

# Smart City Potsdam

Smart City  
Potsdam –  
Innovativ.  
Grün.  
Gerecht.

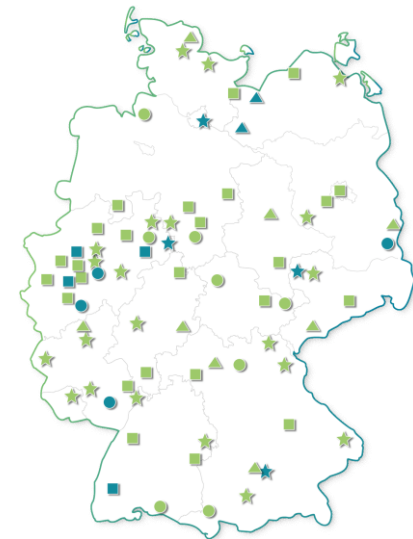
Zusammen  
schaffen wir  
eine nachhaltige  
Stadt für  
morgen!

Fit  
für die  
Zukunft

# Hintergrund zum Modellprojekt

# Was ist das Modellprojekt Smart City?

- Förderung des Bundes bis 31.12.2026
- Investitionen in die Ausgestaltung der Smart City und Smart Region Potsdam
- Eingebettet in Netzwerk von 73 Kommunen





## Wozu das Modellprojekt Smart City?

- Smart City Potsdam ist eine **Chance für Innovation, Vernetzung und Investition** in die Zukunft Potsdams.
- Mit einem **Gesamtvolumen von 15,66 Mio. Euro** können bis Ende 2026 eine Vielzahl von Maßnahmen und Investitionen realisiert werden, die alle auf darauf abzielen Potsdam zukunftsfähig zu machen.
- Die Mittel werden **in die Zukunft investiert** und der Nutzen wird über viele Jahre sichtbar sein.
- Alle Maßnahmen zielen darauf ab einen **nachhaltigen Nutzen** für die Einwohner\*Innen unserer Stadt zu generieren.



## Modellprojekt Smart City: Förderung setzt Rahmen

- Fokus auf **Stadtentwicklung**
- Ziele: modellhaft  
Nutzen für Einwohner\*innen



## Was sind die Rahmendaten des Modellprojekts?

### **1. Phase: Strategieerstellung** (24 Monate) 01/22-12/23

Entwicklung und Beschluss einer Smart City Strategie und Umsetzung erster Maßnahmen

### **2. Phase: Strategieumsetzung** (36 Monate) 01/24-12/26

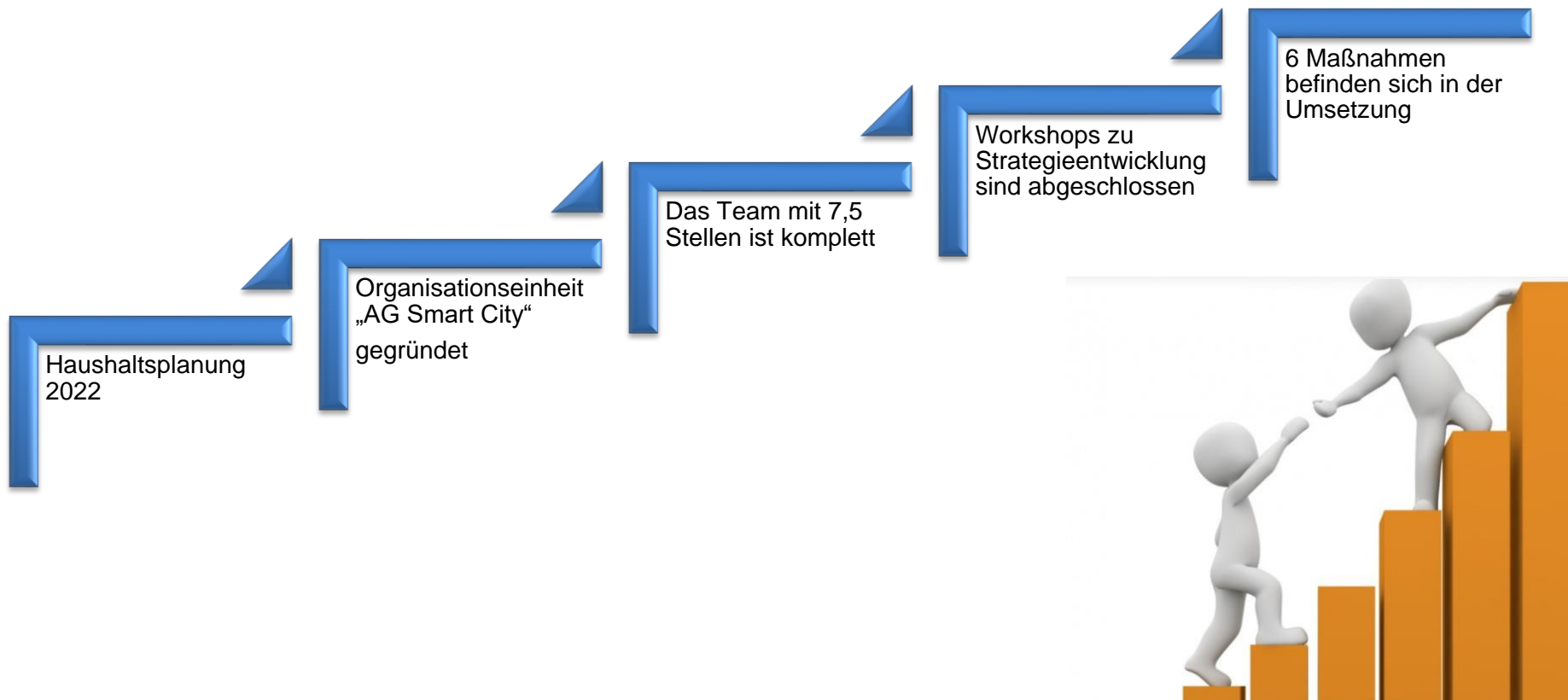
Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie, wobei bereits im Antrag erste Maßnahmen benannt worden sind

