



67. öffentliche/nicht öffentliche Sitzung des Hauptausschusses

Gremium: Hauptausschuss
Sitzungstermin: Mittwoch, 15.11.2017, 17:00 Uhr
Ort, Raum: R. 280 a, Stadthaus

Tagesordnung

Öffentlicher Teil

- 1 **Eröffnung der Sitzung**

- 2 **Feststellung der Anwesenheit sowie der ordnungsgemäßen Ladung / Feststellung der öffentlichen Tagesordnung/ Entscheidung über eventuelle Einwendungen gegen die Niederschriften des öffentlichen Teils der Sitzungen vom 11.10.2017 und vom 01.11.2017**

- 3 **Überweisungen aus der Stadtverordnetenversammlung**
 - 3.1 Mustergesellschaftsvertrag **17/SVV/0037** Fraktion DIE LINKE
 - 3.2 Mustergesellschaftsvertrag **17/SVV/0763** Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
 - 3.3 Potsdam seniorengerecht gestalten **17/SVV/0452** Fraktion CDU/ANW
 - 3.4 Sicherheitspartnerschaft in Potsdam **17/SVV/0637** Fraktion CDU/ANW
 - 3.5 Information über den aktuellen Stand der kommunalen Kriminalitätsprävention gemäß Beschluss: 16/SVV/0719 Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
 - 3.6 Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der Bürgerbeteiligung **17/SVV/0863** Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

- 4 Mitteilungen der Verwaltung**
- 4.1 Touristischer Marketingplan 2018
17/SVV/0854
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 4.2 Berichterstattung zum Stand der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025
17/SVV/0856
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 4.3 Schulentwicklungsplanung - 8. Sachstandbericht
17/SVV/0865
Oberbürgermeister, Fachbereich Bildung und Sport
- 5 Sonstiges**

Nicht öffentlicher Teil

- 6 Feststellung der nicht öffentlichen Tagesordnung / Entscheidung über eventuelle Einwendungen gegen die Niederschriften des nicht öffentlichen Teils der Sitzungen vom 11.10.2017 und vom 01.11.2017**
- 7 Betrieb eines Fachberatungsdienstes Migrationssozialarbeit für die Landeshauptstadt Potsdam und der Stadt Brandenburg an der Havel
17/SVV/0862
Oberbürgermeister, Fachbereich Soziales und Gesundheit
- 8 Unterbringung und Betreuung von Flüchtlingen in den Gemeinschaftsunterkünften (GU) und im Wohnungsverbund (WVB)
17/SVV/0864
Oberbürgermeister, Fachbereich Soziales und Gesundheit
- 9 Mitteilungen der Verwaltung**
- 9.1 Angelegenheiten städtischer Unternehmen
- 9.2 Gesellschafterversammlung der ProPotsdam GmbH - Wirtschaftsplan 2018 der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG)
17/SVV/0855
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 10 Sonstiges**



Stadtverordnetenversammlung
der
Landeshauptstadt
Potsdam

Antrag

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0037

öffentlich

Betreff:

Mustergesellschaftsvertrag

Einreicher: Fraktion DIE LINKE

Erstellungsdatum 09.01.2017

Eingang 922:

Beratungsfolge:

Datum der Sitzung

Gremium

Zuständigkeit

25.01.2017

Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam

Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Die Stadtverordnetenversammlung spricht sich dafür aus, die Rechte der Aufsichtsräte städtischer Unternehmen zu stärken.

Im Mustergesellschaftsvertrag ist zu regeln, dass die Kompetenzen zur Bestellung und Abberufung von Geschäftsführenden städtischer Gesellschaften und die Kompetenzen zum Abschluss, zur Änderung und zur Beendigung von deren Anstellungsverträgen auf den Aufsichtsrat übertragen werden.

Der Oberbürgermeister wird beauftragt zu prüfen, welche weiteren Kompetenzen von der Gesellschafterversammlung auf den Aufsichtsrat übertragen werden können.

Das Ergebnis der Prüfung ist der Stadtverordnetenversammlung im Juni 2017 vorzulegen.

gez. Dr. Hans-Jürgen Scharfenberg
Fraktionsvorsitzender

Unterschrift

Ergebnisse der Vorberatungen
auf der Rückseite

Beschlussverfolgung gewünscht:

Termin:

Demografische Auswirkungen:

Klimatische Auswirkungen:

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

Begründung:

Nach der erneuten Diskussion über Entscheidungsprozesse und Kontrollmechanismen in städtischen Unternehmen sollten die Aufsichtsräte als kollektive Gremien zur Beratung und Überwachung der Geschäftsführungen gestärkt werden.

Das ist auch deshalb angebracht, weil sich die Mitglieder der Aufsichtsräte in der Regel aus der Stadtverordnetenversammlung, dem Gesellschafter der Unternehmen, rekrutieren.

Um dieses Ziel zu erreichen, sollten Kompetenzen und Aufgaben von der Gesellschafterversammlung auf den Aufsichtsrat verlagert werden.



**Landeshauptstadt
Potsdam**
Der Oberbürgermeister

Mitteilungsvorlage

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0763

Betreff:
Mustergesellschaftsvertrag

öffentlich

bezüglich
DS Nr.: 17/SVV/0037

Erstellungsdatum	28.08.2017
Eingang 922:	29.09.2017

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Beratungsfolge:

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

11.10.2017	Hauptausschuss
------------	----------------

Inhalt der Mitteilung: Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

Gemäß Drucksache Nr. 17/SVV/0037 ist am 22.02.2017 ein Auftrag an den Oberbürgermeister durch den Hauptausschuss ergangen, wonach zu prüfen ist, wie die Rechte der Aufsichtsräte städtischer Unternehmen gestärkt und Kompetenzen der Gesellschafterversammlung, wie z.B. die Bestellungen und Abberufungen von Geschäftsführenden etc. auf den Aufsichtsrat übertragen werden können mittels Änderung des Mustergesellschaftsvertrages der Landeshauptstadt Potsdam. Über das Ergebnis soll im Hauptausschuss berichtet werden.

Die Prüfung durch die Verwaltung, einen externen Sachverständigen und die Kommunalaufsicht ergab zusammenfassend Folgendes:

- Es ist festzustellen, dass eine weitere Verlagerung von Entscheidungskompetenzen der Gesellschafterversammlungen gemäß gültigem Mustergesellschaftsvertrag auf die Aufsichtsräte der städtischen Unternehmen zu einer Schwächung der Rechte der Stadtverordnetenversammlung (SVV) und des Oberbürgermeisters sowie zu einer von der Landeshauptstadt Potsdam (LHP) unabhängigeren und am wirtschaftlichen Interesse der Beteiligungsunternehmen orientierten Unternehmensführung führen würde.
- Darüber hinaus sind die Bestellungen und Abberufungen von Geschäftsführenden städtischer Unternehmen als wichtige unternehmerische Entscheidungen grundsätzlich an den Beschluss durch die Gesellschafterversammlung zu binden. Eine Verlagerung dieser Beschlusskompetenz auf die Aufsichtsräte scheidet aus kommunalrechtlichen Gründen aus.

Die Veränderung der gegenwärtigen Entscheidungsstrukturen und Verantwortlichkeiten durch eine generelle Stärkung der Stellung der Aufsichtsräte würde eine einheitliche Leitung der Beteiligungsunternehmen im Gesamtinteresse der LHP erheblich erschweren. Eine Durchsetzung des Gesamtinteresses der LHP in den Beteiligungsunternehmen durch die SVV bzw. den Oberbürgermeister wäre nur noch unter erheblich erschweren Bedingungen möglich.

Fortsetzung der Mitteilung auf Seite 3

Fortsetzung der Mitteilung von Seite 1:

- Die Stärkung der Position von Aufsichtsräten gefährdet die In-House-Fähigkeit von Unternehmen. Der EuGH hat entschieden, dass umfangreiche oder autonome Leitungsbefugnisse eines Verwaltungsrats (Aufsichtsrats) die In-House-Fähigkeit ausschließen können (EuGH-Urteil „Econcord“ vom 29.11.2012 Az:C-182/11 und C-183/11).

Das v.g. Prüfungsergebnis fußt auf folgenden Analysen und Aspekten:

Historie/Ausgangslage:

Der Oberbürgermeister wurde von der SVV der LHP gemäß Drucksache Nr. 05/SVV/0518 vom 02.11.2005 beauftragt, Grundregeln für die Steuerung und Kontrolle städtischer Unternehmen in privater Rechtsform der SVV vorzulegen.

Daraufhin wurden die Leitlinien guter Unternehmensführung - Public Corporate Governance Kodex - für die Beteiligungen an privatrechtlichen Unternehmen der LHP (Kodex) entwickelt und als Entwurf allen Beteiligten (Stadtverordnete/Fraktionen, Unternehmen, Mitgesellschaftern, RPA u.v.m.) zur Beratung und Diskussion vorgelegt

In dem sich anschließenden Diskussionsprozess wurden auch die Aspekte der Drucksachen Nr. 06/SVV/0650 und 06/SVV/0894 einbezogen.

Die SVV beschloss nach Abschluss des langen und intensiv geführten Diskussionsprozesses am 02.04.2008 mit der Drucksache 08/SVV/0061 die Leitlinien guter Unternehmensführung - Public Corporate Governance Kodex - für die Beteiligungen an privatrechtlichen Unternehmen der LHP (Kodex).

Dem Kodex, welcher auf der Basis entsprechender Gesellschafterbeschlüsse durch die städtischen Eigengesellschaften und Mehrheitsbeteiligungen verbindlich anzuwenden ist, wurden ergänzende Unterlagen/Anlagen beigefügt. So auch ein Mustergesellschaftsvertrag, der bei der Ausgestaltung von Gesellschaftsverträgen/Satzungen der städtischen Unternehmen und Beteiligungen als Orientierung dienen soll, da die Anwendung eines Mustergesellschaftsvertrages ein wichtiges Instrument der einheitlichen Steuerung des umfangreichen Beteiligungsportfolios der LHP darstellt.

Bereits bei der Erstellung des v.g. ersten Mustergesellschaftsvertrages der LHP ist als Kernstück zur Sicherung der Weisungs- und Richtlinienkompetenz der SVV an die Vertreter/innen der Gemeinde in der Gesellschafterversammlung ein umfangreicher Zustimmungskatalog der Gesellschafterversammlung im Regelwerk implementiert worden, dem entsprechende Empfehlungen der jeweiligen Aufsichtsräte (Überwachungsorgane) - soweit gebildet - vorausgingen.

Vor dem Hintergrund öffentlicher Berichte in 2011 über Vorgänge in der mittelbaren städtischen Beteiligung Energie und Wasser Potsdam GmbH hat der Oberbürgermeister auf der Grundlage des SVV-Beschlusses vom 01.06.2011 (Drucksache Nr. 11/SVV/0477) eine Kommission zur Erarbeitung von Transparenzregeln in städtischen Unternehmen (Transparenzkommission) eingesetzt.

Die Kommission setzte sich aus Vertretern/Vertreterinnen aller Fraktionen der SVV, Verwaltung, Transparency International Deutschland e.V., externen Experten sowie Geschäftsführenden ausgewählter städtischer Unternehmen (diese mit Gaststatus) zusammen. Den Vorsitz führte die damalige Ombudsfrau der LHP.

Die Transparenzkommission hatte folgenden Auftrag:

- Untersuchung der Gesellschaftsstruktur der städtischen Holdinggesellschaften
- Erarbeitung eines Vorschlages zur Neustrukturierung und Organisation bei der Bestellung von Aufsichtsräten mit dem Ziel der Entflechtung zwischen Gesellschafterstellung, Geschäftsführung und Aufsichtsrat
- Erarbeitung von Vorschlägen zur Herstellung von Transparenz hinsichtlich Sponsoring und Spenden durch kommunale Unternehmen
- Erarbeitung eines Vorschlags zu Complianceregelungen in städtischen Unternehmen

Die Transparenzkommission kam im Zeitraum vom 21.06.2011 bis 13.12.2011 zu 13 Sitzungen zusammen und befasste sich eingehend mit den o.g. Themenkomplexen.

Im Januar 2012 legte die Kommission unter der Drucksache Nr. 12/SVV/0056 einen Schlussbericht (zzgl. Minderheitenvoten und Anlagen) mit entsprechenden Empfehlungen der SVV vor.

Diese Empfehlungen wurden in Form eines überarbeiteten Mustergesellschaftsvertrages, der Erstellung von Richtlinien zur Bestellung von Geschäftsführenden und zum aktiven und passiven Sponsoring/Compliance sowie der Erarbeitung eines Handlungskataloges für Aufsichtsräte städtischer Unternehmen von der Verwaltung umgesetzt und der SVV jeweils zur abschließenden Entscheidung vorgelegt.

So wurde auch der seit 2008 angewandte erste Mustergesellschaftsvertrag der LHP gemäß den Empfehlungen der Transparenzkommission geändert bzw. ergänzt und am 30.01.2013 (Drucksache Nr. 12/SVV/0827) durch die SVV beschlossen.

Dieser überarbeitete Mustergesellschaftsvertrag vom 30.01.2013 sieht neben den Empfehlungen der Transparenzkommission unter Berücksichtigung der Regelungen der BbgKVerf vor, dass alle wesentlichen Entscheidungen in der Gesellschafterversammlung gefasst werden, welche - soweit ein Aufsichtsrat beim jeweiligen Unternehmen gebildet wurde - zuvor i.d.R. im Überwachungsorgan beraten und der Gesellschafterversammlung Empfehlungen dazu vom Aufsichtsrat gegeben werden.

Durch einen entsprechenden umfangreichen Zustimmungskatalog der Gesellschafterversammlung im Mustergesellschaftsvertrag soll der SVV auch die tatsächliche Möglichkeit gegeben werden, dem Hauptverwaltungsbeamten/der Hauptverwaltungsbeamtin bzw. den Vertretern/Vertreterinnen der Gemeinde in der Gesellschafterversammlung gemäß § 97 Abs. 1 Satz 6 BbgKVerf Richtlinien und Weisungen zu erteilen und ihren Einfluss entsprechend geltend zu machen.

Entwicklung/Sachstand:

Ergänzend zum o.g. Mustergesellschaftsvertrag, der sukzessive bei den Unternehmen und Beteiligungen der LHP umgesetzt wurde und wird, ist zwischenzeitlich bei den Gesellschaftsverträgen der städtischen Konzernunternehmen Stadtwerke Potsdam GmbH, ProPotsdam GmbH und Klinikum Ernst von Bergmann gGmbH auf der Basis von entsprechenden SVV-Beschlüssen eine Regelung implementiert worden, nach der die Bestellungen und Abberufungen der Geschäftsführenden sowie Abschluss, Änderung, Aufhebung und Kündigung der Anstellungsverträge der Geschäftsführenden erst nach vorheriger Empfehlung durch den jeweiligen Aufsichtsrat in der Gesellschafterversammlung abschließend beschlossen werden. Somit werden die Aufsichtsräte der v.g. Konzerngesellschaften vor einer Entscheidung der Gesellschafterversammlung in diesen Angelegenheiten in den Prozess mit eingebunden.

Die letztendlich maßgebliche Entscheidungskompetenz obliegt hierbei in Anlehnung an § 46 Nr. 5 GmbHG allerdings dem Gesellschafter. Soweit die SVV von ihrem kommunalrechtlichen Weisungs- und Richtlinienrecht Gebrauch macht, kann sie auf die Entscheidung des Gesellschafters Einfluss nehmen.

Neben zahlreichen eigenen Beschluss- und Zustimmungskompetenzen der Aufsichtsräte gemäß aktuellem Mustergesellschaftsvertrag der LHP beraten die Aufsichtsräte der großen Konzerngesellschaften der LHP nunmehr alle zustimmungspflichtigen Angelegenheiten der Gesellschafterversammlungen, bevor die Gesellschafterversammlungen dazu Beschlüsse fassen.

Ferner sieht die von der SVV am 02.05.2012 (Drucksache Nr. 12/SVV/0228) beschlossene Richtlinie zur Beteiligung der SVV an der Auswahl der Geschäftsführer/innen in städtischen Unternehmen (Richtlinie Geschäftsführer) vor, dass der Hauptausschuss vor der Beschlussfassung der Gesellschafterversammlung über beabsichtigte Bestellungen von Geschäftsführenden zu informieren und einzubeziehen ist. Auch hiermit soll die Weisungs- und Richtlinienkompetenz der SVV durch die Einbeziehung des Hauptausschusses bei dieser wesentlichen Angelegenheit gesichert werden.

Mit der v.g. Richtlinie Geschäftsführer wurde der Beschluss Drucksache Nr. 11/SVV/0491 vom 31.08.2011 (Beteiligung der Stadtverordnetenversammlung an der Auswahl der Geschäftsführer in städtischen Beteiligungen) umgesetzt, wonach zur Neubesetzung von Geschäftsführerposten in städtischen Beteiligungen ein transparentes Verfahren entwickelt und die Beteiligung der SVV garantiert werden sollte.

