



Betreff:
Touristischer Marketingplan 2018

öffentlich

bezüglich
DS Nr.: 17/SVV/0371

Erstellungsdatum	26.10.2017
Eingang 922:	20.10.2017

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Beratungsfolge:

Datum der Sitzung	Gremium
-------------------	---------

15.11.2017	Hauptausschuss
------------	----------------

Inhalt der Mitteilung:

Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

Auf der Grundlage des Beschlusses der Stadtverordnetenversammlung vom 7. Juni 2017 (DS 17/SVV/0371) wurde die Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse mit den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing sowie Tourismusinformation für die Jahre 2018 bis längstens 31.12.2027 betraut.

Damit verbunden ist auch die jährliche Erstellung eines Marketingplanes für das folgende Geschäftsjahr. Gemäß o. g. Beschluss der SVV ist dieser dem Hauptausschuss zur Kenntnisnahme vorzulegen.

Der vorliegende „Touristische Marketingplan 2018“ wurde von der Potsdam Marketing und Service GmbH unter Mitwirkung der Landeshauptstadt Potsdam erarbeitet.

Mit dem Marketingplan 2018 leistet die PMSG einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 und der darin enthaltenen Schlüsselmaßnahmen.

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

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

Fazit finanzielle Auswirkungen:

Im Wirtschaftsplan 2018 der PMSG wird ein Verlustausgleich durch die Landeshauptstadt Potsdam in Höhe von 1.606.400 Euro (netto) ausgewiesen. Die dafür erforderlichen Mittel sind im Produktkonto 5750000.5315000 mit 2.064.200 Euro im Entwurf des Haushaltsplanes 2018/2019 gesichert. Hier sind auch mögliche Umsatzsteuerforderungen des Finanzamts Potsdam berücksichtigt.

Der Zuschussbedarf für 2018 steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushaltsplan 2018/2019. Der Ansatz für die Zuschüsse an die PMSG für 2019 ist ebenfalls im Haushaltsplan 2018/2019 entsprechend veranschlagt.

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

Geschäftsbereich 4

Anlage:

- Darstellung der finanziellen Auswirkungen
- Touristischer Marketingplan 2018

Darstellung der finanziellen Auswirkungen der Mitteilungsvorlage

Betreff: Touristischer Marketingplan 2018

- 1. Hat die Vorlage finanzielle Auswirkungen? Nein Ja
- 2. Handelt es sich um eine Pflichtaufgabe? Nein Ja
- 3. Ist die Maßnahme bereits im Haushalt enthalten? Nein Ja Teilweise
- 4. Die Maßnahme bezieht sich auf das Produkt Nr. 5750000.5315000 Bezeichnung: Zuschüsse für laufende Zwecke an verbundene Unternehmen, Beteiligungen und Sondervermögen.

5. Wirkung auf den Ergebnishaushalt:

Angaben in EUro	Ist-Vorjahr	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Gesamt
. Ertrag laut Plan	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ertrag neu	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aufwand laut Plan	949.677	1.230.000	2.064.200	2.200.700	2.700.000	2.700.000	11.844.577
Aufwand neu	949.677	1.230.000	2.064.200	2.200.700	2.700.000	2.700.000	11.844.577
Saldo Ergebnishaushalt laut Plan	-949.677	-1.230.000	-2.064.200	-2.200.700	-2.700.000	-2.700.000	-11.844.577
Saldo Ergebnishaushalt neu	-949.677	-1.230.000	-2.064.200	-2.200.700	-2.700.000	-2.700.000	-11.844.577
Abweichung zum Planansatz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

5. a Durch die Maßnahme entsteht keine Ent- oder Belastung über den Planungszeitraum hinaus bis in der Höhe von insgesamt Euro.

6. Wirkung auf den investiven Finanzhaushalt:

Angaben in Euro	Bisher bereitgestellt	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Bis Maßnahmeende	Gesamt
Investive Einzahlungen laut Plan								
Investive Einzahlungen neu								
Investive Auszahlungen laut Plan								
Investive Auszahlungen neu								
Saldo Finanzhaushalt laut Plan								
Saldo Finanzhaushalt neu								
Abweichung zum Planansatz								

7. Die Abweichung zum Planansatz wird durch das Unterprodukt Nr. Bezeichnung gedeckt.

- 8. Die Maßnahme hat künftig Auswirkungen auf den Stellenplan? Nein Ja
 Mit der Maßnahme ist eine Stellenreduzierung von Vollzeiteinheiten verbunden.
 Diese ist bereits im Haushaltsplan berücksichtigt? Nein Ja
- 9. Es besteht ein Haushaltsvorbehalt. Nein Ja

Hier können Sie weitere Ausführungen zu den finanziellen Auswirkungen darstellen (z. B. zur Herleitung und Zusammensetzung der Ertrags- und Aufwandspositionen, zur Entwicklung von Fallzahlen oder zur Einordnung im Gesamtkontext etc.).

Im Wirtschaftsplan 2018 der PMSG wird ein Verlustausgleich durch die Landeshauptstadt Potsdam in Höhe von 1.606.400 Euro (netto) ausgewiesen. Die dafür erforderlichen Mittel sind im Produktkonto 5750000.5315000 mit 2.064.200 Euro im Entwurf des Haushaltsplanes 2018/2019 gesichert. Hier sind auch mögliche Umsatzsteuerforderungen des Finanzamts Potsdam berücksichtigt.

Der Zuschussbedarf für 2018 steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushaltsplan 2018/2019. Der Ansatz für die Zuschüsse an die PMSG für 2019 ist ebenfalls im Haushaltsplan 2018/2019 entsprechend veranschlagt.

Anlagen:

- Erläuterung zur Kalkulation von Aufwand, Ertrag, investive Ein- und Auszahlungen
(Interne Pflichtanlage!)
- Anlage Wirtschaftlichkeitsberechnung (anlassbezogen)
- Anlage Folgekostenberechnung (anlassbezogen)

Touristischer Marketingplan 2018



PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH
Humboldtstr. 1-2
14467 Potsdam

POTSDAM
MARKETING
UND SERVICE

Vorbemerkung

Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige in Potsdam. Die Potsdamer Kulturlandschaft mit ihren Schlössern und Parkanlagen, die natürliche und wasserreiche Landschaft sowie das historische und architektonische Erbe der Stadt sind die Grundlage für diese Erfolgsgeschichte.

Das Prädikat UNESCO-Welterbe, der Ausbau der Potsdamer Mitte, die Nähe zur Tourismusmetropole Berlin, der Ruf des Filmstudios Babelsberg und die Eröffnung des Museums Barberini sowie die Stellung Potsdams als Wissenschaftsstandort, die Kongresse und Tagungen nach sich zieht, verstärken darüber hinaus die touristische Bedeutung der Landeshauptstadt Potsdam.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH wird als städtische Gesellschaft laut Beschluss der Stadtverordnetenversammlung ab 2018 auch weiterhin die Vermarktung der touristischen und kulturellen Service- und Angebotsleistungen Potsdams für maximal zehn Jahre übernehmen. Die Jahre 2016 und 2017 waren maßgeblich durch den Aufbau einer neuen Unternehmens- und Servicestruktur, eines leistungsfähigen und qualifizierten Teams sowie durch die Optimierung von Standorten und Prozessen geprägt. Ab 2018 beginnt mit der verstärkten digitalen Vermarktung und der intensiveren Bearbeitung ausländischer Quellmärkte die nächste Stufe der touristischen Vermarktung.

Die von der Landeshauptstadt Potsdam beschlossene Tourismuskonzeption 2025 und die Realisierung der dort im optimistischen Szenario festgelegten Ziele und Maßnahmen, werden die Arbeit der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zukünftig bestimmen. Außerdem sind die Weiterentwicklung der touristischen Marke Potsdam, die Umsetzung der mittelfristigen Marketingstrategie und der darin enthaltenen digitalen Vermarktungsstrategie vordringliche Aufgaben für die Gesellschaft in den nächsten Jahren.