# Phase A

Wichtige Schritte sind geschafft!



Landeshauptstadt  
Potsdam



# Projekte in Umsetzung



## 6 Projekte für Potsdam – Grundlagen schaffen, neues erproben

- LoRaWAN
- Urbane Datenplattform
- Potsdam Lab
- Partizipatives Stadtteilmodell
- Klimadashboard
- Partizipationstool

### Digitales Partizipations-Tool

Quelle: Eigene Darstellung



Foto: Entwicklungsträger  
Kramnitz – Pro Potsdam



Quelle: EWP (LoRaWAN-  
Pilotprojekt)



Foto: HPI



Quelle: Pixabay

- **LoRaWAN**, in Kooperation mit der SWP (bis 09/2023)
  - **Pilotanwendungen** Bodenfeuchte, Parkraumüberwachung, Luftgüte und Serverraumüberwachung
  - **Begleitstudie** zum Netzaufbau durch Travekom
  - Beschaffung von **Gateways**
  - Beschaffung von **Sensoren** (u.a. CO2-Sensoren Schulen und Meetingräume, Füllstandssensoren, Bodenfeuchte, Radverkehrssensoren)



Quelle: EWP (LoRaWAN-Pilotprojekt)



Quelle: Olaf Gutowski

- **Urbane Datenplattform**, in Kooperation mit der SWP (bis 09/2023)
  - Beauftragung **Dienstleister** Hypertegrity erfolgt
  - Umsetzung nutzerzentriertes **Design**
  - Programmierung **Prototyp** „Software as a Service“ bis September 2023, danach Betrieb durch SWP
  - Geplante **Daten**: LoRaWAN, statische Daten und Statistiken, externe dynamische Daten, Geoinformationsdienste



Quelle: Pixabay

- **Potsdam Lab**, in Kooperation mit ProWissen e.V.
  - Beauftragung Planer, Beschaffung Möbel, IT und Technik
  - Interimsmanagement in Beauftragung ab 07/2023, Erarbeitung eines Betriebskonzepts
  - Eröffnung 2. Jahreshälfte 2023 im Probebetrieb

3D-Grundriss Potsdam Lab



- **Partizipatives Stadtteilmodell**, in Kooperation mit dem ETP (bis 09/2023)
  - Dienstleister beauftragt (Programmierung und Modellbau)
  - Programmierung Stadtteilmodell Krampnitz mit Daten der ETP
  - Zwei zentrale Elemente: „Bürgerview“ & „Planerview“



Foto: Entwicklungsträger  
Krampnitz – Pro Potsdam



Quelle: Anmutung Krampnitz.  
Foto Machleidt GmbH



- **Klimadashboard**

- Visualisierungstool: Darstellung jährlicher THG-Emissionen & Umsetzung des Masterplan 100% Klimaschutz
- Leistungsbeschreibung erstellt; Vergabe und Umsetzung vorgesehen bis 2. Jahreshälfte 2023



Quelle: © ad modum GmbH

- **Partizipationstool**

- Leistungsbeschreibung in Finalisierung
- Vergabe und Umsetzung vorgesehen bis 2. Jahreshälfte 2023
- Module: Beschwerde (Mängelmelder); Ideen/Anregungen; Diskussionsforum; Umfragen