Die städtische Richtlinie Geschäftsführer wird seit der Beschlussfassung durch die SVV am 02.05.2012 konsequent angewendet.

Prüfung der Stärkung der Rechte der Aufsichtsräte:

Soweit in städtischen Unternehmen und Beteiligungen der LHP, die als GmbH firmieren, Aufsichtsräte als Überwachungsorgane gebildet wurden, handelt es sich um fakultative Aufsichtsräte.

Bereits die Transparenzkommission befasste sich 2011 eingehend mit den Möglichkeiten, die Stellung der fakultativen Aufsichtsräte der unmittelbaren und mittelbaren Unternehmen der LHP zu stärken, da den Aufsichtsräten eine herausragende Rolle bei der Kontrolle der Unternehmen der LHP zukomme.

Unter anderem wurde empfohlen, den Aufsichtsräten weitgehende Informationsrechte einheitlich einzuräumen und diese in den Gesellschaftsverträgen zu verankern. Diese Empfehlung fand neben anderen Eingang in den aktuellen Mustergesellschaftsvertrag.

Im Rahmen des o.g. Prüfauftrages wurde ein externer Sachverständiger hinzugezogen, um erneut fundiert die Thematik der Stärkung der Rechte des Aufsichtsrats in Beteiligungsunternehmen der LHP zu prüfen.

Es wurden dabei die Möglichkeiten der Übertragung von Kompetenzen von der Gesellschafterversammlung auf den Aufsichtsrat untersucht sowie die sich daraus ergebenden Konsequenzen.

Im Ergebnis der Prüfung durch Rechtsanwalt Dr. Kai Mertens (Kanzlei Squire Patton Boggs LLP / Berlin) ist festzustellen, dass eine Verlagerung von Entscheidungskompetenzen der Gesellschafterversammlungen gemäß gültigem Mustergesellschaftsvertrag auf die Aufsichtsräte der städtischen Unternehmen teilweise rechtlich zwar möglich wäre, **strukturell jedoch zu einer Schwächung der Rechte der SVV und des Oberbürgermeisters sowie zu einer von der LHP unabhängigeren und am wirtschaftlichen Interesse der Beteiligungsunternehmen orientierten Unternehmensführung führen würde.**

Wie eingangs erwähnt, kommt der externe Sachverständige zu der Feststellung, dass durch die gegenwärtigen Entscheidungsstrukturen und -verantwortlichkeiten eine einheitliche Leitung der Beteiligungsunternehmen im Gesamtinteresse der LHP sichergestellt wird. Die SVV und der Oberbürgermeister können demnach das Gesamtinteresse der LHP in den Beteiligungsunternehmen durchsetzen.

Bei einer Stärkung der Rechte der Aufsichtsräte würde hingegen die Intensität der zentralen (Stadtkonzern)Leitung der Beteiligungsunternehmen reduziert zugunsten einer stärkeren Eigenständigkeit jedes Beteiligungsunternehmens.

Es besteht zudem das Risiko, dass eine generelle Stärkung der Position von Aufsichtsräten auch rechtliche Risiken im Hinblick auf die In-House-Fähigkeit von Unternehmen haben könnte. Gemäß EuGH können umfangreiche oder autonome Leitungsbefugnisse eines Verwaltungsrats (Aufsichtsrats) die In-House-Fähigkeit ausschließen (EuGH-Urteil „Econcord“ vom 29.11.2012 Az:C-182/11 und C-183/11). Dieses Risiko gilt es unbedingt zu vermeiden.

Im Rahmen des Prüfauftrages ist auch die Kommunalaufsicht beim Ministerium des Innern und für Kommunales des Landes Brandenburg (MIK) mit einbezogen worden, da die Kommunalaufsicht in den Beratungsprozess zur Erstellung des derzeit gültigen Mustergesellschaftsvertrages der LHP aufgrund der zu berücksichtigenden kommunalrechtlichen Regelungen eingebunden war.

Die Kommunalaufsicht führt u.a. dazu Folgendes aus:

„Die SVV hat unter der DS 11/SVV/0491 beschlossen, dass zur Neubesetzung aller Geschäftsführerposten in städtischen Beteiligungen ein transparentes Verfahren entwickelt werden soll, das die Beteiligung der SVV garantiert.

Wenn mit dem Antrag vom 09.01.2017 (*red. Anm.: Drucksache Nr. 17/SVV/0037 – Prüfauftrag des Hauptausschusses vom 22.02.2017*) beabsichtigt sein soll, die Rechte des Aufsichtsrates zu stärken durch die Übertragung von Entscheidungskompetenzen in Bezug auf die Bestellung und Abberufung von Geschäftsführern, **so führt dies jedoch genau zum gegenteiligen Effekt, weil die Entscheidungen des Aufsichtsrates - im Gegensatz zu denen der Gesellschafterversammlung - nicht dem Weisungs- und Richtlinienrecht der SVV unterliegen.** Es wird dazu auf das Rundschreiben des MIK vom 13.11.2013 unter Nr. 5 ab Seite 13 ff. verwiesen (*red. Anm.: MIK-Rundschreiben zu den Regelungen der Kommunalverfassung über die wirtschaftliche Betätigung der Kommunen §§ 91-100 BbgKVerf vom 13.11.2013*).

In § 97 Abs. 2 BbgKVerf, der sich mit der Besetzung und Funktion des Aufsichtsrates befasst, wird ausdrücklich nicht Bezug genommen auf Abs. 1 letzter Satz, der für die Beschlüsse der Gesellschafterversammlung dieses Weisungsrecht der SVV normiert.

Das heißt, wenn die Rechte der SVV gestärkt werden sollen - was unabhängig von der o.g. Entscheidung der SVV der LHP (DS 11/SVV/0491) auch grundsätzliches Ziel der Brandenburger Kommunalverfassung ist -, **so sind wichtige unternehmerische Entscheidungen wie z.B. auch die Bestellung und Abberufung von Geschäftsführern an den Beschluss durch die Gesellschafterversammlung zu binden.**

Allerdings ist die vorherige Beteiligung des Aufsichtsrates sinnvoll und auch üblich. Die Entscheidung des Aufsichtsrates kann jedoch für die Gesellschafterversammlung nicht bindend sein.“

Die gutachtliche Stellungnahme des Rechtsanwalts Dr. Mertens sowie die Stellungnahme der Kommunalaufsicht können im Bereich Beteiligungsmanagement der LHP eingesehen werden.

Fazit:

Abschließend ist festzustellen, dass unter Abwägung aller Gesichtspunkte und Risikoaspekte eine Schwächung der Rechte der SVV unbedingt zu vermeiden ist. Die Weisungs- und Richtlinienkompetenz der SVV gegenüber den Vertretern/Vertreterinnen der Gemeinde in der Gesellschafterversammlung gemäß § 97 Abs. 1 Satz 6 BbgKVerf, die durch den Mustergesellschaftsvertrag der LHP gewährleistet wird, ist wesentlicher Bestandteil der Kontrolle und Steuerung der wirtschaftlichen Betätigung der LHP.

Ausblick/Weiterentwicklung:

Die LHP hat als Gebietskörperschaft im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung u.a. die Aufgabe, die in den Kommunalgesetzen enthaltenen Vorgaben der Daseinsvorsorge zu gewährleisten. Um diese Aufgabe wirtschaftlich und zweckmäßig zu erfüllen, kann sich die LHP kommunaler Unternehmen bedienen.

Im Rahmen der wirtschaftlichen Betätigung der LHP erbringen die städtischen Unternehmen und Beteiligungen im Wesentlichen Aufgaben der Daseinsvorsorge und erfüllen damit einen öffentlichen Zweck gemäß § 2 Abs. 2 BbgKVerf.

Die wirksame Steuerung des großen städtischen Beteiligungsportfolios, das gegenwärtig fast 50 Unternehmen und Beteiligungen umfasst, welche größtenteils in Konzernstrukturen organisiert und gebündelt sind, setzt entsprechend starke Steuerungsinstrumente und Einflussmöglichkeiten der SVV voraus.

Mit dem durch die SVV beschlossenen Regelwerk, welches neben dem Mustergesellschaftsvertrag auch die Leitlinien guter Unternehmensführung (Kodex), den Handlungskatalog für Aufsichtsräte, die Sponsoring- und Compliancerichtlinien etc. umfasst, ist eine fundierte Grundlage zur einheitlichen Steuerung des LHP-Beteiligungsportfolios geschaffen worden.

Um die Steuerung der städtischen Unternehmen und Beteiligungen zur Realisierung der Aufgaben der Daseinsvorsorge im Interesse des Gemeinwohls weiter zu optimieren, ist deshalb geplant, der SVV in 2018 einen überarbeiteten Mustergesellschaftsvertrag zur Entscheidung vorzulegen.

Soweit nach dem aktuellen Mustergesellschaftsvertrag der LHP bereits jetzt Beschluss- und Zustimmungskompetenzen den Aufsichtsräten übertragen worden sind, sollen diese auch zukünftig Berücksichtigung im städtischen Mustergesellschaftsvertrag finden und keinesfalls reduziert werden.



Stadtverordnetenversammlung
der
Landeshauptstadt
Potsdam

Antrag

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0452

öffentlich

Betreff:

Potsdam seniorenrecht gestalten

Einreicher: Fraktion CDU/ANW

Erstellungsdatum 16.05.2017

Eingang 922:

Beratungsfolge:

Datum der Sitzung

Gremium

Zuständigkeit

07.06.2017

Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam

Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Auf der Homepage der Landeshauptstadt Potsdam ist zum Seniorenplan zu lesen: "Als nicht planbare Verzögerung hat sich im Verlauf des Jahres 2014 die Frage der Unterbringung von Flüchtlingen ergeben, die in der Zuständigkeit des gleichen Fachbereichs liegt."

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt gemäß unseres Leitbilds für die Stadt Potsdam unter Einbeziehung der relevanten Gruppen und Einrichtungen das Konzept auf einer aktuellen Basis so weiter zu entwickeln, das es dem zunehmenden Seniorenanteil unserer Bevölkerung Rechnung trägt und deren Lebensqualität sichert. Dazu zählen insbesondere folgende Bereiche:

- Gestaltung des öffentlichen Raums und der öffentlichen Gebäude
- seniorenrechtlicher ÖPNV
- Sicherheit für Senioren
- ausreichende Alltagsangebote für Senioren in den Stadtteilen und dem ländlichen Raum (Freizeit, Kultur und Bildung)
- Informations- und Beratungsdienste, die im Alter Bedeutung haben
- Wohnen und Wohnformen im Alter
- Gesellschaftliche Teilhabe und bürgerschaftliches Engagement
- Ambulante Haushalts-, Unterstützungs- und Pflegedienste
- Teilstationäre und stationäre Einrichtungen und Dienste der Altenhilfe
- Organisatorische Verankerung der Altenhilfe in den gesamtstädtischen Abstimmungs- und Koordinationsstrukturen
- Prüfung präventiver Hausbesuche bei älteren Menschen mit Information zu Hilfe-, Pflege- und Unterstützungsangeboten der Stadt Potsdam

gez.

Fraktionsvorsitzende/r

Unterschrift

Ergebnisse der Vorberatungen
auf der Rückseite

Beschlussverfolgung gewünscht:

Termin:

Demografische Auswirkungen:

Klimatische Auswirkungen:

Finanzielle Auswirkungen? Ja Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

Begründung

Die Bevölkerung wird älter und die Anzahl der in Potsdam lebenden Senioren nimmt zu und wird weiter zunehmen. Ältere Menschen sind keine Last, sondern ein Gewinn für die Gesellschaft. Sie tragen wesentlich dazu bei, die Herausforderungen der aktuell erforderlichen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Erneuerung sowie des demographischen Wandels zu bewältigen. Sie stellen nicht das Problem dar, sondern sind - wenn man ihre Potentiale richtig einsetzt - Teil der Lösung. Es muss gelingen, die Rolle der älteren Generation neu zu bestimmen und ihre Einbindung bei der Gestaltung der gesellschaftlichen Zukunft als Lösungsansatz zu nutzen.

Die Kompetenzen, Fähigkeiten und Beiträge älterer Menschen in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik müssen erkannt, gefördert, genutzt und gewürdigt werden. Es geht darum, ihnen konkrete Chancen zu eröffnen. Die Möglichkeit, ein aktives Leben in Gemeinschaft zu führen, dient dem Einzelnen und dem Gemeinwesen.

Die Voraussetzungen für ein selbständiges und selbstbestimmtes Leben in allen Lebensphasen sind zu bewahren bzw. neu zu gestalten. Eine Gesellschaft im Wandel muss ihre Entwicklungsangebote allen Bürgern zur Verfügung stellen, dies gilt auch für Bildungs-, Berufs-, und Betätigungsangebote für ältere Menschen. Persönliche Weiterentwicklung und sozialer, kultureller und technischer Fortschritt gehen Hand in Hand. Lebenslanges Lernen ist die Voraussetzung für die Teilhabe am modernen Leben. Eine menschliche und gerechte Gesellschaft sucht den Ausgleich von Interessen. Die Lebensbedingungen von Älteren müssen berechenbar und stabil sein. Das darf aber nicht zu untragbaren Einschränkungen der Lebensmöglichkeiten der Jüngeren führen. Bei der Prüfung präventiver Hausbesuche ist das in der Stadt Ulm genutzte Modell einzubeziehen. Bei der Prüfung der Beratungsstelle ist die Nutzung der Referenzdatenbank „Wegweiser Alter und Technik“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung einzubeziehen.



Stadtverordnetenversammlung
der
Landeshauptstadt
Potsdam

- Änderungsantrag
 Ergänzungsantrag
 Neue Fassung

zur Drucksache Nr.

17/SVV/0452

 öffentlichEinreicher: **Fraktion CDU/ANW**Betreff: **Potsdam seniorengerecht gestalten**

Erstellungsdatum 25.07.2017

Eingang 922:

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
05.09.17	GSI		X
06.09.17	HA		X
			X
			X

Änderungs-/Ergänzungsvorschlag:

Der auf der Homepage der Landeshauptstadt Potsdam veröffentlichte Seniorenplan 2016 hatte im Juli 2016 Redaktionsschluß. Inzwischen liegen der 7. Altenbericht der Bundesregierung, mit dem Schwerpunktthema „Sorge und Mitverantwortung in der Kommune – Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften“, Erkenntnisse und Empfehlungen des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie Forderungen der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren Organisationen vor.

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen, die Erkenntnisse und Empfehlungen aus den genannten Unterlagen bei der Überarbeitung des Potsdamer Seniorenplans zu berücksichtigen und darzustellen, wie diese eingeflossen sind.

Darüber hinaus ist zu prüfen:

ob – wie in anderen Städten erfolgreich praktiziert - präventive Hausbesuche bei älteren Menschen kombiniert mit Information zu Hilfe-, Pflege- und Unterstützungsangeboten der Stadt Potsdam eingeführt werden kann.

wie eine Beratungsstelle für Senioren zur Thematik „Besser Leben im Alter durch Technik“ realisiert werden kann.

Einflußnahme auf - und Zusammenarbeit mit den Potsdamer Wohnungsgenossenschaften, dass bei Sanierungen und Modernisierungen insbesondere von kleinen Genossenschaftswohnungen diese seniorengerecht ausgeführt werden.

Aufnahme beim Punkt Vorsorge als weitere regelmäßige Prävention von Osteoporose - Knochendichtemessungen (insbes. bei Seniorinnen) sowie Krebsvorsorge/Darmkrebs - Kollokopie.

Begründung

Die Bevölkerung wird älter und die Anzahl der in Potsdam lebenden Senioren nimmt zu und wird weiter zunehmen. Ältere Menschen sind keine Last, sondern ein Gewinn für die Gesellschaft. Sie tragen wesentlich dazu bei, die Herausforderungen der aktuell erforderlichen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Erneuerung sowie des demographischen Wandels zu bewältigen. Sie stellen nicht das Problem dar, sondern sind - wenn man ihre Potentiale richtig einsetzt - Teil der Lösung. Es muss gelingen, die Rolle der älteren Generation neu zu bestimmen und ihre Einbindung bei der Gestaltung der gesellschaftlichen Zukunft als Lösungsansatz zu nutzen.

Die Kompetenzen, Fähigkeiten und Beiträge älterer Menschen in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik müssen erkannt, gefördert, genutzt und gewürdigt werden. Es geht darum, ihnen konkrete Chancen zu eröffnen. Die Möglichkeit, ein aktives Leben in Gemeinschaft zu führen, dient dem Einzelnen und dem Gemeinwesen.