Raimund Jennert



Eckhard Schaaf

Geschäftsführung

PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

Inhalt

1 Ziele und touristische Marketingstrategie	1
2 Positionierung Potsdams als Tourismusdestination.....	2
2.1 Touristische Marke Brandenburg.....	2
2.2 Touristische Marke Potsdam.....	2
2.3 Jahreskampagne 2018.....	4
3 Marketing.....	5
3.1 Zielgruppen.....	5
3.2 Produktentwicklung.....	6
3.3 Vertrieb.....	8
3.4 Kommunikation und Content	9
3.5 Binnenkommunikation	11
3.6 Strategische Allianzen	12
4 Maßnahmen und Beteiligungsmöglichkeiten	14
4.1 Printpublikationen	14
4.2 PMSG Produkte.....	15
4.3 Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition	16
4.4 Serviceleistungen.....	16
4.5 Tourist Informationen/ Service Center.....	18
4.6 Internet.....	20
4.7 Messen.....	22
4.8 MICE-FAM-Trip	23
4.9 Leserreise Busblickpunkt	23
4.10 Auslandsmarketing	24
4.11 Presseaktivitäten und Newsletter	26
4.12 Gruppen Service und Tagungs Service	27
5 Wir über uns.....	29
5.1 Ansprechpartner.....	29
5.2 Allgemeine Kontakte	30
Literaturverzeichnis	32
Impressum	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zielsystem der Landeshauptstadt Potsdam	1
Abbildung 2: Markengrundsätze	7
Abbildung 3: Selfie-Station am Alten Markt.....	10
Abbildung 4: Printpublikationen der PMSG für 2018/19	14
Abbildung 5: Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition 2018.....	16

1 Ziele und touristische Marketingstrategie

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH bezieht sich bei der Erarbeitung der Ziele für das touristische Marketing auf die für die Landeshauptstadt erarbeitete Tourismuskonzeption 2025. Diese findet auch bei der strategischen Marketingplanung 2022 Beachtung und fließt in die tägliche Arbeit des Unternehmens ein. Folgende Ziele zur Weiterentwicklung des Tourismus der Landeshauptstadt Potsdam lassen sich benennen:

Positive Tourismusentwicklung

Fokussierung auf chancenreiche Themen

Steigerung der Qualität der Infrastruktur und der Angebote

Verbesserung der Tourismusakzeptanz

Ausbau des MICE-Standortes

Abbildung 1: Zielsystem der Landeshauptstadt Potsdam

Quelle: vgl. BTE, 2016, S. 109

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH versteht sich als Partner der regionalen Leistungsanbieter bei der Entwicklung von Konzepten und Produkten zur touristischen Vermarktung Potsdams. Die touristischen Akteure werden in laufende Prozesse und in die aktive Produktgestaltung eingebunden.

Die Aufgabe der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH besteht darin, eine aus der Tourismuskonzeption 2025 resultierende, mittelfristige Marketingstrategie zu entwickeln. Dies erfolgt in enger Kooperation mit der Landeshauptstadt und auf der Basis des Markenleitbildes der Landeshauptstadt Potsdam.

Darüber hinaus wird der touristische Markenentwicklungsprozess für die Landeshauptstadt Potsdam aktiv vorangetrieben. Grundlagen für die Entwicklung der touristischen Marke Potsdam wurden in der Tourismuskonzeption 2025 festgelegt. Die Markenentwicklung erfolgt in enger Abstimmung mit der Landeshauptstadt Potsdam und der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Die Zielgruppen und Erlebniswelten, welche in der Markenentwicklung für das Land Brandenburg definiert sind, spiegeln sich hier wider (vgl. TMB 2015 und BTE, 2016).

2 Positionierung Potsdams als Tourismusdestination

2.1 Touristische Marke Brandenburg

Die touristische Marke Potsdam ist Bestandteil der Markenarchitektur des Landesmarketing und somit Teil der Familienmarke Brandenburg: „**Brandenburg ist die aktive Naturbühne und kultivierte Landschaftsinszenierung Berlins am Wasser.**“

Die Marke Brandenburg wird durch drei Werte bestimmt: natürlich, kultiviert und beruhigend.

Bei der gemeinsamen Erarbeitung einer Positionierung mit touristischen Partnern im Herbst 2016 wurden folgende Erlebniswelten für die Reiseregion Potsdam definiert:

Kultur erleben

Kultur erleben steht z. B. für UNESCO-Welterbe Potsdam, Events vor historischen Kulissen und auf Naturbühnen, Preußisches Arkadien, Stadtgeschichte/Traditionen, Kunst, Film- und Industriekultur und Kulturgeschichte.

Wasser entdecken

Wasser entdecken steht z. B. für Kultur erleben mit Wasserblick, Aktiv sein auf und am Wasser, Bootsurlaub und Urlaub am Wasser.

(Vgl. TMB, 2016)

2.2 Touristische Marke Potsdam

Dementsprechend wurden auch in der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt die folgenden **Profilthemen** festgelegt (vgl. BTE, 2016, S. 128):

Kultur

- Historisch gewachsene europäische Kulturlandschaft
- UNESCO-Welterbe-Stadt mit international ausstrahlendem Highlight Schloss Sanssouci
- Zeugnisse historischer Gebäude von Preußischer Königszeit hin zur jüngeren Geschichte (20. Jh.) (vor allem preußisches Kulturerbe erlebbar)
- Vielfalt, fortwährender Wandel
- Lebendige Kunst- und Theaterszene
- Geburts-/Wirkungsstätte berühmter Persönlichkeiten

Wasser

- Die Lage inmitten der Havelseen bietet Gästen eine eindrucksvolle Kulisse mit Sichtachsen zu historischen Sehenswürdigkeiten
- Insellage der Stadt
- Mehrere Seen im Stadtgebiet
- Lage im größten europäischen Binnenwassersportrevier
- Aktive Erholung für Motorbootfahrer, Kanuten, Segler und Radler mit gut ausgebauter Infrastruktur

Film

- Größtes Filmstudio Europas
- Wiege des deutschen Films
- Seit 1912 im Fokus namhafter Filmemacher
- Filmpark Babelsberg
- Filmmuseum
- Hohe Markenbekanntheit "Babelsberg" bzw. Chance für eigene Markenbildung

MICE

- Viele besondere Eventlocations
- Hohe Wissenschaftsdichte, bedeutender Hochschulstandort, innovative ansässige Unternehmen und Institute

Die Erlebbarkeit der genannten Profilt Themen hängt maßgeblich von der vorhandenen Infrastruktur und von den touristischen Angeboten in Potsdam ab. Dabei spielen Querschnittsthemen wie Barrierefreiheit, Serviceorientierung, Qualität, Nachhaltigkeit und das Thema Digitalisierung eine entscheidende Rolle.

Um diese Profilt Themen stärker untersetzen zu können, hat die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH seit Juni 2017 mit ausgewählten Partnern der Landeshauptstadt Potsdam ein Markenprozess angestoßen. Die vorläufigen Ergebnisse dieses Prozesses lassen sich in folgende Punkte aufteilen:

- Markenidentität: Außenwirkung (z. B. Corporate Design und Wording) Wer und was sind wir? Markenwerte (z. B. Herkunft, Persönlichkeit, Organisation)
- Markenversprechen: Regieanleitung für die rationale Erlebbarkeit (Produkt, Service, Ambiente) Drehbuch für die emotionale Erfahrung (Was fühle ich? Welchen Nutzen stiftet mir die Marke?) Was bieten wir? (Was versprechen wir unseren Kunden?)

Der Diskussionsprozess wird im Frühjahr 2018 in der Erstellung eines übersichtlichen Markenhandbuchs mit Angaben zu Tonalität, Bildsprache und Markenversprechen münden. Dieser Wegweiser bildet somit die Grundlage der Zusammenarbeit mit allen touristischen Stakeholdern.

2.3 Jahreskampagne 2018

2018 feiert Potsdam „1000 Jahre und ein Vierteljahrhundert“. Dieser Anlass wird nicht als ein klassisches Jubiläum gefeiert, sondern durch das Format der bereits etablierten Jahreskampagne inszeniert. Die Landeshauptstadt Potsdam wird zu diesem Anlass Angebote zum Stadtgeburtstag schaffen. Diese sollen vor allem den Veränderungsprozess der Stadt Potsdam in den letzten 25 Jahren unterstreichen.

Wichtigste Zielgruppe der Jahreskampagne 2018 sind Potsdamer Bürger. Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH wird u. a. bei der Beratung im Service Center /Tourist Information und bei öffentlichen Stadtrundgängen auf Ausstellungen, Veranstaltungen und Events gezielt hinweisen.

Im Zeitraum vom 20. Januar (Eröffnung bei der Veranstaltung „Unterwegs im Licht“) bis Ende Dezember 2018 findet eine Foto-Freiluftausstellung an der Friedrich-Ebert-Straße, zwischen Landtag und Bildungsforum zur Potsdamer Mitte statt. Unter der Überschrift „1000 Jahre und ein Vierteljahrhundert“ und insgesamt 17 Themen wird über Stadtgeschichte und von Stadtentwicklungen der letzten 25 Jahre berichtet. Vorher-Nachher-Motive mit erläuternden Bildunterschriften sind auch Angebot für Besucher der Stadt. Ergänzend finden Veranstaltungen an unterschiedlichen Standorten im gesamten Stadtgebiet statt.

