine Lenkungsgruppe – bestehend aus Vertretern von Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG), Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V., Kreisverband (DEHOGA), Stiftung Preußische Schlösser und Gärten (SPSG), Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. (HBB), den Sprechern der drei touristischen AGs sowie Vertretern der Fachbereiche Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung, Bereich Wirtschaftsförderung, Marketing, Kultursteuern und –marketing der Landeshauptstadt Potsdam – hat den Prozess begleitet. Darüber hinaus wurde ein erweiterter Akteurskreis im Rahmen von zwei Tourismusworkshops eingebunden. Am 19. Dezember 2016 wurden touristische Leistungsträger, Wirtschaftsvertreter und Stadtverordnete im Rahmen eines „Runden Tisches“ über die Ergebnisse der Konzeption informiert.

Stärken & Chancen / Schwächen & Risiken

Die Landeshauptstadt Potsdam verzeichnet eine positive Entwicklung der Übernachtungszahlen (+40,3 % von 2006 bis 2015) bei einer hohen Aufenthaltsdauer für ein Städtereiseziel (2,3 Tage in 2015). Der Anteil der Übernachtungen von ausländischen Gästen (11 %) ist jedoch im Vergleich mit anderen strukturell ähnlichen Städten noch sehr gering. Hier bieten sich Chancen durch gezieltes Auslandsmarketing sowie die Attraktivierung des Angebotes mehr Übernachtungen zu generieren. Mit 16,5 Mio. Tagestouristen profitiert Potsdam von der Lage nahe des Quellmarktes Berlin und einer guten Anbindung an weiter entfernte Quellgebiete.

Potsdam verfügt über ein herausragendes Kulturangebot mit dem international bekannten Schloss Sanssouci und liegt inmitten der Havelseen. Doch es gibt keine buchbaren Produkte, so dass die einmalige Verbindung von Kultur und Wasser für Touristen nicht erlebbar ist. Sehr viele Chancen bietet auch das Thema Film, denn bisher ist es noch nicht gelungen eine eindeutige Beziehung zwischen dem Filmstandort und Potsdam herzustellen.

Auffällig ist die stark ausgeprägte Saisonalität, obwohl Potsdam eine Ganzjahresdestination ist. Während vergleichbare Städte z. B. im Weihnachtsgeschäft zulegen, werden im Dezember in Potsdam nur wenige Übernachtungen generiert. Hieraus ergibt sich erhebliches Potenzial in der touristischen Vermarktung des „Weihnachtlichen Potsdams“.

Im MICE-Bereich verfügt Potsdam über viele Eventlocations sowie Kapazitäten für Tagungen und Kongresse, die zur Belebung der Vor- und Nachsaison beitragen können.

Strategie und Vision

Die vorliegende Tourismuskonzeption 2025 bildet die langfristige Strategie für die Fortführung der positiven Entwicklung des Tourismus als bedeutender Wirtschaftsfaktor in der Landeshauptstadt Potsdam. Die Strategie fokussiert sich auf die chancenreichen Themen (Profilthemen) Kultur, Wasser, Film und MICE, um sich zu profilieren. Diese Themen bieten eine hohe Attraktivität bei gleichzeitig hohem Marktpotenzial.

Als Vision bzw. Leitlinien für die zukünftige touristische Entwicklung Potsdams wurden herausgearbeitet:

Die Landeshauptstadt Potsdam...

... wird als weltoffene und tolerante „Stadt der Schlösser und Parkanlagen“ international bekannt und positioniert sich als Kulturstadt Europas.

... bietet als grüne Insel Lebensqualität für Bewohner und Besucher und Entschleunigung als Gegenpol zur Metropole Berlin.

... gilt als Filmhauptstadt Deutschlands und baut die hohe Markenbekanntheit Babelsbergs weiter aus.

... baut ihren Stellenwert als MICE-Standort (besonders für wissenschaftliche Tagungen) weiter aus und bietet passende Locations für besondere Veranstaltungen.