Die Voraussetzungen für ein selbständiges und selbstbestimmtes Leben in allen Lebensphasen sind zu bewahren bzw. neu zu gestalten. Eine Gesellschaft im Wandel muss ihre Entwicklungsangebote allen Bürgern zur Verfügung stellen, dies gilt auch für Bildungs-, Berufs-, und Betätigungsangebote für ältere Menschen. Persönliche Weiterentwicklung und sozialer, kultureller und technischer Fortschritt gehen Hand in Hand. Lebenslanges Lernen ist die Voraussetzung für die Teilhabe am modernen Leben. Eine menschliche und gerechte Gesellschaft sucht den Ausgleich von Interessen. Die Lebensbedingungen von Älteren müssen berechenbar und stabil sein. Das darf aber nicht zu untragbaren Einschränkungen der Lebensmöglichkeiten der Jüngeren führen.

Bei der Prüfung präventiver Hausbesuche ist das in der Stadt Ulm genutzte Modell einzubeziehen.

Bei der Prüfung der Beratungsstelle ist die Nutzung der Referenzdatenbank „Wegweiser Alter und Technik“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung einzubeziehen.

Der aktuelle Senioreplan der Stadt Potsdam soll die neuesten Erkenntnisse und Empfehlungen berücksichtigen und Potsdam für die ältere Generation attraktiv und lebenswert erhalten.

gez. M. Finken
Fraktionsvorsitzender
CDU/ANW Fraktion

Unterschrift



Stadtverordnetenversammlung
der
Landeshauptstadt
Potsdam

Antrag

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0637

öffentlich

Betreff:

Sicherheitspartnerschaft in Potsdam

Einreicher: Fraktion CDU/ANW

Erstellungsdatum 24.07.2017

Eingang 922: _____

Beratungsfolge:		
Datum der Sitzung	Gremium	Zuständigkeit
13.09.2017	Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam	Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Die Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam begrüßt und unterstützt die Bildung von Sicherheitspartnerschaften im Bereich der Landeshauptstadt Potsdam gem. Erlass des Brandenburgischen Innenministers „Sicherheitspartner des Landes Brandenburg im Rahmen der Kommunalen Kriminalprävention“ (in Kraft getreten zum 01.06.2017).

gez. M. Finken
Fraktionsvorsitzender

Unterschrift

Ergebnisse der Vorberatungen
auf der Rückseite

Beschlussverfolgung gewünscht:



Termin: Oktober 2017

Demografische Auswirkungen: Klimatische Auswirkungen: **Finanzielle Auswirkungen?** Ja Nein

(Ausführliche Darstellung der finanziellen Auswirkungen, wie z. B. Gesamtkosten, Eigenanteil, Leistungen Dritter (ohne öffentl. Förderung), beantragte/bewilligte öffentl. Förderung, Folgekosten, Veranschlagung usw.)

ggf. Folgeblätter beifügen

Begründung:

Kommunale Kriminalprävention (KKP; Eckpunktepapier des Ministeriums des Inneren und für Kommunales vom 01. Juni 2017) ist essentieller Bestandteil der Brandenburgischen Sicherheitsarchitektur und basiert auf der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung für die Vorbeugung von Straftaten. Sicherheitspartner sind sozial engagierte Einwohnerinnen und Einwohner einer Gemeinde, die in der Wahrnehmung ihrer persönlichen Rechte (sog. Jedermannsrechte) und der sozialen Verantwortung für die Gemeinschaft unbewaffnet und ohne hoheitliche Befugnisse, im Zusammenwirken mit anderen, für die örtliche Sicherheit aktiv tätig werden. Ihre Bildung wird vom Innenminister des Landes Brandenburg, dem für Potsdam zuständigen Polizeipräsidenten sowie dem Leiter der Polizeidirektion Potsdam ausdrücklich unterstützt. Dabei steht der Vorsitzende des Polizeibeirates West als Bindeglied für die Partnerschaft zur Polizei zur Verfügung.



**Landeshauptstadt
Potsdam**

Der Oberbürgermeister

Beschlussvorlage

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0863

Betreff:

öffentlich

Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der Bürgerbeteiligung

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Erstellungsdatum 02.11.2017

Eingang 922: 02.11.2017

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
15.11.2017	Hauptausschuss		

Beschlussvorschlag:

Der Hauptausschuss möge beschließen:

In den Jahren 2018 und 2019 wird modellhaft der verstärkte Einsatz zufallsbasierter Bürgerbeteiligung erprobt. Unter der Bezeichnung „Beteiligungspool“ wird von der WerkStadt für Beteiligung ein zweijähriger Modellversuch durchgeführt.

Begleitend zum Modellversuch wird dieser evaluiert, so dass eine Feinabstimmung des Verfahrens noch in der Modelllaufzeit möglich ist. Die Teilnahme an konkreten Beteiligungsverfahren bleibt auch künftig allen Interessierten offen und ist ausdrücklich nicht auf Personen aus dem „Beteiligungspool“ beschränkt.

Überweisung in den Ortsbeirat/die Ortsbeiräte:

Nein

Ja, in folgende OBR:

Anhörung gemäß § 46 Abs. 1 BbgKVerf

zur Information

Begründung:**Anforderungen für die praktische Umsetzung in Potsdam**

Die Landeshauptstadt Potsdam sammelt bereits praktische Erfahrung bei der Nutzung von zufallsbasierten Verfahren. Bislang geschieht dies allerdings nur in zwei Einsatzfeldern: bei Bürgerumfragen (beispielsweise „Leben in Potsdam“) sowie bei der Besetzung des Beteiligungsrats.

Ein zufallsbasiertes Auswahlverfahren für Beteiligung in der Landeshauptstadt Potsdam soll aus Sicht der WerkStadt für Beteiligung folgende Anforderungen erfüllen:

1. Auf einer möglichst breite Datenbasis aufbauen, damit sich die Zufallsauswahl dem Ideal der Repräsentativität möglichst weit annähern kann.
2. Es soll möglichst geringen finanziellen und personellen Aufwand für Einrichtung und Pflege erfordern.
3. Es soll bei unterschiedlichen Beteiligungsverfahren mit geringem Vorlauf (< 4 Wochen) einsetzbar sein;
4. eine gute Balance zwischen breiten Anwendungsspektrum und niedrighschwelliger Teilnahmemürde bieten.
5. Die freiwillige Teilnahme engagierter Bürgerinnen und Bürger an Beteiligung nicht behindern und zugleich keinen Teilnahmezwang ausüben.
6. Dem Potsdamer Beteiligungsgrundsatz „Anerkennungskultur“ Rechnung tragen.
7. Möglichkeiten der Evaluation zur Weiterentwicklung und Verfeinerung des Verfahrens bieten.

Konkreter Umsetzungsvorschlag für die Landeshauptstadt Potsdam

Im Sinne einer breitest möglichen Datengrundlage ist eine Zufallsauswahl auf Basis des Einwohnermelderegisters sinnvoll und üblich. Diese benötigt jeweils eine gesonderte Antragstellung und datenschutzrechtliche Freigabe. Daher sehen wir vor, diesen ressourcenintensiven Teil des Gesamtverfahrens nicht für jedes einzelne Beteiligungsverfahren separat durchzuführen, sondern stattdessen mit der Einrichtung eines jeweils für ein Jahr gültigen „Beteiligungspools“ zu arbeiten.

Hierfür werden erstmals im Herbst 2017 mehrere Tausend zufällig aus dem Einwohnermelderegister gezogene Personen ab 16 Jahre per Brief angeschrieben. Die Angeschriebenen werden gebeten, sich bei grundsätzlichem Interesse an der Mitwirkung per Eintrag in ein Online-Formular (oder per Papier) zurückzumelden. Bei der Rückmeldung sind zwingend eine Reihe von Angaben zur Person zu machen (beispielsweise Geschlecht, Alter, Interessenschwerpunkte) sowie Kontaktdaten.

Die Angeschriebenen erklären sich mit ihrer Rückmeldung grundsätzlich einverstanden, im kommenden Jahr für die Teilnahme an einem einzigen Beteiligungsverfahren ansprechbar zu sein. Selbstverständlich gilt kein Beteiligungszwang – die tatsächliche Teilnahme an einem Verfahren bleibt stets freiwillig.

Um dem interessierten und engagierten Teil der Stadtbevölkerung ebenfalls die Teilnahme zu ermöglichen, ist zusätzlich allen Interessierten die freiwillige Anmeldung für den „Beteiligungspool“ möglich. Zu besserer Bekanntmachung wird das Verfahren durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Für die erstmalige Durchführung gehen wir davon aus, dass ein „Pool“ der mehrere hundert Personen umfasst für einen Pilotversuch ausreicht.

Steht ein konkretes Verfahren an, wird per Zufallsprinzip die gewünschte Anzahl an Personen ausgelost. Die Angaben der Interessenten ermöglichen dabei nötigenfalls eine eingegrenzte Auswahl anhand von Schlüsselmerkmalen. So kann beispielsweise regelmäßig sichergestellt werden, dass die Teilnehmerschaft geschlechterparitätisch zusammengesetzt ist. Zugleich kann flexibel auf besondere Anforderungen eines Verfahrens reagiert werden, beispielsweise wenn für eine Beteiligung nur Personen aus einem bestimmten Stadtteil oder Sozialraum gesucht werden. Alle zur Auswahl für ein Verfahren genutzten Schlüsselmerkmale werden stets transparent dokumentiert.

Personen die an einer Veranstaltung teilgenommen haben, scheiden für das laufende Kalenderjahr aus dem „Pool“ aus – eine mehrfache Teilnahme über den „Beteiligungspool“ ist nicht möglich. Daneben steht es Interessierten selbstverständlich frei, aus eigenem Antrieb eine Beteiligungsveranstaltung aufzusuchen oder sich in den Folgejahren erneut für den „Beteiligungspool“ anzumelden.

Die Gewinnung der Teilnehmenden für ein bestimmtes Verfahren erfolgt im Regelfall per Telefonanruf durch die WerkStadt für Beteiligung. Da für die meisten Verfahren 20-40 Teilnehmende ausreichen, lässt sich dieser letzte Schritt der Rekrutierung mit vertretbarem Personalaufwand bewältigen. Wenn nötig, können den Teilnehmenden zur besseren Vorbereitung vorab wichtige Informationen und Unterlagen zum Beteiligungsgegenstand übersandt werden. Zugleich ist es möglich, frühzeitig Unterstützungsbedarfe abzufragen, beispielsweise ob eine Kinderbetreuung, eine Gebärdensprachdolmetschung oder anderweitige Hilfe benötigt wird. Insgesamt ist auf diese Weise eine bedarfsgerechte Planbarkeit für einzelne Veranstaltungen möglich. Planungs- und Durchführungskosten können gesenkt und die Aufgaben effizienter erledigt werden.

Gegen Ende des Kalenderjahres werden alle Personen im „Beteiligungspool“ angeschrieben und auf die Möglichkeit der erneuten Bewerbung für das Folgejahr hingewiesen. Interessierte können so mit vergleichsweise wenig Aufwand für ein fortgesetztes Engagement gewonnen werden. Selbstverständlich werden die personenbezogenen Daten des vorhandenen Auswahlpools nach Ablauf des Jahres gelöscht beziehungsweise anonymisiert.

Evaluation und Anpassbarkeit

Von dem Modellversuch erwarten wir Erkenntnisse über die Wirksamkeit und die Grenzen des Ansatzes. Das für den „Beteiligungspool“ beschriebene Vorgehen ist zyklisch, gut zu standardisieren und langfristig planbar. Alle einzelnen Bausteine (Rekrutierung, Ansprache, erhobene Daten und so weiter) lassen sich einzeln anpassen und weiterentwickeln. Wenn der Testlauf positiv verläuft, ist es mit geringem Aufwand sowohl möglich, das Verfahren fortzuschreiben als auch die aus der Evaluation gewonnenen Erkenntnisse hierbei einfließen zu lassen. Zugleich können relativ leicht Kennziffern erhoben werden, die über die Jahre eine gehärtete Evaluation der Leistungsfähigkeit des Ansatzes ermöglichen.

Hintergrund und Anlass für die Entwicklung des Verfahrens

Anlass für die konzeptionelle Entwicklung des „Beteiligungspool“ durch die WerkStadt für Beteiligung sind drei Herausforderungen, die in engem Zusammenhang mit einer geringen Zahl an Teilnehmenden bei einzelnen Verfahren der Bürgerbeteiligung stehen.

Aktuell fußen nahezu alle Beteiligungsverfahren – bundesweit ebenso wie in Potsdam – auf Selbstauswahl. Das heißt, dass ausschließlich Personen beteiligt sind, die sich selbst für eine Teilnahme motiviert haben. Die ausschließliche Nutzung dieses Auswahl-Modus kann allerdings – sofern er nicht erweitert wird – unter mehreren Gesichtspunkten problematisch sein.

Die nachfolgend beschriebenen Herausforderungen sind ausdrücklich nicht Potsdam-spezifisch, sondern lassen sich in allen Kommunen und Gebietskörperschaften, die Beteiligungsverfahren intensiver nutzen, beobachten.

1. Unter den Bedingungen der reinen Selbstauswahl leidet Beteiligung oftmals unter einem sogenannten „Mittelschichts-Bias“, das heißt, die Teilnehmerschaft ist ganz überwiegend deutsch, männlich, älter als 40 Jahre mit höherem Bildungsabschluss, höherem Einkommen und politisch stark interessiert. Verfahren verfehlen damit ihr prozedurales Versprechen, nämlich zu besser legitimierten Ergebnissen zu führen.
2. Bei der ausschließlichen Selbstauswahl besteht weiterhin die Gefahr, dass Beteiligungsverfahren ihren inhaltlichen Zweck verfehlen. Dies ist dann der Fall, wenn die Teilnehmerzahl so gering ausfällt, dass kein sinnvoller Austausch von Positionen und Informationen möglich ist. Auch wenn dies nicht der Regelfall ist, musste auch die WerkStadt für Beteiligung beispielsweise bereits die Erfahrung machen, dass zu einer Veranstaltung buchstäblich nur eine Handvoll Menschen kommen.
3. Nicht zuletzt sorgt die ausschließliche Selbstauswahl bei der Durchführung von Beteiligungsverfahren für eine Kostensteigerung, da keine bedarfsgerechte Planung

möglich ist. Ist im Vorfeld einer Veranstaltung nicht einigermaßen verlässlich zu bestimmen wie viele Personen daran teilnehmen, muss bei den benötigten Ressourcen (Raumgröße, Personal vor Ort, Materialien, Bewirtung) vorsorglich mit Überkapazitäten gearbeitet werden.

Sowohl die bundesweiten Erfahrungen mit Beteiligung der letzten Jahre, als auch die Erfahrungen aus dem Modellprojekt in Potsdam haben gezeigt, dass alle drei geschilderten Effekte in schwankender Intensität regelmäßig zu beobachten sind. Aus unserer Sicht bedarf es daher einer strukturellen Antwort, der Ansatz „mehr vom Gleichen“ (im Sinne einer bloßen Intensivierung der Bekanntmachungsarbeit) ist schlicht nicht zielführend.

Zufallsbasierte Beteiligung als Lösungsansatz

Die Stärkung von zufallsbasierten (sogenannten „aleatorischen“) Verfahren wird in Forschung und Praxis der Beteiligung seit einigen Jahren verstärkt diskutiert. Konkret geht es darum, statt der ausschließlichen Selbstauswahl die Teilnehmerschaft von Beteiligungsverfahren zumindest auch auf Basis einer zufallsbasierten Auswahl zu gewinnen. Grundsätzlich ist es leicht möglich, die Zufallsauswahl mit anderen Verfahren zu kombinieren, was eine hohe Flexibilität bei ihrem Einsatz ermöglicht. An dieser Stelle soll ausdrücklich betont werden, dass der zufallsbasierte Ansatz nicht zum Ziel hat, herkömmliche Verfahren zur Teilnehmergewinnung zu ersetzen – es geht um eine bloße Erweiterung des verfügbaren Instrumentariums.