3 Marketing

3.1 Zielgruppen

In der Tourismuskonzeption 2025 wurden die Zielgruppen der Markenkonzepion der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH dahingehend untersucht, inwiefern diese zu Potsdam passen. Unter Berücksichtigung der Themenschwerpunkte Kultur, Wasser und Film (vgl. 2.1 Touristische Marke Brandenburg) sowie statistischer Daten liegt der Schwerpunkt der touristischen Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam auf folgenden Zielgruppen:

Intellektuelle Kulturliebhaber

„Ich brauche körperliche und geistige Aktivitäten, um vom Arbeitsleben abzuschalten oder meinen Ruhezustand zu genießen“. Dieses Motto bewegt die Zielgruppe der „Intellektuellen Kulturliebhaber“. Der Besuch von kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen sowie die Wahrnehmung von naturräumlichen Angeboten bilden das Spektrum ihrer Urlaubsaktivitäten. Diese Zielgruppe ist eher aktiv im Urlaub. Sie achtet auf Komfort, aber auch auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und zieht Übernachtungen in Hotels vor (vgl. TMB, 2015).

- Durchschnittlich 53 Jahre
- Paare und Singles
- Überdurchschnittliches Reisebudget
- Fordert gute, bodenständige Qualität
- Geistig belebende (und körperliche) Aktivitäten im Vordergrund (BTE, 2016, S. 117)

Genussorientierte Natururlauber

„Da ich in der termingefüllten Arbeitswoche kaum Zeit zum Durchatmen finde, gönne ich mir im Urlaub gerne eine Extraportion Natur und Bewegung – dabei darf der Genuss natürlich nicht zu kurz kommen.“ Hier erfolgt die Fokussierung auf aktivem Naturerlebnissen mit starken genussreichen Elementen. Die „Genussorientierten Natururlauber“ bevorzugen regionale Küche, mögen authentische Erlebnisse und integrieren sportliche Aktivitäten in ihren Urlaub. Sie übernachten in Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen. (vgl. TMB, 2015)

- Durchschnittlich 49 Jahre
- Paare, 2- Personen Haushalte
- Durchschnittliches Reisebudget
- Fokus auf die Bewegung in der Natur mit der Betonung von genussreichen Elementen

Qualitätsbewußte Entschleuniger

„Ich baue auf meine Erfahrungen, um Qualität zu einem angemessenen Preis in meinem Erholungsurlaub zu genießen.“ Städtereisen sind eine der bevorzugten Reisearten dieser Zielgruppe. „Qualitätsbewußte Entschleuniger“ sind Spaziergänger, die gern Naturerlebnisse mit Sehenswürdigkeiten, Shopping, Events sowie Wellness verbinden. Sie übernachten in Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen. Sie legen großen Wert auf ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis. (vgl. TMB, 2015)

- Durchschnittlich 49 Jahre
- Paare, 2- Personen Haushalte
- Durchschnittliches Reisebudget
- Entschleunigung in der Kombination mit genussreichen Elementen

Die in der Tourismuskonzeption 2025 genannten Zielgruppen wurden durch die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH neu bewertet. Die Marktforschungsergebnisse aus dem „Destination Brand 2016“ belegen, dass die Zielgruppe „Eventorientierte Smartshopper“ für die Landeshauptstadt eine eher untergeordnete Rolle spielt. Bedeutsamer sind dagegen die **Intellektuelle Kulturliebhaber, Genussorientierte Natururlauber und Qualitätsbewußte Entschleuniger**. Diese erreichen hohe Werte bei den Befragungsergebnissen.

Die Konzentration auf chancenreiche Zielgruppen und die Fokussierung auf potenzialträchtige Themen durch die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH bilden die Basis für ein zielgruppenorientiertes und erfolgreiches Themenmarketing.

3.2 Produktentwicklung

Um die Profilierung der touristischen Marke Potsdam zu forcieren und ein klares Bild der Destination zu erzeugen, wurden und werden innerhalb des touristischen Markenbildungsprozesses Leitprodukte zusammen mit Potsdamer Partnern entwickelt. **Leitprodukte** (TMB, 2015, S. 15) sind „besondere Empfehlungen“ der Marke für Gäste, die

- als Leuchttürme stellvertretend für ähnliche Angebote stehen,
- in Summe die touristischen Erfahrungen einer Reise oder eines Ausfluges bilden,
- künftigen Gästen Orientierung geben und Vorbild für Produktentwicklung sind,
- Assoziationen zur Marke schaffen und klare Bilder im Kopf der Gäste erzeugen.

Ein Leitprodukt ist eine touristische Erfahrung, die dem Gast lang in positiver Erinnerung bleiben sollte. Das Produkt ergibt sich aus der stimmigen Kombination von Kern-, Service- und Ambienteleistungen. Leitprodukte sollten folgende Attribute beinhalten, um eine Marke zu schärfen:



Abbildung 2: Markengrundsätze

Quelle: TMB; 2015, S. 18¹

Im Jahr 2017 führte die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gemeinschaftlich mit der TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH insgesamt **drei Produktworkshops** zu folgenden Themen durch:

- **Kultur am Wasser in der Verbindung mit der Pückler-Babelsberg Ausstellung (Januar 2017)**
 - Existierendes Leitprodukt: Ausstellung Pückler in Schloss und Park Babelsberg
 - Ziel: Erarbeitung von Komplementärleistungen (vor allem rund um die Anreise zur Ausstellung)
 - Ergebnisse: Entwicklung der Panorama-Radtour (verfügbar in Print und Online), in Kooperation mit der SPSG Stiftung Preußischer Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg – Erstellung einer Postkarte zum Herauslösen (Vertriebskanal: Soziale Medien - #PücklerBabelsberg sowie #PücklerGerahmt) und Beschilderung vom Anleger der weißen Flotte im Park Babelsberg zur Ausstellung

¹ Der Leitfaden zur Marke Brandenburg ist unter www.tourismusmarke-brandenburg.de einsehbar.

- **Potsdam als Filmstadt (Juni 2017)**
 - Ziel: Erlebbarkeit des touristischen Themas „Film“
 - Ergebnisse: Erstellung von 1- und 2-Tagesprogrammen rund um das Thema Film (Vermarktung ab 2018), Give-Away als Komplementärleistung, Drehorte in Potsdam digital durch PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zusammen mit der Landeshauptstadt Potsdam aufbereiten
- **Weihnachts- und Winterangebote (Oktober 2017)**
 - Ziel: Touristische Belebung der Nebensaison
 - Ergebnisse: zur Zeit des Redaktionsschlusses hat dieser Workshop noch nicht stattgefunden, Definition der Nebensaison noch offen
- Ergänzend erwägt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH im Frühjahr jeden Jahres eine feste **Informationsveranstaltung** zusammen mit der Landeshauptstadt Potsdam zu etablieren.
- Im Frühjahr 2018 führt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zwei **Produktworkshops** zu den Themen „Stadt – Land: Ausflüge ins Umland“ und „Potsdam als Filmstadt Teil II.“ durch.

In allen Produktworkshops ist sehr deutlich ein Effekt hervorgetreten: **Die intensivere Vernetzung der touristischen Partner sowie ein Austausch der Informationen und Produkte.**

Erstmalig wird Ende 2017 die Online-Vermittlung von touristischen Einzelleistungen („Bausteine“) im Rahmen des TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH Produktes „Winterauszeit-Planer Brandenburg“ begonnen. Dies wird 2018 ausgebaut. Die Vermittlung des etablierten Arrangements „Potsdam à la Card“ findet weiterhin statt.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH berät zusätzlich touristische Partner in Bezug auf On- und Offline-Vermarktung, Vertrieb der Produkte und unterstützt bei der Vernetzung der Akteure.

3.3 Vertrieb

Für den Vertrieb des touristischen Angebots der Destination Potsdam werden die folgenden Vertriebswege genutzt:

- **Tourist Informationen** mit Prospektfachaussagen für PMSG-Produkte sowie Produkte und Tickets von Potsdamer Partnern
- **Informations- und Reservierungsservice** für Individual-, Gruppen- sowie Geschäftskunden

- **Versand von Informationspaketen**
- **Websites für unterschiedliche Zielgruppen:** www.potsdamtourismus.de, www.tagen-in-potsdam.de, www.gruppenreisen-in-potsdam.de sowie die korrespondierenden englischen Domains
- **Websites Dritter:** www.potsdam.de, www.potsdamer-brandenburger-havelseen.de
- **Veranstaltungskalender** (z.B. TMB-Veranstaltungskalender, Märkische Allgemeine, Events)
- **Online-Buchbarkeit von Stadtrundgängen**
- **Messeauftritte**
- Platzierung von **Einträgen/Werbung/Anzeigen** sowohl digital als auch analog
- **Regionale Kooperationen:** TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Berlin Tourismus & Service GmbH (visitBerlin)
- **Touristische Partner/Mitgliedschaften** (z. B. Historic Highlights of Germany e.V., UNESCO Welterbestätten e.V., DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.)
- **B2B Vertragskooperationen** (z. B. SPSG Stiftung Preußischer Schlösser und Gärten)

3.4 Kommunikation und Content

Neben der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, PR-Aktionen und den verschiedenen eigenen Printpublikationen, liegt ein klarer Schwerpunkt auf der Online-Kommunikation. Über die touristischen Websites und in Form einer elektronischen Direktkommunikation mit Newslettern und Mailings erfolgt eine zielgruppenoptimierte Ansprache.