Im Rahmen der Konzepterstellung wurden drei mögliche Szenarien zur zukünftigen Tourismusentwicklung in Potsdam entwickelt (Vgl. Tourismuskonzeption S.123-128).

Bei Beibehaltung des derzeitigen Status Quo der Finanzierung des Tourismusmarketing (pessimistisches Szenario) wird es nicht gelingen weiteres Wachstum aus dem Tourismus zu generieren. Vielmehr sind auch hier - bei konstanter Finanzierung der PMSG - erhöhte Anstrengungen notwendig um einen Rückgang der Übernachtungen und der Aufenthaltsdauer bei stagnierender Auslandsnachfrage sowie sinkender Zahl der Tagestouristen und der daraus erzielten wirtschaftlichen Effekte zu verhindern.

Um die Entwicklung des Tourismus auf dem Niveau der letzten 10 Jahre fortzusetzen (realistisches Szenario: 4% Steigerung der Übernachtungen pro Jahr, stagnierende bis leicht steigende Auslandsnachfrage, konstante Zahl der Tagesgäste, steigender Bruttoumsatz 10% pro Jahr) oder zu verbessern (optimistisches Szenario) - bedarf es intensiverer Bemühungen und erhöhter finanzieller Aufwendungen.

Mit dem optimistischen Szenario kann bei einer klaren Profilierung kann eine stark steigende Inlandsnachfrage für Potsdam erreicht werden. Zudem werden v. a. durch Angebote im Tagungs- und Kongressbereich sowie durch Nutzung der Chancen im Monat Dezember die Vor- und Nachsaison verstärkt nachgefragt. Durch gezieltes Auslandsmarketing und die Ausrichtung auf internationale Gäste, werden auch die internationale Bekanntheit und die Auslandsnachfrage stark steigen. Die erwarteten wirtschaftlichen Effekte umfassen eine Steigerung des touristischen Brutto-Umsatzes um 17,4 % auf 876,7 Mio. Euro (ggü. 2014) sowie eine Steigerung um 17,4 % auf 18.702 Personen, die durch die touristische Nachfrage in Potsdam ein durchschnittliches Primäreinkommen (21.448 Euro pro Kopf) beziehen.

Vom Gutachter wird das optimistische Szenario empfohlen. Die touristischen Leistungsträger und beteiligten Akteure unterstützen dieses Szenario. Hochgesteckte Ziele sollen alle Akteure motivieren, sich noch stärker für eine positive Entwicklung und vermehrte wirtschaftliche Effekte zu engagieren. Die touristischen Leistungsträger und Akteure sind sich ihrer Verantwortung sich hier konzeptionell, personell und finanziell einzubringen, bewusst. Ohne ihr Engagement ist das Szenario nicht zu realisieren.

Für dieses Szenario wurden Ziele zur Tourismusentwicklung (z. B. Steigerung Übernachtungen um 7 %/a), zur Fokussierung auf chancenreiche Themen (z. B. Inszenierung der Themen Kultur und Wasser), zur Steigerung der Qualität der Infrastruktur und Angebots (z. B. Entwicklung von Produkten), zur Verbesserung der Tourismusakzeptanz sowie zum Ausbau des MICE-Standortes (z. B. Steigerung Veranstaltungsaufkommen um 9 %) entwickelt.

Im Rahmen des Beteiligungsprozesses wurden für die Erreichung der Zielstellungen Handlungsfelder (Infrastrukturentwicklung, Qualitätssicherung, Angebots- und Produktentwicklung, Kommunikation und Vertrieb sowie Organisation und Kooperation) und Querschnittsthemen (Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit, Digitalisierung und MICE), die in jedem Handlungsfeld relevant sind, herausgearbeitet und mit umsetzbare Maßnahmen untersetzt. Einzelne Maßnahmen, die in besonderem Maße zur

Zielerreichung beitragen und als zentral für die positive touristische Entwicklung der Stadt erachtet werden, wurden im Rahmen der Lenkungsgruppe als Schlüsselprojekte (Anlage) ausgewählt. Eine detailliertere Beschreibung der Schlüsselprojekte ist dem Endbericht zur Tourismuskonzeption 2025 zu entnehmen.