Die nachfolgenden Effekte einer Zufallsauswahl können sich nach Einschätzung der WerkStadt für Beteiligung positiv auf Bürgerbeteiligung in Potsdam auswirken:

1. Eine ausgewogenere Zusammensetzung der Teilnehmerschaft. Vorausgesetzt die herangezogene Grundgesamtheit ist groß genug, sorgt das sogenannte ‚Gesetz der großen Zahlen‘ dafür, dass sich die gezogene Stichprobe dem Ideal der Repräsentativität annähert. Realistisch kann dieses Ideal nicht erreicht werden (der Zufall kann im Einzelfall sogar für deutliche Ausreißer sorgen), im Vergleich zur Selbstauswahl kommt man dem Ideal aber regelmäßig erheblich näher.
2. Manche Fragestellung zwischen verschiedenen interessierten Parteien sind nicht durch den bloßen Austausch von Argumenten (der sogenannten „Rationalität erster Ordnung“) zu entscheiden. Es droht dann eine Blockade, die das weitere Vorankommen verhindert. Um trotzdem zu einer Entscheidung zu gelangen, kann die Entscheidung an ein als fair empfundenenes Verfahren (sogenannte „Rationalität zweiter Ordnung“) delegiert werden. Zufallsbasierte Verfahren begründen eine solche Ordnung. Bekanntestes Beispiel ist der Münzwurf zur Seitenwahl bei einem Fußballspiel.
3. Daneben haben Zufallsauswahlen nicht zu unterschätzende Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung der Teilnehmenden. Da sie eben nicht allein aus eigenem Antrieb an einem Verfahren teilnehmen, erleben sie diese Gelegenheit im Regelfall als besonderes Privileg. Die meisten Menschen reagieren hierauf mit einer hohen Einsatzbereitschaft und Motivation.
4. Es ist regelmäßig zu beobachten, dass die Zufallsauswahl zu einer anderen Rollenwahrnehmung bei den Teilnehmenden führt. Unter der Bedingung der Selbstauswahl nehmen vor allem Personen teil, die hierfür aufgrund ihrer beruflichen oder privaten Interessen eine besondere Motivation haben, also eine eigene Agenda „mitbringen“. Die Zufallsauswahl sorgt hingegen dafür, dass die Teilnehmenden hiervon ein Stückweit abstrahieren. In der Folge tendieren die meisten Personen dazu, sich in den Diskussionen und bei der Suche nach einer Lösung stärker am Interessenausgleich zu orientieren.

Zufallsbasierte Verfahren bieten also vielfältige Einsatzmöglichkeiten, sind aber nicht in jedem Fall der beste Ansatz. In bestimmten Fällen „passen“ die Mechanismen der Zufallsauswahl schlichtweg nicht zur Aufgabenstellung. Eine obligatorische Nutzung von Zufallsauswahlen für Bürgerbeteiligung in Potsdam ist daher auch künftig nicht vorgesehen.

Darstellung der finanziellen Auswirkungen der Beschlussvorlage

Betreff: Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der Bürgerbeteiligung

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. 11147 Bezeichnung: WerkStadt für Beteiligung.
5. Wirkung auf den Ergebnishaushalt:

Angaben in EUro	Ist-Vorjahr	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Gesamt
Ertrag laut Plan		0	0	0	0		0
Ertrag neu		0	0	0	0		0
Aufwand laut Plan		360.700	367.100	370.200	362.800		1.460.800
Aufwand neu		360.700	367.100	370.200	362.800		1.460.800
Saldo Ergebnishaushalt laut Plan		- 360.700	- 367.100	- 370.200	- 362.800		- 1.460.800
Saldo Ergebnishaushalt neu		- 360.700	- 367.100	- 370.200	- 362.800		- 1.460.800
Abweichung zum Planansatz		0	0	0	0		0

5. a Durch die Maßnahme entsteht keine Ent- oder Belastung über den Planungszeitraum hinaus bis 2020 in der Höhe von insgesamt 362.800 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		0	0	0	0		0	0
Investive Einzahlungen neu		0	0	0	0		0	0
Investive Auszahlungen laut Plan		0	0	0	0		0	0
Investive Auszahlungen neu		0	0	0	0		0	0
Saldo Finanzhaushalt laut Plan		0	0	0	0		0	0
Saldo Finanzhaushalt neu		0	0	0	0		0	0
Abweichung zum Planansatz		0	0	0	0		0	0

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.).

Die finanziellen Auswirkungen sind durch einen entsprechenden Planansatz im Produkt 1114701 des Bereichs 929 gedeckt. Die Mittel sind im Deckungskreis der vorhandenen Aufwandskonten verfügbar.

Grundlage für die Angabe der Daten ist die Haushaltssatzung inkl. Haushaltsplanung von 2017. Diese wurde durch die Stadtverordnetenversammlung am 01.03.2017 beschlossen (16/SVV/0801) und am 30.03.2017 veröffentlicht.

Der Zeitraum für die mittelfristige Ergebnisplanung umfasst die Jahre 2018 – 2020.

Die Kosten für den Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der Bürgerbeteiligung belaufen sich auf ca. 10.000 EUR.

Diese ergeben sich wie nachfolgend dargestellt:

- 6.000 EUR für Portokosten und
- 4.000 EUR für Druck- und Kopierkosten.

Für den Modellversuch sollen ungefähr 7.500 Potsdamerinnen und Potsdamer angeschrieben werden.

Die Kostenschätzung ergibt sich aus vergangenen Umfragen, die die WerkStadt für Beteiligung begleitet hat.

Anlagen:

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



**Landeshauptstadt
Potsdam**

Der Oberbürgermeister

Mitteilungsvorlage

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0854

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 NeinDas **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	<ul style="list-style-type: none"> - Vertrieb von regional- und potsdamtypischen Produkten - Für 2018 ist der Vertrieb von PMSG-Merchandise-Artikeln geplant: Regenponchos, Kaffeebecher, Schlüsselbänder, Kugelschreiber, Schneekugeln, Tassen 	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





**Landeshauptstadt
Potsdam**

Der Oberbürgermeister

Mitteilungsvorlage

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0856

Betreff: öffentlich
Berichterstattung zum Stand der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025

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 Tourismusinformaton für die Jahre 2018 bis längstens 31.12.2027 betraut.

Mit Beschluss der Tourismuskonzeption vom 1. März 2017 (DS 17/SVV/0060) wurde zudem festgelegt, dass die Landeshauptstadt Potsdam gemeinsam mit der PMSG jährlich im Hauptausschuss zum Stand der Umsetzung der Tourismuskonzeption berichtet wird.

Stand: Oktober 2017

Entwicklung des Tourismus in der Landeshauptstadt Potsdam zum 31. Juli 2017 und Stand der Umset- zung der Tourismuskonzeption 2025

Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025

Mit dem vorliegenden Bericht informiert die Landeshauptstadt Potsdam gemeinsam mit der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH über Stand und Perspektive der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 sowie über die touristischen Ergebnisse anhand ausgewählter Kennzahlen.

Mit Beschluss vom 1. März 2017 (DS 17/SVV/0060) bildet die Tourismuskonzeption 2025 die Grundlage für die touristische Arbeit in der Landeshauptstadt Potsdam. Seit der Beschlussfassung konzentriert sich die Umsetzung primär auf die dort definierten Schlüsselmaßnahmen. Sie tragen in besonderem Maße zur Zielerreichung und Umsetzung der Strategie bei und treiben die touristische Entwicklung maßgeblich voran.

Zur Umsetzung und Steuerung der Maßnahmen gibt es aktuell zwei Arbeitsrunden. Zum einen wurde die bei der Vorbereitung und Erarbeitung der Tourismuskonzeption etablierte Lenkungsgruppe in gewohnter Form fortgeführt. Zum anderen wurde eine interne Steuerungsrunde installiert mit dem Ziel, verwaltungsinterne Projekte mit Schnittmengen zum Tourismus bereichsübergreifend abzustimmen.

Der aktuelle Status Quo der Umsetzung ist in der nachfolgenden Tabelle dokumentiert. Parallel dazu befindet sich ein Arbeitsplan in der Vorbereitung. Dieser soll im 1. Halbjahr 2018 fertig gestellt werden und definiert die Maßnahmen und Ziele für die Haushaltsjahre 2018 und 2019.

1. Schlüsselprojekte / Aktivitäten

Handlungsfeld	Nummer	Titel der Maßnahme	Status quo	Ausblick 2018/2019
Infrastruktur-entwicklung	15	Verbesserung der bestehenden Wege und Beseitigung von Mängeln im Radwegenetz	Im 1. Halbjahr 2017 hat ein Treffen mit Vertretern der Bereiche Verkehrsplanung und Verkehrsentwicklung stattgefunden, um einen Abgleich zwischen Maßnahmen des Radverkehrskonzepts mit den Erfordernissen des Tourismus vorzunehmen.	Fortsetzung der bereichsübergreifenden Arbeitsrunden in 2018 und Ableitung von konkreten Maßnahmen sowie deren Überführung in den Arbeitsplan 2018/2019
	16	Optimierung der wegebegleitenden Infrastruktur, Aufdeckung von Lücken und Umsetzung von Verbesserungen des zielgruppengerechten Angebotes für Radtouristen	siehe I5	siehe I5
	I12	Unterstützung bei der Erarbeitung einer Strategie als Beitrag zur Entwicklung Potsdams zur „Digitalen Hauptstadt“ im Bereich Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> - in den Tourist Informationen am Luisenplatz und am Alten Markt wurde FreeWLAN realisiert; im Hauptbahnhof konnte auf Grund fehlender Leitungen noch keine Realisierung von FreeWLAN erfolgen - Realisierung eines 360-Grad-Stadtrundganges unter Integration des vorhanden touristischen Datenbestandes - Im Mai 2017 fand eine Veranstaltung zur Nutzung von Open Data im Tourismus statt 	<ul style="list-style-type: none"> - Verstärkter Fokus der PMSG auf Themen der Digitalisierung im Tourismus als Teil des optimistischen Szenarios der Tourismuskonzeption 2025 ab 2020 - Motivation der touristischen Akteure ebenfalls FreeWLAN zur Verfügung zu stellen - Realisierung eines 360-Grad-Stadtrundganges unter Integration des vorhanden touristischen Datenbestandes

	I13	Prüfung und Aktualisierung des Leit-systems (wegweisende Beschilderung und Informationstafeln) im gesamten Stadtgebiet	<ul style="list-style-type: none"> - Fahnenwegweisung (Richtungsweisung) wurde rund um den Alten Markt angepasst und aktualisiert - neun Stadtpläne wurden aktualisiert - inhaltliche und gestalterische Erneuerung von 13 Quartierplänen bis Ende 2017 	<ul style="list-style-type: none"> - fortlaufende Aktualisierung und Prüfung eines Rahmenvertrags zur laufenden Pflege - Prüfung des weiteren Umgangs mit Info-tafeln
Qualitätssicherung	Q1	Entwicklung gemeinsamer Qualitätsstandards in der Stadt	<ul style="list-style-type: none"> - PMSG hat die Stufe 1 "Servicequalität Deutschland" für das Gesamtunternehmen erreicht - die drei Tourist-Informationen verfügen wieder über die Zertifizierung "i-Marke, anerkannte Tourist-Information" - Rezertifizierung der Wirtschaftsförderung Stufe 1 "Servicequalität Deutschland" 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivation weiterer touristischer Leistungsträger dazu, gängige Qualitätsstandards zu erreichen - Initiierung eines Leistungsträgerstammtisches Qualität
Angebots- und Produktentwicklung	A1	Gemeinsame Weiterentwicklung der buchbaren Angebote im Kulturbereich durch Produktworkshops mit Leistungsträgern	<ul style="list-style-type: none"> - Produktworkshops zum Thema „Pückler“ wurde mit Leistungsträgern durchgeführt 	<ul style="list-style-type: none"> weitere Produktworkshops sind in Planung - siehe Touristischer Marketingplan 2018
	A2	Gemeinsame Entwicklung von attraktiven buchbaren Angeboten zum Thema Film durch Produktworkshops mit Leistungsträgern	<ul style="list-style-type: none"> - Produktworkshop zum Thema "Film" hat mit den Leistungsträgern stattgefunden - LHP plant die Erstellung einer fortlaufende Übersicht zu Drehorten im Stadtgebiet 	<ul style="list-style-type: none"> - LHP führt die Übersicht zu Drehorten im Stadtgebiet fort - Realisierung der Darstellung Drehorte Potsdam auf der Homepage der PMSG - Durchführung eines Produktworkshops "Film2"
	A3	Prüfung der Aufwertung bestehender Weihnachtsmärkte bzw. der Ergänzung um weitere Winter-/Weihnachtsmärkte zur Belebung der Nebensaison	<ul style="list-style-type: none"> Produktworkshop zum Thema "Angebote in den Wintermonaten / der Nebensaison" hat mit den Leistungsträgern stattgefunden. 	<ul style="list-style-type: none"> - Umsetzung der Ergebnisse aus dem Produktworkshop - Entwicklung vermarktungsfähiger Produkte für die Wintersaison 2018/2019

Kommunikation und Vertrieb	K1	Durchführung einer kontinuierlichen Marktforschung und eine Auswertung der erhobenen Daten, u.a. zum Image und zur Bekanntheit der Stadt	- Beteiligung an der Marktforschungsinitiative Destinationbrand durch die PMSG (Ankauf der Daten 2016/2017)	<ul style="list-style-type: none"> - Beteiligung an Destinationbrand 2018 - Etablierung von Gästebefragungen durch die PMSG mit webbasiertem Befragungstool - Motivation und Einbindung weiterer touristischer Partner mit dem Ziel einheitlicher und vergleichbarer Datenerhebungen und Auswertung
	K4	Erarbeitung einer touristischen Markenstrategie zur Schärfung der touristischen Kernmarke Potsdam	Zur Schärfung der touristischen Marke Potsdam auf Grundlage der Marke Potsdam fanden drei Workshops statt.	Erarbeitung eines Markenhandbuchs als Grundlage der Zusammenarbeit mit den touristischen Stakeholdern
	K5	Erarbeitung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie als Handlungsgrundlage und Basis für eine jährliche Evaluierung anhand von verschiedenen Key Performance Indicators (KPI)	Die Grundlagen für die Marketing- und Kommunikationsstrategie sind aktuell in der Erarbeitung.	Vorstellung des aktuellen Stand der Marketing- und Kommunikationsstrategie auf einem geplanten Tourismustag im 1. Halbjahr 2018.
	K6	Überarbeitung der aktuellen Internetauftritte der Stadt und des Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> - Pflege und Aktualisierung der Veranstaltungsdatenbank (1460 Veranstaltungen) auf www.potsdamtourismus.de - Aktualisierung der Points of Interest (550 POI) auf www.potsdamtourismus.de - Steigerung der Sichtbarkeit der Website www.potsdamtourismus.de in Suchmaschinen durch entsprechendes Marketing seit 2016 - Abgleich der Inhalte zwischen Internetauftritten von Stadt und Tourismus, um Redundanzen und Doppelpflege zu vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> - laufende Pflege und Aktualisierung der Inhalte - Aufbau einer touristischen Bilddatenbank inkl. Internetportal - Aufbau einer touristischen Website in englischer Sprache (siehe Touristischer Marketingplan 2018) - Relaunch der Tagen-in-Potsdam.de Homepage

	K7	Erarbeitung einer Social-Media-Strategie und konsequente Umsetzung	<ul style="list-style-type: none"> - Erarbeitung und Beginn der Umsetzung einer Social Media Strategie für den Tourismus - die touristische Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam findet auf Facebook, Twitter und Instagram durch die PMSG statt - Befestigung von vier Selfie-Stationen zum Launch der Social-Media-Kanäle 	- Anzahl der Selfie-Points wird erhöht.
Organisation und Kooperation	O1	Bildung und Implementierung Umsetzungsmanagement für das TK 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Die Lenkungsgruppe Tourismuskonzeption 2025 berät und entscheidet regelmäßig über Themen und Schwerpunkte zur Umsetzung der Tourismuskonzeption - Installation und Auftakttermin einer bereichsübergreifenden Arbeitsgruppe - Eruierung verwaltungsinterner Projekte mit touristischem Bezug, z. B. Runder Tisch Stadtbild und Workshop Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementierung von themenbezogenen (Qualität, Digitalisierung, Belegung der Nebensaison, Radtourismus, UNESCO) Arbeitsgruppen mit direkter Festsetzung von Themenverantwortlichkeiten mit dem Ziel die Verbindlichkeit der Zusammenarbeit zu steigern - Erstellung eines Arbeitsplan für die Jahre 2018 / 2019
	O2	Aufgaben- und Effizienzanalyse als Grundlage zur Zusammenführung von Tourismus- und Stadtmarketing	<ul style="list-style-type: none"> - Abgrenzung der Aufgaben von PMSG und Bereich Marketing (LHP) zur Vermeidung von Doppelstrukturen - monatlicher Jour fixe von PMSG mit den Bereichen Marketing und Wirtschaftsförderung - Aufgabenkritik und -analyse und damit verbundene Übergabe ausgewählter Printprodukte, Hörbeiträge, Apps und Rundgänge/Formaten sowie dazugehöriger aktualisierter Informationen und Dateien vom Bereich Marketing an die PMSG zur touristischen Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> - Neuregelung der Zuständigkeit innerhalb der LHP: die Zuständigkeit für das Thema Tourismus wird schrittweise und abschließend zum 1.1.2018 vom Bereich Wirtschaftsförderung an den Bereich Marketing übergeben - Prüfung, Aktualisierung und Neuproduktion übergebener Produkte durch die PMSG

O3	An den Bedarfen und dem Markt ausgerichtete Ausstattung der PMSG mit ausreichend Personal- und Finanzressourcen	Stabilisierung der PMSG in 2017 durch höheren Zuschuss von 1.23 Mio. €.	Mit der Finanzplanung für 2018/2019 soll das realistische Szenario der Tourismuskonzeption umgesetzt werden. Mit der mittelfristigen Finanzplanung ab 2020 bis 2022 sollen die Voraussetzungen zur Erreichung der Ziele des optimistischen Szenarios aus der Tourismuskonzeption 2025 geschaffen werden.
O4	Verstärkte Einbindung (Zeit- und Finanzressourcen) der privaten Leistungsträger in das Marketing	- Beteiligung der touristischen Leistungsträger an der Umsetzung der Tourismuskonzeption über die Lenkungsgruppe, die Produktworkshops und die Markenworkshops	<ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltung für alle touristischen Partner mit den Themen Fontane 2019, Europäisches Kulturerbejahr, Touristischer Marketingplan 2018 sowie der Jahreskampagne der LHP "1000 Jahre und ein Vierteljahrhundert". - Implementierung von themenbezogenen (Qualität, Digitalisierung, Belebung der Nebensaison, Radtourismus, UNESCO) Arbeitsgruppen mit direkter Festsetzung von Themenverantwortlichkeiten mit dem Ziel die Verbindlichkeit der Zusammenarbeit zu steigern

2. Ergebnisse und Kennzahlen des Tourismus zum 31. Juli 2017

Auf der Grundlage ausgewählter Kennzahlen werden nachfolgend die Ergebnisse der Entwicklung des Tourismus in Potsdam zum Stichtag 31. Juli 2017 dargestellt. Die Kennzahlen sind nicht statisch zu betrachten. Entsprechend der Umsetzung des Tourismuskonzeptes und angepasst an allgemeine Trends und Entwicklungen können neue Kennzahlen (Stichwort Digitalisierung) hinzukommen und/oder andere entfallen.