2017 wurde die Contentredaktion der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gegründet. Der Aufgabenbereich umfasst die oben genannte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Betreuung und Konzeption der Internetseiten, Inhalts- und Fotogenerierung sowie die Verantwortlichkeit für die Social Media Kanäle. Diese neue Abteilung agiert nach folgendem Grundsatz: **Content bzw. Inhalte nachhaltig und somit crossmedial nutzen.**

Beispielsweise nahmen Mitarbeiter der Contentredaktion 2017 an einer Filmstadtführung teil. Daraus wurden Inhalte für Instagram und vor allem für die Insta-Story entwickelt, Informationen auf Facebook und Twitter geteilt, ein Blogbeitrag (blog.potsdamtourismus.de) kreiert, die Points of Interest (POIs) aktualisiert und Inhalte für die Kategorie „Film“ im Reiseplaner erneuert. Die Contentredaktion führt die Vernetzung der gewonnenen Inhalte 2018 fort und baut diese zugleich aus.

In den sozialen Medien können alle Informationen auf www.potsdamtourismus.de von den Nutzern der Website auf diversen Kanälen (z.B. Facebook, Twitter, Google+) geteilt werden.

Seit 2017 besteht ein enger Austausch zwischen der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH und der Landeshauptstadt Potsdam, um die touristischen Inhalte auch über die Kanäle der Landeshauptstadt zu verbreiten.

Darüber hinaus wurde 2017 eine nachhaltige Social Media Strategie erarbeitet. Im Zuge dessen bedient die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ab sofort die folgenden Social Media Kanäle sowie Handlings:

Twitter: Potsdam Tourismus | @deinpotsdam
<https://twitter.com/deinpotsdam>

Facebook: Potsdam Tourismus | @deinpotsdam
<https://www.facebook.com/deinpotsdam/>

Instagram: Potsdam Tourismus | @deinpotsdam
<https://www.instagram.com/deinpotsdam/>

Pinterest: Potsdam Tourismus | @deinpotsdam
<https://www.pinterest.de/deinpotsdam/>

Zusätzlich werden alle Beiträge, Fotos etc. mit dem Hashtag **#deinPotsdam** und **#explorePotsdam** versehen. Um den Launch der Social Media Kanäle zu feiern und um die Hashtags zu etablieren, wurden Ende September 2017 vier Selfie-Stationen in der Landeshauptstadt installiert: Holländisches Viertel, Luisenplatz, Alter Markt sowie eine versteckte Station, die passend zur Jahreskampagne 2017 „Stadt trifft Kirche“ ausgewählt wurde. 2018 werden weitere Selfie-Stationen befestigt.

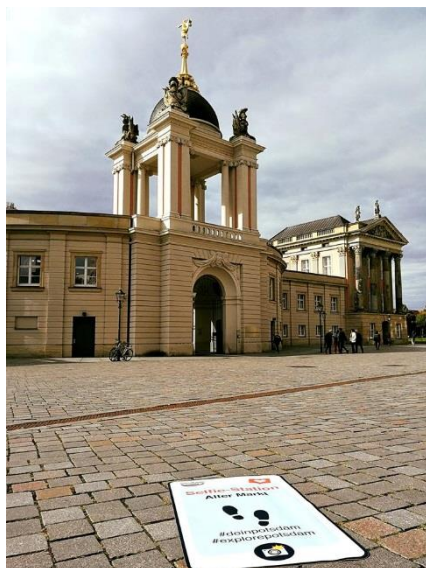


Abbildung 3: Selfie-Station am Alten Markt

Quelle: PMSG

Für 2018 wird zudem „YouTube“ als Videokanal in die Social Media Aktivitäten der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eingebunden. Dafür wird die Erstellung mehrerer kleiner Imagefilme anvisiert.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH vermarktet die von der Landeshauptstadt Potsdam entwickelte App „**itour Potsdam**“. Mit dem Download der App kann sich der Gast mit dem eigenen mobilen Endgerät durch Potsdam führen lassen. Die App ist über den Google Playstore sowie über iTunes seit Spätsommer 2017 in den Sprachen Deutsch und Englisch verfügbar. Die App wird 2018 aktiv in den verschiedenen Kanälen vermarktet.

Ansprechpartnerin für die Internetauftritte der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist Anne Robertshaw.

3.5 Binnenkommunikation

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH beteiligt touristische Akteure an der Entwicklung von Strategien und Produkten. Bis 2016 wurden touristische Partner über die drei Arbeitsgruppen (AG Kultur, AG Gruppen- und Individualtourismus und AG MICE) in die Arbeit und die Entwicklung der PMSG einbezogen. Die Sprecher der AG Christine Handke (Filmmuseum), Mario Kade (Kades Restaurant am Pfingstberg) und Jutta Braun (Kongresshotel) waren stellvertretend auch in der Steuerungsgruppe der Tourismuskonzeption 2025 vertreten und sind weiterhin Mitglieder in der Arbeitsgruppe zur Realisierung der Tourismuskonzeption 2025.

Die AG haben seit Gründung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH immer gemeinsam getagt. In diesem Format hatten die Sitzungen reinen Informationscharakter. Um intensiver mit Partnern zu arbeiten oder neue Unternehmen für die Mitarbeit zu gewinnen, ist dieses Format nicht mehr ausreichend. Dafür definiert die Tourismuskonzeption 2025 ein Bündel von Maßnahmen, um die Beteiligung der Partner an der Arbeit der PMSG zu erhöhen: weitere Arbeitsgruppen, Produktworkshops, Beteiligung an der Marketingplanung, etc.:

Produktworkshops

Die PMSG führt 2018 weitere Produktworkshops durch. Dabei werden konkrete Themen im Vorfeld gesetzt und gezielt Partner eingeladen. Diese Arbeitstreffen dienen der Unterstützung der Vernetzung der Partner, der Bündelung von Angeboten und haben die markenkonforme Produktentwicklung von Leitprodukten zum Ziel. Die aus diesen Workshops erarbeiteten Ergebnisse werden Stück für Stück umgesetzt. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf der Nachhaltigkeit.

Erarbeitung Tourismusmarke Potsdam

In Form von Kreativ- und Positionierungs-Werkstätten wurden 2017 die wichtigsten Elemente einer touristischen Markenarchitektur und Markenstrategie erarbeitet, die sich im Einklang mit der Marke Potsda befindet. Ausgehend von den Ergebnissen des Positionierungsprozesses und der Tourismusmarke Brandenburg wird eine „Marken-Architektur“ für die Standort- und Tourismusmarke Potsdam entwickelt. Im Zuge dieser Entwicklung wurden die Marken-Identität und das Marken-Versprechen gemeinsam aus Sicht der Beteiligten, Interessensträger aber vor allem auch aus Sicht der Gäste, Besucher, Einwohner, Institutionen und Unternehmen, identifiziert.

Dokumentation und Visualisierung der Marken-Architektur

Ein „Marken-Handbuch“ wird die Vision, die Werte und das Leitbild der Marken-Architektur verständlich, sympathisch und leicht lesbar aufbereiten. Dies macht die Marke „anschlussfähig“ und ermöglicht den Beteiligten und Akteuren in Potsdam eine einfache Ausrichtung an den Markengrundsätzen der Stadt. Die Konzeptionierung und Realisierung durch einen externen Experten ist für 2018 angedacht.

Partnernewsletter

Seit Januar 2017 werden quartalsweise aufbereitete touristische Informationen an die Partner der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH versendet. Die Anmeldung für den Newsletter erfolgt über: www.potsdam-marketing.de/marketing/.

3.6 Strategische Allianzen

Für die Erreichung der Marketingziele nutzt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eine Reihe von Mitgliedschaften und Kooperationen. Besondere Bedeutung kommt hierbei der Zusammenarbeit mit touristischen Partnern, der Landeshauptstadt Potsdam, der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und der Berlin Tourismus und Kongress GmbH (visitBerlin) zu.

Mitgliedschaften

- Deutscher Tourismus Verband e.V.
- Historic Highlights of Germany e.V.
- Landestourismusverband Brandenburge.V.
- UNESCO-Welterbestätten e.V.².

Kooperationen/Netzwerke

- Netzwerk „Aktiv in der Natur“

² Die Landeshauptstadt Potsdam ist Mitglied im Verein.

- „W.I.R.“ Wassertourismusinitiative Revier Potsdamer und Brandenburger Havelseen

Partnerschaften

- Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V., Kreisverband Potsdamer Kulturlandschaft
- DZT – Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.
- ERFA-Gruppe der Potsdamer Hotels
- Potsdam Guide e.V.
- Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- Tourismusverband Potsdam e.V.