Die Umsetzung dieser Schlüsselprojekte sollte in der weiteren Arbeit mit hoher Priorität erfolgen. Einzelne der Schlüsselprojekte, wie z.B. die Erarbeitung einer mittelfristigen Marketingstrategie und Markenentwicklung, Überarbeitung Internetauftritt und Social Media Strategie sind bereits im Marketingplan der PMSG verankert. Maßnahmen der Verbesserung des Radverkehrs sind Bestandteil der Fortschreibung des Radverkehrskonzepts. Ausgewählte Maßnahmen zur Aktualisierung bzw. Ergänzung des touristischen Leitsystems werden 2017 im Rahmen vorhandener Budgets umgesetzt.

Organisation und Finanzierung

Die PMSG kann mit der aktuellen Ressourcenausstattung (personell und finanziell) den Aufgaben einer heutigen Tourismusorganisation nur bedingt gerecht werden. Hinsichtlich der Personalausstattung ist die PMSG zwar mit den anderen Städten vergleichbar, jedoch bindet der Betrieb von drei Tourist Informationen viele Personalressourcen. Dabei ist Potsdam die einzige Stadt im Benchmark-Vergleich, die drei Tourist Informationen hat. Bis auf Dresden mit zwei, verfügt jede der anderen Benchmarkstädte nur über eine Tourist Information.

Die Herausforderungen und Aufgaben für Tourismusorganisationen sind angesichts veränderter Kundenbedürfnisse und zunehmendem Wettbewerb in den vergangenen Jahren gewachsen. Dabei wird sich der Gästeservice und die Gästeinformation in Zukunft immer stärker auf den Online-Bereich verlagern werden und der Gast muss bereits vor der Reise „abgeholt“ und nach der Reise gebunden und nachbetreut werden. Ferner fungieren Tourismusorganisationen nicht mehr als reine Marketingplattform zur Vermittlung von Leistungen, vielmehr müssen dort die Entwicklungsprozesse innerhalb der Destination gemanagt und gemeinsam mit den Akteuren das Profil der Stadt geschärft werden. Diesen neuen Herausforderungen muss auch die PMSG gerecht werden. Dies kann mit den bisherigen personellen und finanziellen Ressourcen nicht gesichert werden. Dazu ist es notwendig, den marktorientierten und aufgabengerechten Bedarf an Personal- und Finanzressourcen für die PMSG zu ermitteln. Dabei sind auch Synergien und Schnittmengen zwischen Stadt- und Tourismusmarketing zu untersuchen.

Für eine Finanzierung der höheren Aufwendungen wird vom Gutachter für das optimistische Szenario die Einführung einer Tourismusabgabe anstelle der Bettensteuer empfohlen. Nur so ist ein Beitrag aller vom Tourismus profitierenden Wirtschaftsbereiche zu erreichen. Allein auf freiwilliger Basis ist nur von einzelnen Leistungsträgern eine Bereitschaft zur finanziellen Beteiligung an Kooperationsprojekten der PMSG und Umsetzung von Einzelmaßnahmen zu erwarten. Inwieweit das von den Gutachtern empfohlene Niveau erreicht werden kann, hängt auch davon ab, in welchem Umfang die vom Tourismus profitierenden Wirtschaftsbereiche einen deutlich stärkeren Beitrag zur Realisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen leisten.

Der aktuelle Betrauungszeitraum der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) endet am 31.12.2017. In der Tourismuskonzeption 2025 wird die Fortführung der Betrauung der PMSG empfohlen. Alternative Modelle wie die externe Vergabe von (Teil-)Leistungen an Dritte oder der Eigenbetrieb wurden geprüft, aber als nicht geeignet bewertet.

Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025

1. Umsetzungsmanagement

Zur Steuerung der Umsetzung wird eine Projektgruppe zusammengesetzt aus Vertretern der Geschäftsbereiche der Landeshauptstadt Potsdam und der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) gebildet.

Diese Projektgruppe wird einen Arbeitsplan für den Zeitraum der jeweils nächsten zwei Jahre erarbeiten. Der Arbeitsplan definiert die umzusetzenden Schlüsselprojekte und Maßnahmen sowie die organisatorische und finanzielle Verantwortlichkeiten. Dabei sind auch die für die Umsetzung seitens der Landeshauptstadt Potsdam erforderlichen finanziellen Auswirkungen zu ermitteln und im Rahmen der Haushaltsplanung 2018 ff zu klären.

Die Projektgruppe wird jährlich zum aktuellen Stand der Umsetzung im Hauptausschuss berichten.

2. Weiterführung des Beteiligungsprozesses

- 2.1 Der im Rahmen der Erarbeitung der Tourismuskonzeption intensiv geführte Dialog mit den touristischen Leistungsträgern, der Wirtschaft, den Kulturakteuren sowie allen weiteren Beteiligten soll auch in der Umsetzungsphase fortgesetzt werden. Dazu wird die bereits bewährte Lenkungsgruppe fortgeführt und weiterhin intensiv eingebunden.
- 2.2 **Regelmäßiger Dialog mit den touristischen Leistungsträgern**
Auch die touristischen Leistungsträger sollen weiterhin aktiv in die Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 eingebunden werden. Dies erfolgt zum einen im Rahmen der thematischen Arbeitsgruppen unter Federführung der PMSG. Zum anderen soll aber auch mindestens einmal jährlich der Dialog mit allen touristischen Leistungsträgern gesucht werden, um über die Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 zu berichten und Schwerpunkte der weiteren Arbeit zu diskutieren. Ziel ist es auch damit ein stärkeres Engagement der Tourismuswirtschaft und der vom Tourismus profitierenden Wirtschaftsbereiche und Akteure sowohl personell, bezogen auf einzelne Projekte aber auch finanziell zu erreichen.
- 2.3 **Tourismusbeirat**
Durch die vorgeschlagene Struktur aus Projektgruppe und Lenkungsgruppe verbunden mit der regelmäßigen Berichterstattung im Hauptausschuss wird die Fortführung des Tourismusrates explizit nicht mehr empfohlen.

3. Organisation und Finanzierung

- 3.1 Um die inhaltliche Kontinuität des Tourismusmarketings und –service zu gewährleisten und um Planungssicherheit herzustellen, werden im ersten Halbjahr 2017 die konkreten Rahmenbedingungen der Betrauung der PMSG ab 2018 (z. B. Betrauungszeitraum, Finanzausstattung, Informations- und Kontrollmechanismen) geprüft und es wird der Stadtverordnetenversammlung ein Vorschlag für die Weiterführung der Betrauung vorgelegt.
- 3.2 Der Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 3.12.2014 hat deutlich gemacht, dass ohne Engagement der touristischen Leistungsträger und der vom Tourismus profitierenden Bereiche ein höheres Niveau des touristischen Marketings nicht erreicht und gesichert werden kann. Die Zusammenarbeit der PMSG mit den Partnern und der Wirtschaft ist daher deutlich zu verbessern. Dabei geht es zunächst darum bei den touristischen Leistungsträger und der Wirtschaft eine Bereitschaft zur finanziellen Beteiligung an Kooperationsprojekten der PMSG und Umsetzung von Einzelmaßnahmen auf freiwilliger Basis zu erreichen. Sollte dies nicht ausreichen, sind weitere Optionen zu prüfen.

Anlagen:

Schlüsselprojekte

Tourismuskonzeption 2025 für die Landeshauptstadt Potsdam