A) Allgemeine Tourismuskennzahlen:

	zum 31.7.2016	zum 31.7.2017
Ankünfte	267.877	282.853
Übernachtungen	648.342	664.762
Beherbergungsstätten	56	57
angebotene Betten	5.706	5.874
Auslastung	52,2%	51,4%
Ausländische Gäste	29.714	29.363

Insgesamt entwickelt sich der Tourismus in Potsdam positiv. Die Ankünfte sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,6 Prozent, die Übernachtungen um 2,5 Prozent gestiegen. Bei zusätzlich zur Verfügung gestellten Betten liegt die Auslastung bei 51,4 % (Vorjahreszeitraum 52,2 %). Bei der Anzahl der Ankünfte ausländischer Gäste ist im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag sowohl 2016 als auch 2017 konstant bei 2,4 Tagen.

B) Ausgewählte Kennzahlen und Ergebnisse der PMSG 2016/2017:

Personalsituation der PMSG:

Aktuell sind 36 Mitarbeitende bei der PMSG beschäftigt:

	Abteilung	Anzahl MA	VZÄ
1	Geschäftsführung	3,0	2,5
2	Tourist Informationen (TI)	13,5	10,9
3	Azubi/Logistik/IT	2,5	2,0
4	Kommunikation	2,0	2,0
5	Gruppenservice	4,0	3,4
6	Service Center (SC)	6,0	4,8
7	Internet, Content Redaktion	5,0	3,5
	Summe	36,0	29,1

Besonderes Augenmerk wurde auf die digitale Ausrichtung gelegt. So sind seit Mai 2017 fünf Mitarbeitende im Bereich Internet, Content Redaktion beschäftigt. Insgesamt ist die angespannte Situation auf dem Fachkräftemarkt auch in der Landeshauptstadt Potsdam zu spüren. Es ist und bleibt es eine Herausforderung, entsprechend qualifizierte Mitarbeitende insbesondere für die Bereiche Tourist Information und Service Center zu akquirieren.

Besucher, Kunden und Umsätze in den Tourist Informationen (TI):

alle TI	Mai – Aug 2016	Mai – Aug 2017
Besucher	118.946	115.752
Zahlende Kunden	17.044	30.134
Umsatz	347.854,46 €	375.719,67 €

Die PMSG betreibt drei Tourist Informationen (TI): Hauptbahnhof, Alter Markt und Luisenplatz. Die Besucherzahlen der Tourist Informationen sind nur in der Saisonauswertung vergleichbar, da die Tourist Information Alter Markt erst im Mai 2016 eröffnet wurde. Die Anzahl der Besucher ist nahezu konstant geblieben. Der Umsatz hat sich leicht erhöht. Aufgrund des saisonbedingten Rückgangs der Besucher- und Umsatzzahlen in der Tourist Information am Luisenplatz wird diese in den Wintermonaten (November bis März) geschlossen.

Ausgewählte Aufgabenbereiche:

Informationspakete:

Unabhängig davon, dass über die Internetseiten der PMSG, der Landeshauptstadt Potsdam sowie der touristischen und kulturellen Dienstleister nahezu alle Angebote digital verfügbar sind, hat der Versand von Info-Paketen weiterhin von Bedeutung und wird durch die PMSG realisiert. Ein Info-Paket besteht aus den touristischen Broschüren der PMSG, der Veranstaltungsvorschau und den von Betrieben zum Versand gebuchten Flyern sowie individuell nachgefragten Themenbroschüren. Bis August 2017 wurden insgesamt 2.863 Info-Pakete versendet. Dies bedeutet eine Steigerung um 80,3% im Vergleich zum Vorjahr. Zusätzlich hat die TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH im Auftrag der PMSG Info-Pakete versendet. Dabei um handelt es sich derzeit um ca. 1.200 Info-Pakete, die in der Regel über die Homepage der TMB angefordert werden.

Service Center:

Die Schwerpunkte der Aufgabenstellungen im Service Center liegen auf der telefonischen Beratung und der Beantwortung von E-Mails. Es werden nach wie vor auch im persönlichen Kontakt Buchungen von Übernachtungen durchgeführt. Von Januar bis August 2017 waren dies 430 Buchungen mit einem Umsatz von ca. 91.000 Euro, die zusätzlich zu den Internetbuchungen realisiert wurden. Seit Februar 2017 wird durch das Service Center die die Hotline (Telefon, E-Mail und Gruppenanfragen) des Museums Barberini bedient. Mit einer Annahmquote von 98,3% wurden bis September 2017 insgesamt 14.150 Anrufe durch die Hotline angenommen.

Gruppen:

Das Gruppengeschäft ist analog zum allgemeinen Trend leicht rückläufig. Die öffentlichen Führungen können kostendeckend betrieben werden.

C) Wichtige Ereignisse im Jahr 2017 (Auswahl):

Jahreskampagne der Landeshauptstadt Potsdam „Stadt trifft Kirche“:

Obwohl die LHP nicht über authentische Lutherstätten verfügt, hat sie sich im Rahmen der Kampagne „Stadt trifft Kirche“ den 500. Reformationsjubiläum gewidmet: Im Rahmen der Kampagne wurden bisher mehr als 150 Veranstaltungen durchgeführt. Die Höhepunkte wa-

ren: der Auftritt des Augustana Chor aus der Partnerstadt Sioux Falls (USA) in der festlich illuminierten Nikolaikirche, die Osterfesttage, der Tag der Städtebauförderung, die Potsdamer Veranstaltungen im Rahmen des Deutschen Evangelischen Kirchentages, der UNESCO-Tag in der Bornstedter Kirche, die Nacht der Freiheit, die Veranstaltungsreihe „Im Gespräch mit Luther“ sowie die Illuminationen der Nikolaikirche im Oktober.

Eröffnung Museum Barberini:

Bereits einen Monat nach Eröffnung des neuen Museums wurden 60.000 Besucher gezählt. Mit 320.000 Besuchern endete die Eröffnungsausstellung Ende Mai. In nur sieben Monaten wurden insgesamt 420.000 Besucher gezählt. Bereits im ersten Betriebsjahr entwickelt sich das Museum in der Potsdamer Mitte damit zu einer touristischen Hauptattraktion.

Ausstellung „Pückler. Babelsberg. Der grüne Fürst und die Kaiserin“:

Für die von Ende April 2017 bis Mitte Oktober 2017 stattfindende Ausstellung der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin Brandenburg waren 30.000 Besucher prognostiziert, mehr als 70.000 Interessierte haben die Ausstellung tatsächlich besucht. Die neu praktizierte Kooperation unterschiedlicher Leistungsträger bei Produktentwicklung und –vermarktung (siehe Workshop) hat sich bewährt.

Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag

Tagung der Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag (DST) in Potsdam im September 2017: 40 Tourismusverantwortliche deutscher Großstädte tagten in Potsdam.

Themen: DMO-Zukunft des Stadtmarketing, Zertifizierung Barrierefreiheit, Tourist

Information der Zukunft, Jugendreisen. Raimund Jennert wurde zum neuen Vorsitzenden der Konferenz ernannt. Er leitet gemeinsam mit Silke Fennemann (Oldenburg) zukünftig das Gremium.



**Landeshauptstadt
Potsdam**

Der Oberbürgermeister

Mitteilungsvorlage

Drucksache Nr. (ggf. Nachtragsvermerk)

17/SVV/0865

Betreff:
Schulentwicklungsplanung - 8. Sachstandbericht

öffentlich

bezüglich
DS Nr.: 14/SVV/0940

Erstellungsdatum 02.11.2017

Eingang 922: 02.11.2017

Einreicher: GB Bildung, Kultur und Sport

Beratungsfolge:

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

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

Inhalt der Mitteilung:

Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

den 8. Sachstandsbericht zur Umsetzung der Schulentwicklungsplanung.

Entsprechend Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 12. November 2014 wurde der Oberbürgermeister beauftragt, den Hauptausschuss - beginnend ab November 2014- alle drei Monate und bei besonderen Entwicklungen in der nächsten Sitzung des Hauptausschusses über den aktuellen Stand der Umsetzung der Schulentwicklungsplanung 2014 bis 2020 zu unterrichten.



**Landeshauptstadt
Potsdam**

Projektgruppe Schulentwicklungsplanung

8. Sachstandsbericht

November 2017

1 Aufgabenstellung

Mit Beschluss der Stadtverordnetenversammlung am 12. November 2014 wurde der Oberbürgermeister beauftragt, den Hauptausschuss über den aktuellen Stand der Umsetzung der Schulentwicklungsplanung 2014 bis 2020 zu unterrichten.

Im 7. Sachstandsbericht wurde über die Schülerzahlen 2016/2017, die Strukturquoten im Primarbereich, die Schulformverteilung in der Sekundarstufe, die Ergebnisse der Standortbetrachtungen für die zusätzlichen Grundschulstandorte (Babelsberg und Heinrich-Mann-Allee) sowie die Ergebnisse der Überprüfung der Schulentwicklungsplanung durch ein externes Unternehmen berichtet.

Schwerpunkte dieser Berichterstattung sind

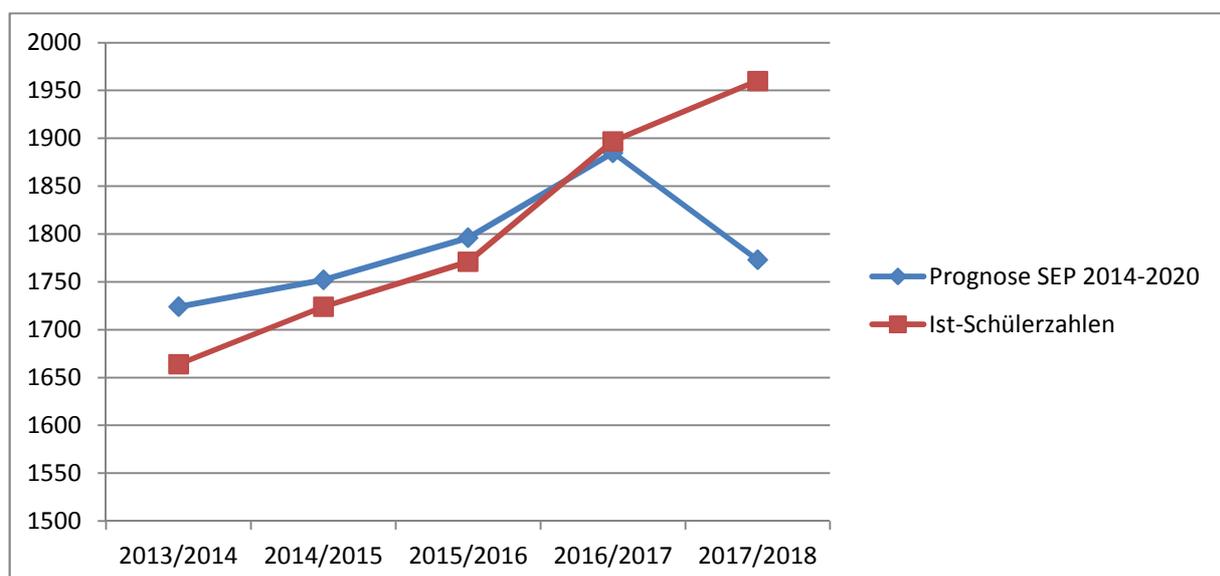
- die Schülerzahlen (Schulaufnahmeverfahren 2017/2018, Zügigkeiten, Änderung der Schulbezirkssatzung) und
- der Stand der Schulbaumaßnahmen.

2 Schülerzahlen

Die vorläufigen Schülerzahlen vom Amt für Statistik Berlin-Brandenburg für das Schuljahr 2017/2018 werden voraussichtlich Mitte des 4. Quartals 2017 vorliegen. Gemäß den Anmeldungen zum Einschulungsverfahren 2017/2018 (Staatliches Schulamt Brandenburg an der Havel) haben ca. 1.960 Erstklässler am 04. September 2017 in der Landeshauptstadt Potsdam mit der Schule begonnen, so dass dieses Schuljahr ca. 26.540 SchülerInnen (ca. 21.240 an städtischen und 5.300 an freien Schulen) eine Schule in Potsdam besuchen werden. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Zuwachs von ca. 650 SchülerInnen.

Gegenüber den tatsächlichen Einschülerinnen und Einschülern (1.960) ging die der Schulentwicklungsplanung zugrundeliegende Prognose nur von 1.773 Erstklässlern aus.

Abbildung 1 – Entwicklung der Erstklässler Schuljahr 2013/2014 bis 2017/2018



Die höheren Einschülerzahlen begründen ein weiteres Mal - wie auch die Prognose von 2015 – die geplanten zusätzlichen Grundschulvorhaben über die ursprünglichen Vorhaben des Schulentwicklungsplanes hinaus, und zwar im Sozialraum Babelsberg (IV) und in der H.-Mann-Allee sowie die vorgezogenen Maßnahmen im Potsdamer Norden.

2.1 Schulaufnahmeverfahren (Anwahlverhalten)

Nach Auswertung des diesjährigen Anwahlverhaltens (Erstwunsch/Zeitwunsch) gibt es sowohl im Primar- als auch im Sekundarbereich Schulen, die übernachgefragt (Verhältnis Kapazität zu Anwahl) werden.

Im Primarbereich zählen hierzu die Eisenhart-Grundschule, die Montessori-Oberschule, die Grundschule im Bornstedter Feld sowie die Babelsberger Grundschulen. Im Sekundarbereich sind das Humboldt-, das Hermann-von-Helmholtz-, das Bertha-von-Suttner-Gymnasium, die Voltaire-Gesamt- und die Montessori-Oberschule die nachgefragtesten Schulen.

Insgesamt konnten im Primarbereich 34 Erst- und Zweitwünsche in der Ausgleichskonferenz nicht realisiert werden. Im Anschluss erfolgte durch die entsprechenden Schulen eine Information an die Eltern über die Schulen mit freien Kapazitäten (96), so dass letztendlich jedes Kind einen Schulplatz erhielt.

Im Zuge des kommenden Schulaufnahmeverfahrens beabsichtigt die Verwaltung das Anwahlverhalten der Elternschaft zu erfragen. So ist vorgesehen in Abstimmung mit dem Staatlichen Schulamt und den Grundschulen, Eltern zu den Motiven ihrer Schulanwahl – wie z. B. Wohnortnähe, Schulprofil, Arbeitsweg - zu befragen. Auf Grund der freien Schulwahl stellt das Anwahlverhalten derzeit noch eine große „Unbekannte“ für eine planungsraumgenaue Bedarfsermittlung dar. In Auswertung dieser Informationen, einer jährlich folgenden Auswertung – so ist die Erwartung - könnte das Anwahlverhalten ggf. etwas genauer kalkuliert werden.