Deutscher Städtetag

Der Deutsche Städtetag ist die Stimme der Städte und der kommunale Spitzenverband der kreisfreien sowie der meisten kreisangehörigen Städte in Deutschland. Als Solidargemeinschaft der Städte vertritt er die Idee der kommunalen Selbstverwaltung gegenüber Bund, Ländern, Europäischer Union, staatlichen und nichtstaatlichen Institutionen sowie Verbänden. Seine Arbeit und Dienstleistungen orientiert der Deutsche Städtetag vor allem an den Anforderungen und Interessen der unmittelbaren Mitgliedsstädte sowie ihrer Bürgerinnen und Bürger.

Herr Raimund Jennert, Geschäftsführer der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH, ist seit Oktober 2017 Vorsitzender der Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag. Dieser tagt zweimal im Jahr. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.staedtetag.de>.

4 Maßnahmen und Beteiligungsmöglichkeiten

4.1 Printpublikationen

Geplante Maßnahmen in 2018	Format	Sprache	Auflage	Erscheinungs-termin	Gültigkeit
Reiseplaner 2019	Broschüre	DE/EN	25.000	Dez 2018	1 Jahr
Begleitheft (mit Routen) 2019	Broschüre	DE und EN	tbd.	Dez 2018	1 Jahr
Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition 2019	Booklet	DE/EN	tbd.	Dez 2018	1 Jahr
Stadtrundgänge in Potsdam 2019	Flyer	DE/EN	50.000	Dez 2018	1 Jahr
TMB Winterauszeit-Planer Brandenburg 2018/2019	Broschüre	DE	tbd.	Okt 2018	½ Jahr

Abbildung 4: Printpublikationen der PMSG für 2018/19

Quelle: Eigene Darstellung

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH bietet touristischen Partnern die Beteiligung an verschiedenen Printpublikationen an. Im Jahr 2018 werden der jährlich neu erscheinende Reiseplaner und parallel dazu das Begleitheft mit dem Angebot verschiedenener Routen den entsprechenden Partnern angeboten. Dabei dient der Reiseplaner dem Individualgast zur Reisevorbereitung. Das Begleitheft ist zur Nutzung vor Ort, also in Potsdam, der ideale Begleiter durch die Darstellung verschiedener, individuell erlebbarer Routen. Zudem enthält die Broschüre auch einen abtrennbaren Stadtplan, der dem Individualgast zur Orientierung dient.

Wie in Abbildung 4 dargestellt, ist die Beteiligung an der Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition mit touristischen Angeboten möglich. Das Produkt beinhaltet neben einem Stadtplan und rabattierten Angeboten von touristischen Partnern aus Berlin und Potsdam auch das ABC Ticket des öffentlichen Nahverkehrs.

Die geführten Stadtrundgänge in der Landeshauptstadt Potsdam werden in einem Flyer gesammelt dargestellt und dienen dem individuellen Gast als Informationsquelle.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH nutzt zusätzlich das Angebot der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und beteiligt sich als Destination an Printpublikationen wie dem Winterauszeit-Planer Brandenburg 2018/2019. Darüber hinaus produziert die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH auch weitere Printprodukte, jedoch ohne Beteiligungsmöglichkeiten für touristische Partner (beispielsweise den Flyer mit Veranstaltungshöhepunkten).

Für Gäste bietet die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH Printpublikationen der Landeshauptstadt Potsdam im Servicebereich an: Imagebroschüren in drei Sprachen, Imageflyer in neun Sprachen, den Flyer Potsdamer Mitte, den Flyer Weihnachtliches Potsdam und Veranstaltungsbroschüren für die Jahreskampagne.

Ansprechpartnerin für Printpublikationen der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist Christiane Schalk.

4.2 PMSG Produkte

Für die konkrete Vermarktung erstellt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ergänzend zu den vielfältigen Angeboten der touristischen Leistungsanbieter gemeinsam mit Partnern für 2018 auch eigene Produkte und Angebote.

Öffentliche Stadtrundgänge

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH bietet über das Jahr hinweg verschiedene öffentliche Stadtrundgänge an. Diese sind über das online-Reservierungssystem Reservix, telefonisch über das touristische Service Center oder vor Ort in den Tourist Informationen buchbar. Folgende öffentliche Stadtrundgänge sind für 2018 geplant:

Klassiker

- Stadtrundgang – Potsdam zum Kennenlernen (ehemals Altstadttrundgang, Neue Uhrzeit: ganzjährig, 11 Uhr)
- Babelsberg – Filmstars, Villen, Weltgeschichte
- Potsdamer Hinterhöfe – Anekdoten und Geschichten

Schlösser, Parks & Wasser

- Wandeln in der Galerie des Königs – Spaziergang im Park Sanssouci
- Vom Garten zur Insel – Spaziergang entlang der Havelpromenade

Rundgänge an Feiertagen

- Potsdamer Wintergeschichten
- Neujahrsspaziergang 2018

Jahreskampagne der Landeshauptstadt Potsdam: „1000 Jahre und ein Vierteljahrhundert“

- Thematische Führungen in Potsdamer Stadtteilen
- Termin: jeden 3. Samstag im Monat um 15 Uhr
- Informationen in Form eines Flyers und Online

Ansprechpartner für die öffentlichen Stadtrundgänge der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sind Mathilda Müller und Nannette Neitzel.

4.3 Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition

Die Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition wird in Kooperation mit der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) angeboten. Der Vertrieb erfolgt über die Berliner und Potsdamer Tourist Informationen, die Verkaufsstellen der Verkehrsbetriebe Potsdam (ViP), das touristische Service Center der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sowie in ausgewählten Berliner und Potsdamer Hotels. Zusätzlich ist die WelcomeCard 2018 online über www.potsdamtourismus.de erwerbbar sowie über die Vertriebskanäle der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin).



Abbildung 5: Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition 2018

Quelle: Berlin Tourismus & Kongress GmbH, 2017

Die Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition beinhaltet das ÖPNV Ticket im Tarifbereich Berlin ABC. Es werden sechs verschiedene Preis- und Gültigkeitsstufen angeboten. In der Leistung der WelcomeCard ist zudem ein Booklet inkl. Stadtplan für Berlin und Potsdam inbegriffen.

Ansprechpartnerin für die WelcomeCard ist Christiane Schalk.

4.4 Serviceleistungen

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH betreibt einen Servicebereich, bestehend aus den Tourist Informationen, dem Service Center und dem Gruppen Service. Hier können gebündelt Informations- und Buchungsleistungen für touristische Angebote in Anspruch genommen werden.

Tourist Informationen

An den drei Standorten in Potsdam haben Besucher die Möglichkeit, sich über das touristische Angebot der Destination zu informieren und Buchungen für touristische Leistungsangebote (Unterkünfte, Veranstaltungstickets, Erlebnisangebote) wahrzunehmen.

Im Hauptbahnhof

Bahnhofspassagen

Am Alten Markt

Humboldtstraße 1

Am Luisenplatz (saisonal geöffnet)

Luisenplatz 3



Als Mitglied des Deutschen Tourismus Verbands e.V. (DTV) hat die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH alle drei Standorte vom DTV mit der „**i-Marke**“ prüfen und auszeichnen lassen. Diese Auszeichnung berechtigt dazu, mit dem vom DTV markenrechtlich geschützten weißen „i“ auf rotem Grund zu werben.

Im Jahr 2017 wurde darüber hinaus für die gesamte PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH die **ServiceQualität Deutschland** Stufe 1 erlangt. Die Initiative ServiceQualität Deutschland ist ein bundesweit bereitgestelltes, dreistufiges System zur schrittweisen Verbesserung von Dienstleistungen und Angeboten anhand praxisorientierter Instrumente. Diese nutzt die PMSG um die Qualität des Unternehmens kontinuierlich zu optimieren und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Telefonisches Service Center

Mündliche und schriftliche Informations- und Reservierungsanfragen bearbeitet das Service Center der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Im Rahmen eines Dienstleistungsauftrages ist das Service Center zudem für den Besucherservice des Museums Barberini zuständig. Die Erreichbarkeit ist von Montag bis Freitag: 09:00 – 19:00 Uhr sowie Samstag, Sonntag und an Feiertagen: 09:00 – 15:00 Uhr gewährleistet.

Kontakt

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99

Fax: +49 (0)331 275 58 58

E-Mail: info@potsdamtourismus.de

Ansprechpartner für die Tourist Informationen und das Service Center sind Stefanie Weißflog und Janine Loyal.

4.5 Tourist Informationen/ Service Center

Rubrik	Beteiligung	Kosten (zzgl. MwSt.)
Prospektfachaussage in den Potsdamer Tourist Informationen	Belegung eines Prospektfaches in allen Tourist Informationen: <ul style="list-style-type: none"> • Mietdauer ab 1-4 Monate • Mietdauer ab 5-11 Monate • Mietdauer ab 12 Monate 	115,00 € / Monat 95,00 € / Monat 75,00 € / Monat
	Belegung ab zwei Prospektfächern in allen Tourist Informationen: <ul style="list-style-type: none"> • Mietdauer ab 1-4 Monate ab 2 Fächer • Mietdauer ab 5-11 Monate ab 2 Fächer • Mietdauer ab 12 Monate ab 2 Fächer 	100,00 € je Fach / Monat 80,00 € je Fach / Monat 60,00 € je Fach / Monat
	Belegung eines Prospektfaches in allen Tourist Informationen für Leistungsanbieter, die eines der folgenden drei Kriterien erfüllen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Gemeinnützigkeit 2. Kleinunternehmerregelung gemäß § 19 UStG 3. Einzahlung in die Marke Potsdam (Geschichte, Film, Wissenschaft, Lebensqualität - siehe Tourismuskonzeption Potsdam 2025) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mietdauer ab 1-4 Monate • Mietdauer ab 5-11 Monate • Mietdauer ab 12 Monate 	57,50 € / Monat 47,50 € / Monat 37,50 € / Monat
	Belegung ab zwei Prospektfächern in allen Tourist Informationen: <ul style="list-style-type: none"> • Mietdauer ab 1-4 Monate ab 2 Fächer • Mietdauer ab 5-11 Monate ab 2 Fächer • Mietdauer ab 12 Monate ab 2 Fächer 	50,00 € je Fach / Monat 40,00 € je Fach / Monat 30,00 € je Fach / Monat

	Prospektfach für Potsdamer Veranstaltungen mit Provisionsregelung (mind. 10 %) und Online-Ticketvertrieb	Kostenfrei
Infopaketversand	Beilage zum Infopaket der PMSG	0,20 € pro Flyer pro ausgesandtem Infopaket
Bildschirmpräsenz in den Potsdamer Tourist Informationen	<p><i>Angebot A</i> (Angebot mit Standbild): 1 - 6 Monate für Ticketpartner aus Potsdam und Umland, Leistungsanbieter inkl. Gastronomie aus Potsdam und Umland</p> <p><i>Angebot B</i> (Exklusives Angebot mit Stand- oder Bewegbild): 1-3 Wochen für touristische Leistungsanbieter aus Potsdam</p>	<p>60,00 € - 550,00 €</p> <p>60,00 € - 160,00 €</p>
Produkte in den Potsdamer Tourist Informationen	<p>- Vertrieb von regional- und potsdamtypischen Produkten</p> <p>- Für 2018 ist der Vertrieb von PMSG-Merchandise-Artikeln geplant: Regenponchos, Kaffeebecher, Schlüsselbänder, Kugelschreiber, Schneekugeln, Tassen</p>	Auf Anfrage (Kommissions- oder Provisionsabrechnung)
Übernachtungsanbieter	Eingabe der Stammdaten ins Buchungssystem nach abgeschlossenem Vermittlungsvertrag	Kostenfrei
	Darstellung und Buchbarkeit der angebotenen Leistungen über alle relevanten Vertriebskanäle der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH	10% Provision vom Endpreis für jede erfolgreich vermittelte Buchung
	Anschluss an den Brandenburger Buchungsverbund sowie weiterer Vertriebskanäle wie bestfewo.de	Kostenfrei, für Buchungen fällt die vereinbarte Provision an
Anbieter von touristischen Bausteinen	Darstellung und Buchbarkeit der angebotenen Leistungen über alle relevanten Vertriebskanäle der PMSG	10 % Provision vom Endpreis des Bausteins für jede erfolgreich vermittelte Buchung

4.6 Internet

Die Online Marketing Aktivitäten der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH soll zukünftig stärker ausgebaut werden. Bisher bestehen folgende Angebote:

Rubrik	Beteiligung	Kosten (zzgl. MwSt.)
Veranstaltungsdatenbank	Eingabe von bis zu 10 Veranstaltungen pro Jahr	Kostenfrei
	Eingabe ab 11 bis 50 Veranstaltungen	200,00 €
	5 Änderungen auf 50 Veranstaltungen Mehr als 5 Änderungen	Kostenfrei 15,00 € je angefangene Arbeitsstunde
	Platzierung einer Veranstaltung auf der Startseite www.potsdamtourismus.de	100,00 € je Veranstaltung für eine Woche
Headerbilder	Integration des Headerbildes auf ausgewählten Seiten von www.potsdamtourismus.de ; www.tagen-in-potsdam.de oder auf www.gruppenreisen-in-potsdam.de	30,00 € / Monat (mind. 3 Monate)
Eintrag von Tagungshotels, Tagungsstätten und Eventlocations auf www.tagen-in-potsdam.de	Eintrag mit Kontaktdaten, Website, Beschreibungstext, bis zu 10 Bilder	150,00 € / Jahr
DAMAS Brandenburg- Informationsdatenbank	Dateneingabe (Text und Bild)	Kostenfrei
	Top-Einträge auf ausgewählten Seiten auf www.potsdamtourismus.de	200,00 € / Halbjahr
Übernachtungsangebote über www.potsdamtourismus.de	Angabe der Website des Übernachtungsanbieters	100,00 € / Jahr
Touristische Angebote über www.potsdamtourismus.de	Platzierung von redaktionellen Beiträgen des touristischen Angebots eines Leistungsanbieters	Auf Anfrage
Blogeintrag auf www.potsdamtourismus.de	Platzierung eines Blogbeitrags über einen Potsdamer Lieblingsort mit persönlicher Nennung und	Kostenfrei

	Abbildung (keine Eigenwerbung möglich)	
Potsdam Newsletter	Platzierung eines Artikels	80,00 €
Landingpage Tourist Informationen der Landeshauptstadt	Besondere Erwähnung einer Veranstaltung oder eines Partners	50,00 € / Monat
Internationale Vermarktung der Übernachtungsangebote, touristische Bausteine oder Tagungstätten	Übersetzung pro Leistung ins Englische	Einmalig 80,00 €

Unter der bereits etablierten Domain **www.potsdamtourismus.de** betreibt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ein touristisches Informations- und Buchungsportal für die Destination Potsdam. Die Inhalte des touristischen online Portals werden auf Deutsch angeboten. Das technische Design ist barrierefrei optimiert und responsive, d.h. die Ausgabe ist auf unterschiedlichsten Geräten (PC, Tablet, Smartphone) möglich.

Als wichtiger Bestandteil des Auslandsmarketings der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gilt die englische Webseite **www.potsdam-tourism.com**. Die Vorbereitungen zum Relaunch dieser Website können Ende 2017 beginnen. In der ersten Jahreshälfte 2018 wird die neue Seite im gleichen Design wie www.potsdamtourismus.de veröffentlicht.

Die Inhalte der derzeitigen Website **www.gruppenreisen-in-potsdam.de** (Stand: August 2017) werden auf **www.potsdamtourismus.de** übertragen. Die Domain **www.gruppenreisen-in-potsdam.de** bleibt im Bestand der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Diese wird weiter auf **www.potsdamtourismus.de** geleitet.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH setzt 2018 einen Relaunch der Seite **www.tagen-in-potsdam.de** um.

Unter **www.potsdam-marketing.de** betreibt das Unternehmen eine Partnerwebsite. Sie richtet sich an touristische Leistungsanbieter und bietet die Möglichkeit, sich über aktuelle Beteiligungsmöglichkeiten, Termine, die Ergebnisse der Arbeitsgruppensitzungen sowie Presseaktivitäten zu informieren. Neben den Kontaktdaten und den Öffnungszeiten des Service Centers, der Tourist Informationen und des Gruppen Service sind auch alle Ansprechpartner der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH auf dieser Webseite zu finden. Für 2018 wird die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH diese Website verstärkt für die Binnenkommunikation nutzen und bereits Anfang des Jahres ein **Online-Fotoarchiv** den touristischen Partnern sowie Journalisten und Bloggern zur Verfügung stellen.

In Zusammenarbeit mit der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH erarbeitet die „Durch die Stadt GmbH“ einen **interaktiven, digitalen Potsdam-Rundgang**. Das Besondere an diesem Konzept ist, dass sich die ortsansässigen Unternehmen am Marketing beteiligen können und sich bei Interesse selber in diesem Stadtrundgang präsentieren dürfen. Ziel der Kooperation ist es, den interaktiven 360° Stadtrundgang mit Daten aus der von der PMSG gepflegten Datenbank und 360° Stadtpanoramen der touristischen Ziele und Sehenswürdigkeiten zu kombinieren. Die Präsentation dieses Stadtrundganges wird über mindestens zwei verschiedene Webseiten erfolgen:

- www.durchdiestadt.de
- www.potsdamtourismus.de bzw. www.durchpotsdam.de

In den **Tourist Informationen** wird ab 2018 kostenfreies WLAN für die Besucher zur Verfügung stehen. Die Grundlagen hierfür wurden bereits Ende 2017 geschaffen. Die erste Seite, die der Besucher sieht (sogenannte Landingpage) wird die Potsdamer POIs inklusive Veranstaltungen und Unterkünfte beinhalten.