2.2 Zügigkeiten 2017/2018

Die Zügigkeiten im Schuljahr 2017/2018 entsprechen überwiegend dem gültigen Schulentwicklungsplan 2014 bis 2020.

Abbildung 2 – Zügigkeiten der Primarstufe

Schule	Zügigkeit gemäß SEP 2014-2020	Zügigkeit Schuljahr 2017/2018	Abgleich
Grundschule Ludwig Renn (2)	3	3	unverändert
Grundschule im Bornstedter Feld (3)	3	3	unverändert
Grundschule Hanna von Pestalozza (6)	2	2	unverändert
Regenbogenschule (7)	2	3 ¹	einmalig
Grundschule Max Dortu (8)	2	2	unverändert

¹ Einmalig im Schuljahr 2017/2018

Grundschule Bornim (11)	2	2	unverändert
Gerhart-Hauptmann-Grundschule (12)	2	2	unverändert
Grundschule Bruno H. Bürgel (16)	3	3	unverändert
Grundschule im Bornstedter Feld (17) Rote Kaserne Ost	3	2 ²	2016-2018
Rosa-Luxemburg-Schule (19)	4	4	unverändert
Grundschule am Priesterweg (20)	3	3	unverändert
Zeppelin-Grundschule (23)	3	3	unverändert
Eisenhart-Schule (24)	2	2	unverändert
Karl-Foerster-Schule (25/26)	4	4	unverändert
Waldstadt-Grundschule (27)	3	3	unverändert
Goethe-Grundschule (31)	2	2	unverändert
Schule am Griebnitzsee (33)	2	2	unverändert
Grundschule Am Pappelhain (36/45)	5	4 ³	unverändert
Grundschule am Humboldttring (37)	2	4 ⁴	ab 2016/2017
Weidenhof-Grundschule (40)	3	3	unverändert
Grundschule Im Kirchsteigfeld (56)	3	3	unverändert
Käthe-Kollwitz-Oberschule (13)	2	2	unverändert
Montessori-Oberschule (22)	2	2	unverändert
Oberschule Theodor Fontane (51)	3	2 ⁵	einmalig

Abbildung 3 – Zügigkeiten der Sekundarstufe

Schule	Zügigkeit gemäß SEP 2014-2020	Zügigkeit Schuljahr 2017/2018	Abgleich
Käthe-Kollwitz-Oberschule (13)	2	2	unverändert
Montessori-Oberschule (22)	2	2	unverändert
Berufsvorbereitende Oberschule Pierre de Coubertin (39)	3	2 ⁶	letztmalig
Oberschule Theodor Fontane (51)	3	2 ⁷	einmalig
Voltareschule - Gesamtschulcampus mit gymnasialem Bildungsgang (9)	5	5	unverändert
Leonardo-da-Vinci-Gesamtschule (32)	4-5	5	unverändert
Gesamtschule Peter-Joseph-Lenné (38)	4	4	unverändert
Friedrich-Wilhelm-von-Steuben-Gesamtschule (46)	5	5	unverändert
Gesamtschule Am Schilfhof (49)	4-5	5	unverändert
Sportschule Potsdam Friedrich Ludwig Jahn (55)	4-5	5	unverändert

² Gemäß SEP-Beschluss ab 2019/2020 3-zügig, nach Fertigstellung der massiven Schule in der R-K-O

³ Gemäß SEP-Beschluss je nach Bedarf 5-zügig bis zur Fertigstellung der Grundschule am Standort Gagarinstraße, in den vergangenen Jahren stets 4-zügig

⁴ Seit dem Schuljahr 2016/2017 4-zügig, temporäre Erweiterung durch Module bis zur Fertigstellung der 3-zügigen Grundschule in Babelsberg

⁵ Zügigkeit im Schuljahr 2017/2018 entspricht dem Bedarf

⁶ Gemäß SEP-Beschluss nimmt die Schule ab 2018/2019 keine siebten Klassen mehr auf und wird perspektivisch als Oberschule geschlossen. Zum Schuljahr 2018/2019 wird eine 5/3-zügige Gesamtschule mit integrierter 2-zügiger Primarstufe errichtet.

⁷ Zügigkeit im Schuljahr 2017/2018 entspricht dem Bedarf

Humboldt-Gymnasium (1)	4	4	unverändert
Hermann-von-Helmholtz-Gymnasium (4)	4	4	unverändert
Hannah-Arendt-Gymnasium (5)	3	4 ⁸	einmalig
Bertha-von-Suttner-Gymnasium Babelsberg (21)	3	3	unverändert
Leibniz-Gymnasium (41)	5	5	unverändert
Einstein-Gymnasium (54)	4	4	unverändert

2.3 Schulbezirkssatzung

Die angespannte Versorgungssituation in Potsdam-Babelsberg, im Zuge des Schulaufnahmeverfahrens 2017/2018 im Primarbereich, erfordert eine neue Definition der Schuleinzugsbereiche. Die erhöhte Aufnahmekapazität der Grundschule am Humboldtring – aufgrund zusätzlicher Module – ermöglicht es, ihren Einzugsbereich zu erweitern und gleichzeitig den der Goethe Grundschule zu reduzieren. Die Einbringung einer entsprechenden Satzungsänderung ist zum Schuljahr 2018/2019 vorgesehen.

3 Bevölkerungsprognose 2017

Zum Jahresende ist die Veröffentlichung der Bevölkerungsprognose 2017 (Stichtag 31.12.2016) geplant. Im Anschluss erfolgt ein Abgleich der Zahlen mit der letzten Bevölkerungsprognose 2015 sowie eine neue Schülerzahlenprognose für die kommenden Jahre. Hieraus werden die nächsten Handlungsschwerpunkte für den Primarbereich und die Sekundarstufen I und II abzuleiten sein. Schwerpunkte werden derzeit bei der Grundschule in Fahrland, der Entwicklung in Krampnitz sowie im Sozialraum VI gesehen.

4 Stand der Schulplanungen und laufender Baumaßnahmen, Standortfragen

Im Folgenden wird nur auf die aktuellen Entwicklungen eingegangen:

Zu den einzelnen Maßnahmen entsprechend Drucksache 13/SVV/0800, Schulentwicklungsplan 2014 bis 2020 wird mitgeteilt:

zu 1. c.) Hannah-Arendt-Gymnasium (5)

Aufgrund von Verzögerungen beim Neubau der Leonardo da Vinci Gesamtschule erfolgte die Errichtung des Hannah-Arendt-Gymnasiums übergangsweise am Oberstufenzentrum I. Seit diesem Schuljahr werden die SchülerInnen am Standort Haeckelstraße unterrichtet.

zu 1. d) Grundschule Bornim (11)

Die Schule wurde wie geplant zum Schuljahr 2015/2016 in der Modulanlage zweizügig errichtet. Die Fortführung in dem neuen massiven Schulgebäude wird voraussichtlich erst zum 2. Halbjahr des Schuljahres 2018/2019 erfolgen.

⁸ Einmalige Zügigkeitserhöhung im Schuljahr 2017/2018 entsprechend dem Bedarf

zu 1. e,f,g) Oberschule Pierre de Coubertin (39)

Zum Schuljahr 2018/2019 wird die Oberschule keine siebten Klassen mehr aufnehmen. Das Schulzentrum mit Montessoriprofil (5/3-zügige Gesamtschule mit integrierter 2-zügiger Primarstufe) wird im gleichen Jahr eröffnen und voraussichtlich zum Schuljahr 2018/2019 SchülerInnen der Sekundarstufe I und II aufnehmen. Die Primarstufe wird voraussichtlich zum Schuljahr 2019/2020 eröffnet.

zu 1. h.) Grundschule am Standort Rote Kaserne Ost (17)

Die Grundschule wurde aufgrund der dynamischen Bevölkerungsentwicklung eine Jahr früher als ursprünglich geplant in Modulbauweise zum Schuljahr 2016/2017 an der Esplanade errichtet. Der Umzug in die massive Grundschule am Standort Rote Kaserne Ost soll planmäßig zum Schuljahr 2019/2020 erfolgen.

zu 1. i.) 5/3-zügige Gesamtschule Nedlitzer Holz (2021/2022)

Da das geplante Grundstück am Nedlitzer Holz und auch die Biosphäre nicht zur Verfügung stehen, ist derzeit die Errichtung einer 6/3-zügigen Gesamtschule am Standort Reiherweg/Pappelallee zum Schuljahr 2022/2023 geplant.

zu 1. j.) 3-zügige weiterführende Schule am Standort Waldstadt Süd/Bhf. Rehbrücke

Am Standort Waldstadt Süd/Bhf. Rehbrücke soll eine 6/3-zügige Gesamtschule zum Schuljahr 2022/2023 errichtet werden. Darüber hinaus ist geplant, eine Förderschule, einen Hort sowie die benötigten Sportflächen auf dem Areal zu integrieren.

Grundschule Babelsberg

Eine abschließende Standortentscheidung (Sandscholle oder Medienstadt) steht gegenwärtig noch aus. Erst im Anschluss ist eine realistische Aussage über die mögliche Fertigstellung der 3-zügigen Grundschule möglich.

Grundschule Heinrich-Mann-Allee

Aufgrund von Verzögerungen bei den Kaufverhandlungen über das Grundstück mit den Eigentümern ist momentan offen, inwieweit die geplante Errichtung zum Schuljahr 2022/2023 realisierbar ist, gegebenenfalls ist eine erneute Standortsuche erforderlich.

Krampnitz

Entsprechend den aktuellen Prognosen über die Einwohnerzahl in Krampnitz (6.500 statt 3.500 Einwohner) ist momentan die Errichtung einer 3-zügigen Grundschule und eines 3-zügigen Gymnasiums vorgesehen.

Regenbogenschule (7)

Entsprechend dem diesjährigen Bedarf (Anwahlverhalten) wurden erstmalig drei erste Klassen gebildet. Mit Veröffentlichung der Bevölkerungsprognose 2017 muss über eine temporäre/dauerhafte Erweiterung der Schule entschieden werden.

5 Sonstiges

5.1 Interimslösungen im weiterführenden Bereich

Aufgrund der dynamischen Bevölkerungsentwicklung/-prognose in der Landeshauptstadt Potsdam zeichnen sich ab dem Schuljahr 2019/2020 Kapazitätsengpässe im weiterführenden Bereich ab. Wie bereits im 7. Sachstandsbericht dargestellt, können diese nur durch Übergangslösungen bis zur Fertigstellung der beiden geplanten 6/3-zügigen Gesamtschulen an den Standorten Pappelallee/Reiherweg und Waldstadt-Süd/Bhf. Rehbrücke gelöst werden.

Im Zuge einer Schulleiterkonferenz und einer Arbeitsgruppensitzung Schulentwicklungsplanung im Juni 2017 wurden mögliche Interimslösungen vorgestellt. Im Ergebnis ist nun vorgesehen, die temporäre Erweiterung der Friedrich-Wilhelm-von-Steuben-Gesamtschule (46) von 5 auf 7 Züge sowie die vorzeitige Errichtung der Gesamtschule Pappelalle/Reiherweg in den Modulen an der Esplande. Die im Norden geplante 6/3-zügige Gesamtschule (ursprünglich 5/3-zügige Gesamtschule am Standort „Nedlitzer Holz“) würde damit bereits zum Schuljahr 2019/20 mit voraussichtlich zwei Zügen den Schulbetrieb starten.

5.2 Integrierte Kita- und Schulentwicklungsplanung

Das Gesetz über die Schulen im Land Brandenburg (Bbg SchulG) verpflichtet in § 102 den Schulträger, Schulentwicklungspläne (SEP) zu erstellen und fortzuschreiben. Er soll die planerische Grundlage für ein möglichst wohnungsnahes und alle Bildungsgänge umfassendes Schulangebot und den Planungsrahmen für einen zweckentsprechenden Schulbau schaffen. Gemäß § 102 Abs. 3 soll der SEP für einen Zeitraum von fünf Jahren aufgestellt und beschlossen sowie bei Erforderlichkeit innerhalb des Planungszeitraumes fortgeschrieben werden.

Die dynamische Bevölkerungsentwicklung in der Landeshauptstadt Potsdam stellt diese Erforderlichkeit dar, weshalb bereits zum Ende des Jahres 2018 der neue Schulentwicklungsplan fertiggestellt sein soll. Derzeit erfolgt bereits die Ausschreibung, mit dem Ziel zu Beginn des folgenden Jahres mit der Erarbeitung des neuen SEP unter Bezugnahme auf die neue Bevölkerungsprognose 2017 zu beginnen.

Um den kommunalen Herausforderungen Rechnung zu tragen und eine gemeinsame Zielsetzung zu entwickeln, ist erstmalig eine integrierte Planung von Kita- und Schulbedarfen vorgesehen. Bislang erfolgte bereits eine integrierte Hortplanung für die Potsdamer Grundschulen. Die ganzheitliche Planung soll inklusive einer Vorschau für die nächsten 20 Jahre erfolgen und somit ein rechtzeitiges Agieren im Hinblick auf sich entwickelnde Bedarfe ermöglichen.

6 Fazit

Im Primärbereich ist vorrangig für die künftige Schulversorgung in den Sozialräumen IV und VI Sorge zu tragen. Insbesondere im Sozialraum IV hat sich gezeigt, dass die

Schülerbevölkerung schneller wächst, als es möglich ist eine Schule in geordneter Weise zu errichten.

Im weiterführenden Bereich besteht die wichtigste Aufgabe darin, Interimslösungen zu schaffen, da ab 2019 die prognostizierten Schülerzahlen die derzeit vorhandene Kapazität übersteigen. Deshalb ist die temporäre Schulerrichtung der Gesamtschule Pappelallee/Reiherweg am Standort Esplanade vorgesehen. Voraussetzung ist der planmäßige Umzug der Grundschule zur Roten Kaserne Ost. Darüber hinaus ist die Erweiterung der Friedrich-Wilhelm-von-Steuben-Gesamtschule von fünf auf sieben Züge anvisiert.

Für die weitere Umsetzung der Schulentwicklungsplanung bzw. Anpassung/Korrektur ist die Bevölkerungsprognose 2017 von zentraler Bedeutung. Erst aus der Bevölkerungsprognose 2017 wird sich zeigen, ob sich lediglich ein schnelleres Wachstum abzeichnet – die vorgesehenen Schulerrichtungen in der Summe zur Schulversorgung ausreichend sind – oder mit einem höheren Wachstum - das weitere Schulerrichtungen erfordert - zu rechnen ist.