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH rief 2017 ein Projekt mit dem Namen „**Digitalisierung touristischer Touchpoints**“ ins Leben. Zusammen mit weiteren touristischen Partnern begleitet die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH dieses Vorhaben seit Beginn. Ziel ist es, alle Daten aus den verschiedensten vorliegenden Systemen zu bündeln und in einer Cloud-Lösung auszulesen. Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH hat vor, diese Lösung u.a. durch noch nicht vorhandene digitale Touchscreens in den **Tourist Informationen** einzusetzen.

Ansprechpartnerin für die Internetauftritte der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist Anne Robertshaw.

4.7 Messen

ITB Berlin 2018

Termin: 07. – 11.03.2018

Ort: Berlin

Zielgruppe: Endverbraucher und Fachpublikum

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (300,00 € zzgl. MwSt.)

Brandenburg-Tag

Termin: 25. – 26.08.2018

Ort: Wittenberge

Zielgruppe: Endverbraucher

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (49,00 € zzgl. MwSt.)

Neben diesen beiden Messen beteiligt sich die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH durch die Inanspruchnahme eines Prospektservices und/oder durch personelle Beteiligung mit verschiedenen Kooperationspartnern auf unterschiedlichen Messen wie der IRMA (Internationale Reha- und Mobilitätsmesse mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH), usw.

Ansprechpartnerin für Messekooperationen ist Christiane Schalk.

4.8 MICE-FAM-Trip

FAM-Trips dienen dazu, Partner der Reiseindustrie mit der Destination Potsdam vertraut zu machen und nach Potsdam einzuladen. Sie werden von der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gemeinsam mit Potsdamer Partnern geplant und durchgeführt. Ziel ist es, die Produktkenntnis der Reiseveranstalter über Potsdam und somit den Vertrieb zu verbessern.

Termine: Organisation und Durchführung kommt nur auf Anfrage von mindestens 6 touristischen Partnern zustande.

Ort: Potsdam

Art: Site inspection

Zielgruppe: MICE

Beteiligungsmöglichkeit: nach Absprache

Kosten pro Termin: Beteiligung durch Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsanbieter

Ansprechpartnerin ist Nannette Neitzel.

4.9 Leserreise Busblickpunkt

Gemeinsam mit dem Fachmagazin Busblickpunkt führt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eine Leserreise für Busveranstalter durch (inkl. Teilnehmermanagement, zwei redaktionelle Beiträge im Busblickpunkt). Ziel ist es, die Nachfrage für Gruppenreisen nach Potsdam zu stärken.

Termin: Februar 2018 (genauer Termin steht noch nicht fest)

Ort: Potsdam

Art: Leserreise

Zielgruppe: Gruppenreiseveranstalter

Beteiligungsmöglichkeit: Anmeldungen sind noch möglich bis zum 15.01.2018

Kosten: Eigenanteil an Gesamtkosten sowie Beteiligung durch Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsanbieter

Ansprechpartnerin ist Nannette Neitzel.

4.10 Auslandsmarketing

Es ist eine enge werbliche Zusammenarbeit, insbesondere für die Bearbeitung der ausländischen Märkte, mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH geplant. Zusätzlich sind eigene Maßnahmen in definierten Auslandsmärkten für das Jahr 2018 definiert: Maßnahmen werden insbesondere im Online-Marketing durchgeführt, vor allem mit der DZT. Primäre Quellmärkte für die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sind die Niederlande mit mehr als 5.000 Ankünften, Spanien mit mehr als 4.000 Ankünften, USA, Großbritannien, Dänemark, Polen und die Schweiz mit je mehr als 3.000 Gästeankünften in 2016 (vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg).

GTM Germany Travel Mart™

Der größte Incoming-Workshop für das Reiseland Deutschland findet vom 6. bis 8. Mai 2018 in Dresden statt. Deutsche Anbieter treffen mit den entscheidenden Einkäufern der internationalen Reisebranche zusammen. Ziel der PMSGTeilnahme ist, Kontakte aufzubauen und zu pflegen, um zu erreichen, dass Potsdam in die Programme der internationalen Reiseveranstalter aufgenommen wird. Dadurch sollen mehr ausländische Übernachtungen in Potsdam generiert werden.

Historic Highlights of Germany e.V.

Der Verein Historic Highlights of Germany vereint 17 historisch bedeutsame Destinationen Deutschlands unter einem Dach (Stand: Juli 2017). Potsdam als Historic Highlight beteiligt sich u.a. im Marketingausschuss des Vereins und ist somit an der Gestaltung von strategischen Marketingmaßnahmen in ausgewählten Auslandsmärkten beteiligt.

Für das Jahr 2018 ist die erneute Aufnahme der City Card Kampagne geplant, bei der Touristen durch die Vorlage des German Rail Passes einen Rabatt von 10% auf die Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition erhalten.

Weiterhin werden die Historic Highlights of Germany durch Presseaktivitäten, Workshops, Newsletter, Broschüren usw. ihre Werbemaßnahmen in den Märkten China, Japan, UK und USA weiter ausbauen. Schwerpunkt für die nächsten Jahre ist das Thema Kulinarik.

Darüber hinaus ist ein Relaunch der Webseite www.historicgermany.travel geplant, um die touristischen Angebote der einzelnen Städte deutlicher hervorzuheben und somit auch als Vertriebsplattform zu fungieren.

UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.

Der „UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.“ zielt darauf ab, die 42 deutschen Welterbestätten (Stand: August 2017) bekannter zu machen und deren Qualitäten herauszustellen. Potsdam als UNESCO-Welterbestätte wird auf der Webseite www.unesco-

welterbe.de und in den Printpublikationen des Vereins dargestellt sowie durch geplante Werbemaßnahmen in ausgewählten Auslandsmärkten wie USA, UK, Japan und Italien transportiert. Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist zudem als Mitglied im Marketingausschuss des Vereins vertreten.

Zusätzlich beteiligt sich die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gemeinsam mit der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg an dem durch die EU-Kommission finanzierten UNESCO-Projekt **World Heritage Journeys**. Potsdam ist ein bedeutender Bestandteil der geplanten royalen Route „Royal Europe“. Insgesamt nehmen neun europäische Welterbestätten an der royalen Route teil. Es gibt zudem drei weitere „Journeys“: Ancient Europe, Underground Europe und Romantic Europe. Im Jahr 2017 fanden hierzu bereits zwei Workshops statt. Die in diesem Zusammenhang generierten redaktionellen Inhalte wurden „National Geographic“, welche das Projekt vermarkten, zugearbeitet. Launch des Projektes ist im April 2018.

DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. Niederlande

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH beteiligt sich an den Aktivitäten der Arbeitsgemeinschaft Oranierroute gemäß Oranierroute-Marketingplan 2018 (Werbegemeinschaft unter der Federführung der DZT Niederlande). Darüber hinaus strebt das Unternehmen eine Kooperation mit dem Jan Bouman Haus in Potsdam an, um das Jubiläum „20 Jahre Oranierroute“ im Jahr 2018 in den Vordergrund zu stellen.

Marketingmaßnahmen werden durch den Verein in erster Linie in den sozialen Medien sowie über Newsletter und Mailings kommuniziert.

Prospektservice der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg - Messebeteiligungen 2018

Bei einer Vielzahl von Messen im Ausland ist die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH vertreten. Eine Beteiligung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist in Form von Prospektauslagen für ausgewählte Messen geplant (Stand September 2017 - Änderungen vorbehalten):

- Vakantiebeurs Utrecht (NL) (09.01. – 14.01.2018)
- Ferien Wien (A) (11.01. – 14.01.2018)
- Messe „grenzenlos“ St. Gallen (CH) (19.01. – 21.01.2018)
- FESPO Zürich (CH) (25.01. – 28.01.2018)
- Tour Salon Poznan (PL) (09.02. – 11.02.2018)
- Ferie for alle Herning (DK) (23.02. – 25.02.2018)
- For Bikes Prag (CZ) (06.04. – 08.04.2018)
- Picknick an der Oder Stettin (PL) (Mai 2018)
- Messe Opole (PL) (26. – 28. Mai 2018)

- Meerestage Stettin (PL) (Juni 2018)
- Vagabond Kopenhagen (DK) (Oktober 2018)

Städtepartnerschaft

In Kooperation mit der Landeshauptstadt Potsdam werden touristische Produkte Potsdams im Rahmen der Freizeit- und Tourismusmesse in Opole (Polen) jährlich im Frühjahr vorgestellt.

Ansprechpartnerin für das Auslandsmarketing ist Christiane Schalk.

4.11 Presseaktivitäten und Newsletter

Für Medienvertreter und Reisefachredaktionen werden gezielte Informationen und Angebote auf der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH Webseite bereitgestellt sowie ein intensiver Kontakt aufgebaut und gepflegt. Weiterhin werden regelmäßig Newsletter und Pressemitteilungen an Pressekontakte versendet.

Pressebereich auf der Webseite

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH unterstützt Journalisten bei ihren Recherchen zu Potsdam unter potsdam-marketing.de/presse/. Auf der Webseite können sich Journalisten für den Newsletter der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH anmelden und somit in den Presseverteiler aufgenommen werden.

Zusätzlich stellt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH umfangreiche Pressemappen inklusive Reiseplaner und informativen Printprodukten sowie Recherchematerialien und weiterführenden Pressekontakten aus Potsdam zur Verfügung.

Aktuelle Presstexte sowie ergänzende Pressemitteilungen touristischer Partner über Potsdam werden zur freien Verfügung auf Deutsch und Englisch auf der Webseite veröffentlicht. Auch Links zu Statistiken und ein Fotonutzungszugang sind integriert.

Beteiligungsmöglichkeit: Zulieferung von Presstexten in DE/EN

Kosten: 50,00 € pro Pressemitteilung für 6 Monate zzgl. MwSt.

Pressereisen

Die Durchführung von Pressereisen nach Potsdam erfolgt in enger Abstimmung mit touristischen Partnern der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH, der Landeshauptstadt Potsdam, der DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. und der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Aktuelle Informationen zu Pressereisen der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sind auf www.potsdam-marketing.de/presse zu finden.

Über das ganze Jahr hinweg werden individuelle Pressereiseanfragen unter presse@potsdamtourismus.de entgegen genommen und organisiert. Insbesondere in den Sommermonaten ist eine erhöhte Nachfrage zu spüren. Für April 2018 ist eine thematische Pressereise, wie bereits in den Jahren zuvor, mit max. 10 Teilnehmern geplant. Dabei stehen die individuelle Betreuung der Journalisten vor Ort und eine attraktive Aufbereitung des Rahmenprogramms in Potsdam im Vordergrund.

Beteiligungsmöglichkeit: Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsanbieter

Kosten: auf Anfrage

Redaktioneller Beitrag in der punkt 3 (DB Regio)

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH liefert alle zwei Wochen für die Zeitung punkt 3 (DB Regio) eine 1/3 Seite mit redaktionellem Inhalt. Partner können sich mit touristischen Veranstaltungen oder Highlights beteiligen. Weitere Informationen sind unter www.potsdam-marketing.de/marketing/ zu finden.

Beteiligungsmöglichkeit: Angebot A (Text bis zu 350 Zeichen mit Foto, Angabe Internetseite)

Kosten: 110,00 € zzgl. MwSt.

Beteiligungsmöglichkeit: Angebot B (Text bis zu 350 Zeichen, Angabe Internetseite)

Kosten: 80,00 € zzgl. MwSt.

Ansprechpartnerin für den Pressebereich ist Anne Robertshaw.

4.12 Gruppen Service und Tagungs Service

Ansprechpartner speziell für Gruppenreisen nach Potsdam ist der Gruppen Service der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Es werden Anfragen von Reiseveranstaltern, Privatpersonen und Vereinen bearbeitet. Zu den Aufgaben gehören:

- Hotelvermittlungen und Abendveranstaltungen
- Organisation von Programmen, Tagesfahrten, Mehrtagesfahrten
- Vermittlung von Stadtrundfahrten, thematischen Rundgängen
- Vermittlung von Transfers und Busanmietung

Kontakt

Gruppen Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 50

Fax: +49 (0)331 275 58 59

E-Mail: gruppen@potsdamtourismus.de

Internet: www.gruppenreisen-in-potsdam.de

Der Tagungs Service ist der Ansprechpartner für Tagungen, Incentives und Meetings in Potsdam der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Zu den Aufgaben gehören:

- Vermittlung von Übernachtungen, Catering, Rahmenprogrammen
- Vermittlung von Locations und Tagungsstätten
- Organisation von besonderen Events
- Organisation von Abendveranstaltungen
- Vermittlung von Stadtrundfahrten & thematischen Rundgängen
- Vermittlung von Transfers und Busanmietungen

Kontakt

Tagungs Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 54

Fax: +49 (0)331 275 58 59

E-Mail: tagen@potsdamtourismus.de

Internet: www.tagen-in-potsdam.de

Beteiligungsmöglichkeit: Integration von provisionsfähigen Gruppenbausteinen für die Vermittlung durch den Gruppen Service und Tagungs Service

Kosten: 10 % Provision für jede erfolgreich vermittelte Buchung

Ansprechpartnerin ist Mathilda Müller.

5 Wir über uns

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist seit dem 1. Januar 2016 mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing sowie Tourist Informationen betraut.

Am 07.06.2017 hat die Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam die Weiterbetrauung des Unternehmens ab 2018 bis längstens zum 31.12.2027 beschlossen. Durch diesen Beschluss ist für die kommenden zehn Jahre eine kontinuierliche und strategisch ausgerichtete Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam im touristischen Sinne möglich.

Die Finanzierung der Vermarktung der Tourismusdestination Potsdam wird, soweit der Aufwand nicht durch Erlöse der Gesellschaft gedeckt werden kann, durch die Landeshauptstadt Potsdam durch einen Verlustausgleich in Form eines Zuschusses gesichert.

Die Biosphäre Potsdam GmbH ist die Tochtergesellschaft der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH und übernimmt für die PMSG als Dienstleistung die Buchhaltung und das Personalmanagement.

Organe der Gesellschaft sind die Gesellschafterversammlung und die Geschäftsführung. Für die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist, unter Berücksichtigung von saisonalen Schwankungen, ein Personalstamm von ca. 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern notwendig.

Weiterhin arbeitet die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH mit freiberuflichen Honorarkräften und selbständigen Unternehmern zusammen, dazu zählen auch ca. 55 Gästeführerinnen und Gästeführer, die Besucher der Destination Potsdam in zwölf Sprachen betreuen.

5.1 Ansprechpartner

Folgende Ansprechpartner stehen Ihnen bei der PMSG zur Verfügung:

Raimund Jennert

Geschäftsführer

Telefon: +49 (0)331 275 58 15

E-Mail: raimund.jennert@potsdamtourismus.de

Eckhard Schaaf

Geschäftsführer

Telefon: + 49 (0)331 550 74 0

E-Mail: e.schaaf@biosphaere-potsdam.de

Nannette Neitzel

Prokuristin

Leitung Marken- und Produktmanagement

Telefon: +49 (0)331 275 58 17

E-Mail: nannette.neitzel@potsdamtourismus.de

Anne Robertshaw

Leitung Contentredaktion und E-Commerce

Telefon: +49 (0)331 275 58 18

E-Mail: anne.robertshaw@potsdamtourismus.de

Christiane Schalk

Leitung Marketing

Telefon: +49 (0)331 275 58 19

E-Mail: christiane.schalk@potsdamtourismus.de

Stefanie Weißflog

Leitung Tourismusservice

Personal und Qualitätsmanagement

Telefon: +49 (0)331 275 58 20

E-Mail: stefanie.weissflog@potsdamtourismus.de

Janine Loyal

Leitung Tourismusservice

Einkauf und Vertrieb

Telefon: +49 (0)331 275 58 14

E-Mail: janine.loyal@potsdamtourismus.de

Mathilda Müller

Leitung Gruppen Service/ Tagungs Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 54

E-Mail: Mathilda.Mueller@potsdamtourismus.de

5.2 Allgemeine Kontakte

Service Center

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99

E-Mail: info@potsdamtourismus.de

Gruppen Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 50

E-Mail: gruppen@potsdamtourismus.de

Tagungs Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 54

E-Mail: tagen@potsdamtourismus.de

Presse

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99

E-Mail: presse@potsdamtourismus.de

Meldung zum Veranstaltungskalender

E-Mail: veranstaltung@potsdamtourismus.de

Literaturverzeichnis

Publikationen

BTE Tourismus- und Regionalberatung (2016): Tourismuskonzeption 2025 für die Landeshauptstadt Potsdam. Landeshauptstadt Potsdam, Potsdam

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2016): *Präsentation Markenentwicklungsworkshop*, 19.9.2016 in Potsdam

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2015): *Tourismus. Marke. Brandenburg. Neue Tourismusmarke in 36 Minuten verstehen.* Potsdam

Internetseiten

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2017): Gäste, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in den Beherbergungsbetrieben Potsdams Januar bis Dezember 2016 nach Herkunftsländern, Berlin, www.statistik-berlin-brandenburg.de (abgerufen am 28.07.2017)

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (2016): www.visitberlin.de/de (abgerufen am 15.09.2017)

Impressum

Herausgeber:

PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

Im Unternehmensverbund ProPotsdam

Humboldtstraße 1-2

14467 Potsdam

Sitz der Gesellschaft: Potsdam

Geschäftsführung: Eckhard Schaaf, Raimund Jennert

Amtsgericht Potsdam, HRB 19271 P

Steuernummer 046/126/00584

Stand: Oktober 2017

Bildnachweis: Nikolaikirche © PMSG

Betraut von der
Landeshauptstadt
Potsdam