Rademacher

Leiterin Projektgruppe



Niederschrift

67. öffentliche/nicht öffentliche Sitzung des Hauptausschusses

Sitzungstermin: Mittwoch, 15.11.2017
Sitzungsbeginn: 17:00 Uhr
Sitzungsende: 19:16 Uhr
Ort, Raum: R. 280 a, Stadthaus

Anwesend sind:

Ausschussvorsitzender

Herr Jann Jakobs Oberbürgermeister

Ausschussmitglieder

Herr Arndt Sändig	DIE aNDERE	Teilnahme ab 17:05 Uhr
Frau Birgit Müller	DIE LINKE	Teilnahme bis 19:00 Uhr
Frau Dr. Sigrid Müller	DIE LINKE	
Frau Dr. Karin Schröter	DIE LINKE	
Frau Anke Michalske-Acioglu	SPD	
Herr Peter Schultheiß	SPD	
Herr Kai Weber	SPD	
Herr Günter Anger	CDU/ANW	
Herr Matthias Finken	CDU/ANW	Teilnahme ab 17:05
Frau Janny Armbruster	Bündnis 90/Die Grünen	
Herr Peter Schüler	Bündnis 90/Die Grünen	
Herr Dennis Hohloch	AfD	

stellv. Ausschussmitglieder

Frau Jana Schulze	DIE LINKE	
Herr David Kolesnyk	SPD	
Herr Claus Wartenberg	SPD	
Herr Götz Thorsten Friederich	CDU/ANW	Teilnahme ab 17:05 Uhr

Nicht anwesend sind:

Ausschussmitglieder

Herr Dr. Hans-Jürgen Scharfenberg	DIE LINKE	entschuldigt
Herr Pete Heuer	SPD	entschuldigt
Herr Marcus Krause	SPD	entschuldigt
Herr Horst Heinzl	CDU/ANW	entschuldigt
Herr Wolfhard Kirsch	Bürgerbündnis-FDP	entschuldigt

Schriftführer:

Tagesordnung:

Öffentlicher Teil

- 1 Eröffnung der Sitzung

- 2 Feststellung der Anwesenheit sowie der ordnungsgemäßen Ladung /
Feststellung der öffentlichen Tagesordnung/ Entscheidung über eventuelle
Einwendungen gegen die Niederschriften des öffentlichen Teils der Sitzungen
vom 11.10.2017 und vom 01.11.2017

- 3 Überweisungen aus der Stadtverordnetenversammlung

- 3.1 Mustergesellschaftsvertrag
Vorlage: 17/SVV/0037
Fraktion DIE LINKE
- 3.2 Mustergesellschaftsvertrag
Vorlage: 17/SVV/0763
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 3.3 Potsdam seniorengerecht gestalten
Vorlage: 17/SVV/0452
Fraktion CDU/ANW
- 3.4 Sicherheitspartnerschaft in Potsdam
Vorlage: 17/SVV/0637
Fraktion CDU/ANW
- 3.5 Information über den aktuellen Stand der kommunalen Kriminalitätsprävention
gemäß Beschluss: 16/SVV/0719
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 3.6 Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der
Bürgerbeteiligung
Vorlage: 17/SVV/0863
Oberbürgermeister, FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

- 4 Mitteilungen der Verwaltung

- 4.1 Touristischer Marketingplan 2018
Vorlage: 17/SVV/0854
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 4.2 Berichterstattung zum Stand der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025
Vorlage: 17/SVV/0856
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 4.3 Schulentwicklungsplanung - 8. Sachstandbericht
Vorlage: 17/SVV/0865
Oberbürgermeister, Fachbereich Bildung und Sport

- 5 Sonstiges

Nicht öffentlicher Teil

- 6 Feststellung der nicht öffentlichen Tagesordnung / Entscheidung über eventuelle Einwendungen gegen die Niederschriften des nicht öffentlichen Teils der Sitzungen vom 11.10.2017 und vom 01.11.2017
- 7 Betrieb eines Fachberatungsdienstes Migrationssozialarbeit für die Landeshauptstadt Potsdam und der Stadt Brandenburg an der Havel
Vorlage: 17/SVV/0862
Oberbürgermeister, FB Soziales und Gesundheit
- 8 Unterbringung und Betreuung von Flüchtlingen in den Gemeinschaftsunterkünften (GU) und im Wohnungsverbund (WVB)
Vorlage: 17/SVV/0864
Oberbürgermeister, FB Soziales und Gesundheit
- 9 Mitteilungen der Verwaltung
- 9.1 Angelegenheiten städtischer Unternehmen
- 9.2 Gesellschafterversammlung der ProPotsdam GmbH - Wirtschaftsplan 2018 der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG)
Vorlage: 17/SVV/0855
Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung
- 10 Sonstiges

Niederschrift:

Öffentlicher Teil

zu 1 Eröffnung der Sitzung

Der Oberbürgermeister eröffnet die Sitzung.

zu 2 Feststellung der Anwesenheit sowie der ordnungsgemäßen Ladung / Feststellung der öffentlichen Tagesordnung/ Entscheidung über eventuelle Einwendungen gegen die Niederschriften des öffentlichen Teils der Sitzungen vom 11.10.2017 und vom 01.11.2017

Der Oberbürgermeister stellt die ordnungsgemäße Ladung sowie die Beschlussfähigkeit fest. Zu Beginn der Sitzung sind 13 Mitglieder bzw. stellvertretende Mitglieder des Hauptausschusses anwesend.

Hinsichtlich der vorliegenden Tagesordnung schlägt er folgende Änderungen vor:

Zurückzustellen sind:

- der Tagesordnungspunkt 3.1, Mustergesellschaftsvertrag, DS 17/SVV/0037
- der Tagesordnungspunkt 3.2, Mustergesellschaftsvertrag, DS 17/SVV/0763

Gegen diese Änderungen in der Tagesordnung erhebt sich kein Widerspruch.

Die so geänderte Tagesordnung wird einstimmig **bestätigt**.

Die Niederschrift des öffentlichen Teils der 65. Sitzung des Hauptausschusses vom 11.10.2017 wird mit Stimmenmehrheit, bei einer Stimmenthaltung **bestätigt**.

Die Niederschrift des öffentlichen Teils der 66. Sitzung des Hauptausschusses vom 01.11.2017 wird mit Stimmenmehrheit, bei 3 Stimmenthaltungen **bestätigt**.

zu 3 Überweisungen aus der Stadtverordnetenversammlung

zu 3.1 Mustergesellschaftsvertrag Vorlage: 17/SVV/0037 Fraktion DIE LINKE

zurückgestellt

zu 3.2 Mustergesellschaftsvertrag Vorlage: 17/SVV/0763 Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

zurückgestellt

zu 3.3 Potsdam seniorengerecht gestalten Vorlage: 17/SVV/0452 Fraktion CDU/ANW

Der Oberbürgermeister führt in den Tagesordnungspunkt ein.

Er erläutert die Voten der Fachausschüsse: der Ausschuss für Bildung und Sport habe den Antrag zur Kenntnis genommen, der Ausschuss für Klima, Ordnung, Umweltschutz und ländliche Entwicklung erklärte sich für nicht zuständig. Der Ausschuss für Gesundheit, Soziales und Inklusion habe dem Antrag in einer neuen Fassung zugestimmt und der Ausschuss für Stadtentwicklung, Bauen und Verkehr habe der Fassung des Ausschuss für Gesundheit, Soziales und Inklusion mit weiteren Änderungen zugestimmt. Diese Änderungen wurden in Form einer Tischvorlage an die Mitglieder des Hauptausschusses ausgereicht. Der Oberbürgermeister bittet Herrn Finken, die neue Fassung kurz zu erläutern.

Herr Finken bringt den Antrag in der neuen Fassung vom 15.11.2017 ein:

*Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:
die Erkenntnisse und Empfehlungen:*

- *des 7. Altenberichts der Bundesregierung, mit dem Schwerpunktthema „Sorge und Mitverantwortung in der Kommune– Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften“;*
- *des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie*
- *Forderungen der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren Organisationen werden in den Potsdamer Seniorenplan eingearbeitet.*

Die Änderungen und Ergänzungen sind bis Dezember 2018 darzustellen.

Begründung:

Der auf der Homepage der Landeshauptstadt Potsdam veröffentlichte Seniorenplan 2016 hatte im Juli 2016 Redaktionsschluss. Er ist gem. DS 17/SVV/0631 Grundlage für den derzeit in Arbeit befindlichen "Aktionsplan Senioren" und sollte daher auf den aktuellen Stand gebracht werden.

Er erklärt, dass der Antrag inhaltlich mit der Version des Ausschusses für Gesundheit, Soziales und Inklusion übereinstimme und die Änderung darin bestehe, dass Teile der Begründung in den Antragstext verschoben wurden.

Frau Dr. Schröter erklärt, dass die Inhalte der Tischvorlage eigentlich bereits mit dem Standardverfahren abgedeckt seien und hinterfragt, ob der Antrag nicht bereits durch Verwaltungshandeln erledigt sei. Herr Finken entgegnet darauf, dass der Antrag nicht durch Verwaltungshandeln erledigt sei, da noch kein Ergebnis vorliege und möchte die Neufassung weiterhin zur Abstimmung stellen.

Antrag zur Geschäftsordnung:

Frau Dr. Schröter, Fraktion DIE LINKE, beantragt die Erledigung durch Verwaltungshandeln festzustellen.

Abstimmung:

Dieser Geschäftsordnungsantrag wird

mit Stimmenmehrheit **abgelehnt**,
bei 4 Ja-Stimmen.

Im Anschluss wird die Vorlage in der neuen Fassung vom 15.11.2017 zur Abstimmung gestellt.

Der Hauptausschuss empfiehlt der Stadtverordnetenversammlung, die folgende neue Fassung zu beschließen:

Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen, die Erkenntnisse und Empfehlungen:

- **des 7. Altenberichts der Bundesregierung, mit dem Schwerpunktthema „Sorge und Mitverantwortung in der Kommune–Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften“,**
- **des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie**
- **Forderungen der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren Organisationen werden in den Potsdamer Seniorenplan eingearbeitet.**

Die Änderungen und Ergänzungen sind bis Dezember 2018 darzustellen.

Abstimmungsergebnis:

mit Stimmenmehrheit **angenommen**,
bei 5 Stimmenthaltungen.

**zu 3.4 Sicherheitspartnerschaft in Potsdam
Vorlage: 17/SVV/0637**

Fraktion CDU/ANW

Herr Finken bringt den Antrag der Fraktion CDU/ANW ein. Er erklärt, dass Sicherheitspartnerschaften aus ausschließlich ehrenamtlich handelnden Bürgern bestehen würden. Aktuell gebe es mit Groß Glienicke und der Kolonie Daheim nur 2 Sicherheitspartnerschaften in Potsdam. Mit dem Antrag soll die Stadt eine positive Stellung beziehen und die Wertschätzung der dort tätigen Bürger zum Ausdruck gebracht werden. Auch die Polizei würde diese Form der Unterstützung begrüßen.

Herr Schüler spricht sich ebenfalls dafür aus, den ehrenamtlich Arbeitenden Wertschätzung zukommen zu lassen. Jedoch würde mit der Formulierung „Die Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam begrüßt“ der Eindruck erweckt, die staatliche Aufgabe der Sorge für die Sicherheit werde den Bürgern überlassen. Aus diesem Grund könne er dem Antrag nicht zustimmen.

Frau Dr. Müller räumt ein, dass die Idee der Sicherheitspartnerschaft bereits in Punkt 3 der kommunalen Kriminalitätsprävention aufgenommen sei. Die Stadt befasse sich schon seit längerem mit Sicherheitspartnerschaften und die bestehenden Partnerschaften würden auch gut unterstützt werden.

Anschließend stellt der Oberbürgermeister den Antrag zur Abstimmung.

Der Hauptausschuss empfiehlt der Stadtverordnetenversammlung, wie folgt zu beschließen:

Die Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam begrüßt und unterstützt die Bildung von Sicherheitspartnerschaften im Bereich der Landeshauptstadt Potsdam gem. Erlass des Brandenburgischen Innenministers „Sicherheitspartner des Landes Brandenburg im Rahmen der Kommunalen Kriminalprävention“ (in Kraft getreten zum 01.06.2017).

Abstimmungsergebnis:

mit Stimmenmehrheit **angenommen**,
bei 4 Gegenstimmen
und 3 Stimmenthaltungen.

zu 3.5 Information über den aktuellen Stand der kommunalen Kriminalitätsprävention gemäß Beschluss: 16/SVV/0719

Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Herr Jetschmanegg, Leiter des Fachbereichs Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung, beginnt den Tagesordnungspunkt mit einer Präsentation über den aktuellen Stand der kommunalen Kriminalitätsprävention, Verknüpfungspunkte zwischen der Polizeiinspektion und der Stadtverwaltung, Themen der Präventionsveranstaltung der Polizeiinspektion Potsdams und Sicherheitspartnerschaften. Insbesondere betont er dabei die positive Zusammenarbeit mit der Polizeiinspektion Potsdam.

Frau Dr. Schröter begrüßt die Form der Präsentation und bittet darum, diese als Anlage an die Niederschrift beizufügen, wogegen sich kein Widerspruch erhebt.

Herr Jetschmanegg ergänzt, dass geplant sei, den momentanen Stand, z.B. in Form eines Videos oder Ähnlichem, bildlich darzustellen und zu präsentieren. Außerdem möchte er die Bürger, die im Rahmen der Sicherheitspartnerschaften ehrenamtlich aktiv waren, zu dieser Präsentation einladen.

Herr Finken sieht den Vorschlag als pragmatisch und zielführend an. Die weitere Entwicklung solle beobachtet und gegebenenfalls nach festgelegten Schwerpunkten ergänzt werden.

Der Oberbürgermeister fasst zusammen, dass die nächste Berichterstattung der Polizei zur Kriminalstatistik um die Schwerpunkte der kommunalen Kriminalprävention ergänzt werden solle.

Auf Nachfrage von Frau Müller, wer diese Schwerpunkte festlege, antwortet der Oberbürgermeister, dass diese vom Hauptausschuss festgelegt werden würden.

Anschließend wird der Verfahrensvorschlag zur Abstimmung gestellt.

Abstimmungsergebnis:
einstimmig angenommen.

zu 3.6 **Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der Bürgerbeteiligung**

Vorlage: 17/SVV/0863

Oberbürgermeister, FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Herr Jonas von der WerkStadt für Beteiligung eröffnet den Tagesordnungspunkt mit einer Präsentation zum Beteiligungspool. Inhalt der Präsentation sind u. a. Eckdaten zum Modellversuch, der Weg zum Aufbau eines Beteiligungspools und die Vorteile eines solchen. Er hebt besonders hervor, dass es sich hierbei um einen Modellversuch handelt und dieser Versuch keine Universallösung darstellen solle.

Herr Schüler spricht sich für den Modellversuch aus, ist jedoch der Meinung, dies werde die „Schlagseite“ des Teilnehmerfeldes an Bürgerbeteiligungsverfahren nicht bzw. nur wenig ausgleichen. Immer dort wo Bürger sich nach ihrem persönlichen Interesse beteiligen, sei es nicht möglich ein ausgeglichenes, zufälliges Teilnehmerfeld zu erzeugen.

Herr Weber hinterfragt, welche Kriterien für die Erfolgskontrolle in diesem Modell vorgesehen seien und ob die Evaluierung von der WerkStadt für Beteiligung selbst durchgeführt werde. Er merkt weiter hin an, dass eine Fachtagung im Mai wegen fehlender Beteiligung abgesagt werden musste, und erkundigt sich danach, ob ein Ersatztermin für diese Veranstaltung in Planung sei.

Herr Jonas erklärt, dass die Evaluierung von einer Forschungspraktikantin durchgeführt werde, welche diese als ihre Masterarbeit verwenden werde. Als Erfolgsmaßstab werde u. a. die Anzahl der angemeldeten Teilnehmer sowie die effektive Nutzbarkeit des Pools herangezogen.

Der Oberbürgermeister fügt ergänzend hinzu, dass der Prozess der Bürgerbeteiligung auch stark von externen Mitarbeitern evaluiert worden sei.

Frau Dr. Schröter spricht sich für das Experiment aus, denkt jedoch, dass man für aktive Beteiligung immer eine Motivationsgrundlage benötige.

Herr Jonas ergänzt, dass Bürger im Zuge ihrer Anmeldung auch bestimmte Interessengebiete angeben können. Im Falle einer Bürgerbeteiligung würden dann vermehrt Bürger ausgewählt werden deren Interessengebiete sich mit dem aktuellen Thema decken. Er stellt hierbei noch einmal klar, dass sich jeder Bürger weiterhin beteiligen kann und niemand ausgeschlossen werde, der Beteiligungspool solle diesen Personenkreis nur erweitern bzw. ergänzen.

Herr Finken befürwortet den Versuch die Teilnehmerzusammensetzung bei Beteiligungsverfahren ausgeglichener zu gestalten, sieht jedoch die Umsetzung als problematisch an.

Auf die erneute Nachfrage von Herrn Weber, ob es für die im Mai ausgefallene Fachtagung einen Ersatztermin gebe, erklärt Herr Jonas, dass ein Ersatztermin für Februar 2018 in Planung sei.

Da der Zeitraum, in dem sich registrierte Bürger in dem Beteiligungspool befinden auf ein Jahr begrenzt ist, schlägt Frau Dr. Müller vor, dass bereits geplante Beteiligungsverfahren für diesen Zeitraum in die Anschreiben an die Bürger mit aufgenommen werden sollten. Sie ist der Meinung, dass viel für die Testdauer von einem Jahr spreche, regt aber an die Dauer auf 2 Jahre zu verlängern, um den hohen Aufwand bei der Gewinnung von Bürgern für diesen Pool zu verringern.

Der Oberbürgermeister erläutert, dass für den Modellversuch ohnehin eine Dauer von 2 Jahren angedacht sei.

Herr Jonas erläutert, die Beteiligungsschwelle liege höher, je länger der Zeitraum gefasst werde. Es sollen am Ende des ersten Jahres aber alle im Beteiligungspool befindlichen Personen erneut angeschrieben werden, um zu erfragen, ob sie ihre Anmeldung für ein weiteres Jahr verlängern möchten. So soll der Folgeaufwand minimiert werden.

Herr Schultheiß spricht sich für das gewählte Modell aus. Die Mitgliederauswahl des Beteiligungsrates sei nach demselben Modell geschehen und habe sehr gut funktioniert. Er schlägt weiterhin vor, den Beteiligungsrat mit einzubeziehen und hinterfragt den Unterschied zwischen dem Beteiligungsrat und dem Beteiligungspool.

Herr Jonas erklärt daraufhin, dass der Beteiligungsrat regelmäßig Sitzungen abhalte, der Beteiligungspool jedoch kein dauerhaftes Gremium sei. Die Teilnehmer des Beteiligungspools würden nur punktuell bzw. zu einem Beteiligungsverfahren aktiv werden.

Herr Sändig habe die Erfahrung gemacht, dass die Bevölkerung Potsdams, die etwas bewirken möchte, bisher immer ein Instrument dafür gefunden habe. Eine zusätzliche Animation sei daher vielleicht gar nicht nötig. Da es sich hierbei aber um einen Modellversuch handle, signalisiert er seine Zustimmung.

Herr Jonas stimmt dem tendenziell zu. Stark engagierte Bürger und Bürgerinnen bringen sich immer gut ein. Mit dem Modellversuch wolle man versuchen auch die Personen zu aktivieren, die sich bislang nicht intensiv beteiligt hätten.

Frau Armbruster unterstützt das Vorhaben, neue Verfahren zu entwickeln, regt aber dazu an, eventuell bestimmte Personengruppen, die sich derzeit schon z.B. als sachkundige Einwohner engagieren, aus dem Beteiligungspool herauszuhalten. Ein weiteres Problem sieht sie darin, neue Bürger und Bürgerinnen zu aktivieren, ohne Anreizmechanismen zu haben.

Herr Jonas erklärt weiter, dass die Bürger im Zuge des Anmeldeverfahrens neben Interessengebieten auch persönliche Umstände wie anerkannte Behinderungen mit angeben können. Dies ermögliche später eine bessere Auswahl von Personen aus dem Pool. Die Bürgerbeteiligung könne so repräsentativer gestaltet werden, als dies bisher der Fall sei. Ein gezieltes Ausgrenzen von bestimmten Personen oder Personenkreisen, wie es von Frau Armbruster angeregt wurde, sei jedoch weder möglich noch gewollt.

Frau Dr. Müller spricht sich dafür aus, das Experiment durchzuführen, da alle Beiträge bisher nur theoretisch waren und „echte“ Ergebnisse nur durch den Versuch ermittelt werden könnten.

Der Oberbürgermeister äußert sich erstaunt über den regen Gesprächsbedarf zum Thema Bürgerbeteiligung und geht davon aus, dass Herr Jonas sicher einige der genannten Vorschläge und Hinweise mit in die Testphase nehmen werde.

Im Anschluss wird die Beschlussvorlage zur Abstimmung gestellt.

Der Hauptausschuss beschließt:

In den Jahren 2018 und 2019 wird modellhaft der verstärkte Einsatz zufallsbasierter Bürgerbeteiligung erprobt. Unter der Bezeichnung „Beteiligungspool“ wird von der WerkStadt für Beteiligung ein zweijähriger Modellversuch durchgeführt.

Begleitend zum Modellversuch wird dieser evaluiert, so dass eine Feinabstimmung des Verfahrens noch in der Modelllaufzeit möglich ist. Die Teilnahme an konkreten Beteiligungsverfahren bleibt auch künftig allen Interessierten offen und ist ausdrücklich nicht auf Personen aus dem „Beteiligungspool“ beschränkt.

Abstimmungsergebnis:
mit Stimmenmehrheit angenommen,
bei einer Stimmenthaltung.

zu 4 Mitteilungen der Verwaltung

zu 4.1 Touristischer Marketingplan 2018

Vorlage: 17/SVV/0854

Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Der Oberbürgermeister bringt die Vorlage ein.

Frau Dr. Müller wundert sich, warum der Touristische Marketingplan nur auf festgelegte Zielgruppen fokussiert ist. Es gebe noch mehr Einwohner in Potsdam

als „Intellektuelle Kulturliebhaber“, „Genussorientierte Naturliebhaber“ oder „Qualitätsbewußte Entschleuniger“, die nicht zwischen 49 und 53 Jahren alt seien und für die auch ein kulturelles und touristisches Angebot bestehen solle. Weiterhin fragt sie, ob sich die im Marketingplan aufgeführten Partnerschaften wie unter anderem die „Stiftung Preußischer Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg“ auch ausreichend finanziell beteiligen würden.

Herr Jennert, Geschäftsführer der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG), antwortet, dass die Themen der Tourismusinformation klar definiert seien und sich die Zielgruppen aus standardisierten Verfahren der bundesweiten Marktforschungen zusammen setzen würden. Mit dem UNESCO Welterbe und den vielen Denkmälern sei Potsdam vor allen Dingen für die „Intellektuellen“ interessant. Es wurden auch schon andere Zielgruppen mit Affinität zu Potsdam ergänzt. Weiterhin spreche man über Social-Media bereits zielgruppenübergreifendes Publikum an. Wolle man den Fokus auf eine neue Zielgruppe legen müsste man entsprechende Produkte für diese entwickeln. Bezüglich der im Marketingplan aufgeführten Partnerschaften erwähnt er, dass man mit den Arbeitspartnern im ständigen Austausch sei. Hierbei handle es sich jedoch nicht um finanzielle Partnerschaften, sondern um gegenseitige Hilfeleistungen für die Produktentwicklung und -verbesserung.

Frau Müller fragt nach, ob Familien mit Kindern für die Erschließung als neue Zielgruppe ungeeignet seien.

Herr Jennert erwidert, dass z.B. Ferienwohnungen durchgehend ausgebucht und die Hotels kaum familienfreundlich seien. Das Hauptziel sei es, mehr Angebote in der Nebensaison zu schaffen, da Potsdam im Sommer schon „ziemlich voll“ sei. So sollen das kulturelle Angebot in den Wintermonaten verstärkt und auch mehr Angebote in Richtung Tagungen und Kongresse geschaffen werden.

Frau Armbruster merkt an, dass der Tourismus hauptsächlich von den Angeboten anderer abhängig sei. Daher wünscht sie sich, dass man Schnittstellen zur Vernetzung mit diesen „Dritten“ einrichte und somit ermögliche, „neue Fenster zu öffnen.“

Herr Jennert räumt ein, dass es solche Instrumente bereits gebe. Es gebe Workshops zur touristischen Markenbildung mit den Arbeitspartnern sowie Infoveranstaltungen. Des Weiteren sei im April ein Tourismustag geplant, an dem die Anwesenden die Themen bestimmen. Dadurch solle mehr Kreativität ermöglicht werden.

Herr Friederich erwähnt, dass die Teilnehmerzahl bei diesen Veranstaltungen groß sei. Er hofft, dass zukünftige Termine nicht mit der Stadtverordnetenversammlung kollidierten, um auch Stadtverordneten die Teilnahme zu ermöglichen. Er schlägt vor, dass sich die weitergehende Entwicklung nicht nur auf die Kerngruppe beschränken solle, um keine Potentiale zu verschenken.

Herr Jennert sichert ihm daraufhin zu, dass die Kommunikation mit den Stadtverordneten gewünscht sei und dies in der künftigen Terminfindung berücksichtigt werde.

Frau Dr. Schröder erkundigt sich, warum Angebote wie Theater, Kabarett oder der Nikolaisaal eher im Hintergrund stünden, woraufhin Herr Jennert entgegnet, dass eher größere Veranstaltungen wie Musikfestspiele auf die

Reiseentscheidung Einfluss hätten. Kaum jemand käme nach Potsdam, um ins Theater zu gehen, denn dies könne man auch in anderen Städten. Man arbeite derzeit aber an einem neuen Internetauftritt der Schiffbauergasse.

Frau Müller bittet darum, die Stadtverordneten wieder regelmäßig zu Infoveranstaltungen einzuladen, wie es damals auch geschehen ist.

Damit schließt der Oberbürgermeister den Tagesordnungspunkt ab.

Die Mitteilungsvorlage wird **zur Kenntnis genommen.**

zu 4.2 Berichterstattung zum Stand der Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025
Vorlage: 17/SVV/0856

Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Herr Jetschmanegg führt in den Tagesordnungspunkt mit einer Präsentation über die Umsetzung der Tourismuskonzeption 2025 ein. Die Schwerpunkte waren u.a. die Infrastrukturentwicklung, die Kommunikation und Produktentwicklung sowie die Organisation und Kooperation.

Der Oberbürgermeister bedankt sich bei Herrn Jetschmanegg und Herrn Jennert und schließt den Tagesordnungspunkt.

Die Mitteilungsvorlage wird **zur Kenntnis genommen.**

zu 4.3 Schulentwicklungsplanung - 8. Sachstandbericht
Vorlage: 17/SVV/0865

Oberbürgermeister, Fachbereich Bildung und Sport

Zu dieser Mitteilungsvorlage besteht kein Redebedarf, sie wird zur **Kennntnis genommen.**

zu 5 Sonstiges

Es gibt keine Informationen.



Kommunale Kriminalprävention - Potsdam sicher gestalten (16/SVV/0719)

Zwischenberichterstattung
HA 15.11.2017

Kernpunkte des Beschlusses

1. Bestehende Kriminalpräventionsmaßnahmen und Aktionspläne darstellen
2. Entwicklung eines übergreifenden Gesamtkonzeptes
3. Prüfung von Sicherheits- und Ordnungspartnerschaften
4. Entwicklung eines Zeit- und Handlungsplanes

Bestehende Kriminalpräventionsmaßnahmen und Aktionspläne

Ziele der Kriminalprävention:

- das Handeln unterhalb der strafrechtlichen Relevanz, der Ordnungswidrigkeit und Bagatellkriminalität zu beeinflussen
- kriminalitätsfördernde Strukturen zu verhindern/minimieren
- Angst u. Verunsicherung zu reduzieren und zu vermeiden
- Sicherheitsgefühl zu stärken

Verknüpfungspunkte zwischen Polizeiinspektion Potsdam und LHP

- Jugendhilfeausschuß
- AG LeRiKo
- AG Medienwerkstadt
- Verein Chillout e.V.
- Arbeitskreis Opferschutz
- Bündnis „Potsdam! bekennt Farbe“
- Fachbereich Ordnung und Sicherheit/
Bereich Allgemeine Ordnungsangelegenheiten

Themen der Präventionsveranstaltungen der Polizeiinspektion Potsdam

- Radfahrprüfung
- Fahrradcodierung
- Cybercrime/Neue Medien
- Drogenprävention
- Gewaltprävention
(Verhalten bei AMOK/Terror, Opferschutz, Vorstellung in
Willkommensklassen, Anti-Konflikttraining)
- Alltagskriminalität gegenüber Senioren
- Verhalten gegenüber Fremden
- Verkehrsunfallprävention
- Einbruchschutz

→ siehe Bericht der Polizeiinspektion Potsdam

Sicherheitspartnerschaften

Zwei Sicherheitspartnerschaften

- Teltower Vorstadt und Groß Glienicke

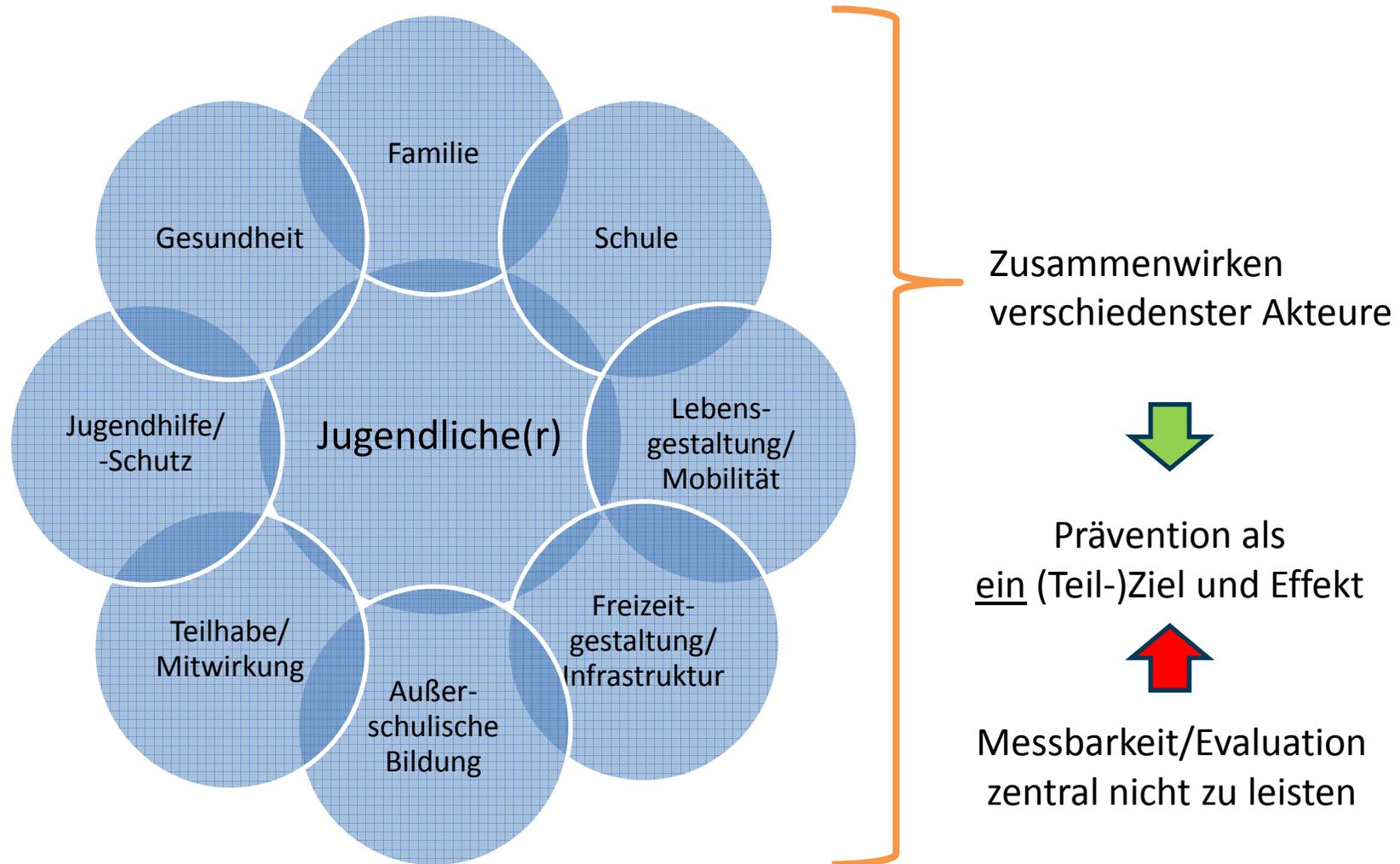
Aufbauversuch für dritte Partnerschaft in der Innenstadt scheiterte

- kein Interesse der Bevölkerung

Einschätzung

- Bildung von Sicherheitspartnerschaften in Großstädten schwierig
- Sicherheitspartnerschaften können nicht erzwungen werden
- Freiwilliges Engagement von Bürger*innen zur Verbesserung der Sicherheitslage ist zu unterstützen
- Öffentlichkeitsarbeit stärken

Beispiel Prävention im Jugendbereich



Vorschlag für das weitere Vorgehen

- Qualifizierung des Berichtes im Hauptausschuss in Kooperation mit der Polizei
 - Lageeinschätzung und Bericht zu Präventionsaktivitäten der Polizei
 - Bericht der LHP zu Präventionsaktivitäten
 - Festlegung von Schwerpunkten
 - Auswertung im Folgebericht im HA
- Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit der LHP zu Themen der Prävention in Kooperation mit Polizei (u.a. Sicherheitspartnerschaften)



Stadtverordnetenversammlung
der
Landeshauptstadt
Potsdam

BESCHLUSS

der 67. öffentlichen Sitzung des Hauptausschusses am 15.11.2017

Modellversuch zum intensivierten Einsatz zufallsbasierter Verfahren in der
Bürgerbeteiligung
Vorlage: 17/SVV/0863

In den Jahren 2018 und 2019 wird modellhaft der verstärkte Einsatz zufallsbasierter Bürgerbeteiligung erprobt. Unter der Bezeichnung „Beteiligungspool“ wird von der WerkStadt für Beteiligung ein zweijähriger Modellversuch durchgeführt.

Begleitend zum Modellversuch wird dieser evaluiert, so dass eine Feinabstimmung des Verfahrens noch in der Modelllaufzeit möglich ist. Die Teilnahme an konkreten Beteiligungsverfahren bleibt auch künftig allen Interessierten offen und ist ausdrücklich nicht auf Personen aus dem „Beteiligungspool“ beschränkt.

Abstimmungsergebnis:

mit Stimmenmehrheit **angenommen.**
bei einer Stimmenthaltung.

Gemäß § 22 Brandenburgische Kommunalverfassung (BbgKVerf) waren keine Mitglieder des Hauptausschusses von der Beratung und Abstimmung ausgeschlossen. Die Übereinstimmung des Beschlusses mit dem Wortlaut in der Niederschrift wird amtlich beglaubigt.

Dem Originalbeschluss werden 6 Seiten beigelegt.

Potsdam, den 16. November 2017

M. Duhn
Schriftführer

Stempel