Digitales  
Partizipations-Tool

Quelle: Eigene Darstellung

# Smart City Strategie

## Mit Strategie für Potsdam – Rückblick 2022 & 2023

### Bestandsaufnahme (2022)

- 20 Expert:innen-Interviews
- 1x Umfrage kommunale Unternehmen
- Vergleich mit anderen Kommunen

### Beteiligung (06/2022 & 03/2023) → 22 Formate

- 1x Bürgerumfrage 2022
- 5x2 Fachworkshops Verwaltung und kommunale Unternehmen
- 4x Strategiewerkstätten
- 2x Workshops Smart Region
- 2x Workshop SVV Fraktionen / Fraktionslose
- 1x Markt der Möglichkeiten
- 2x Jugendbeteiligung, Schule am Stern



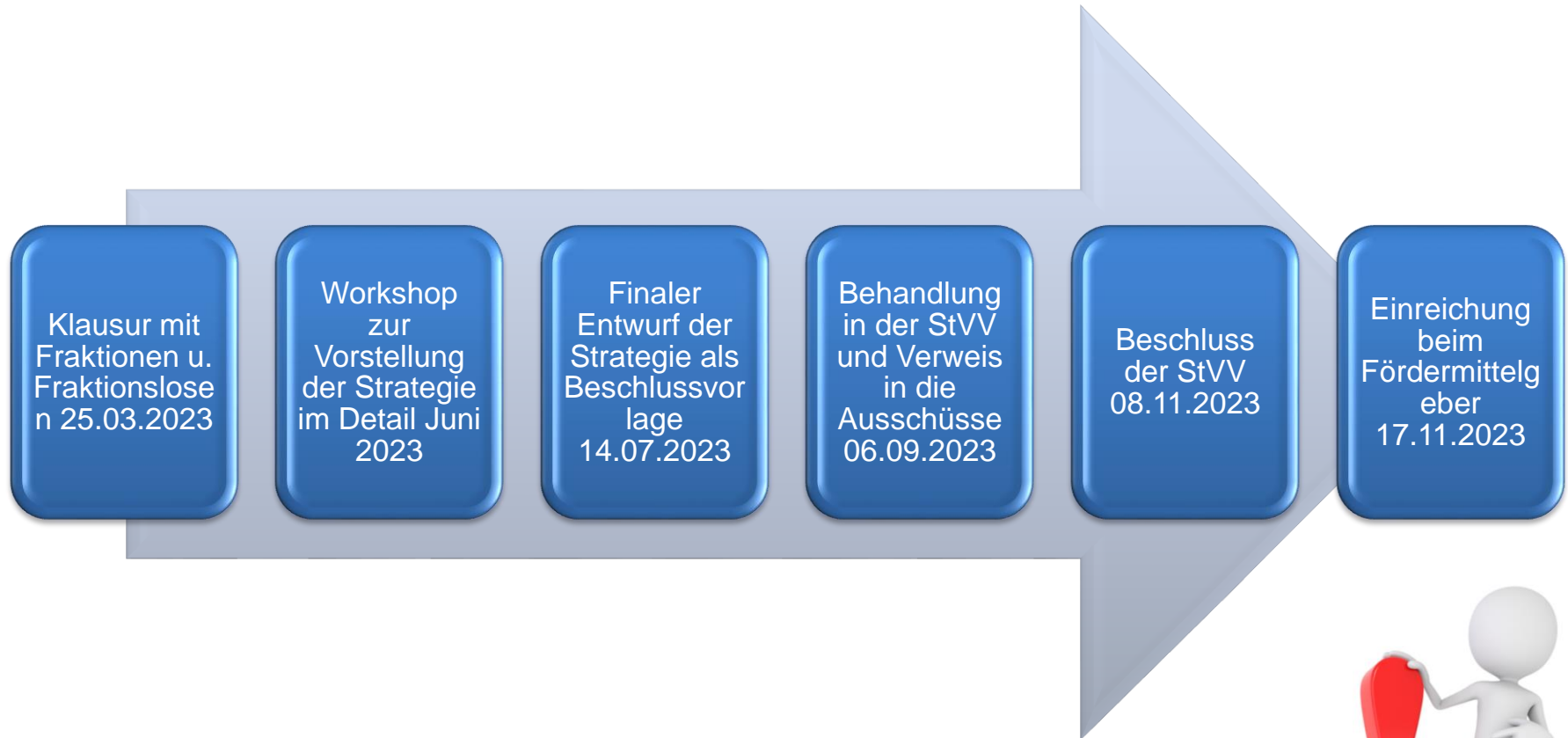
Quelle: © Olaf Gutowski



Quelle: © Olaf Gutowski

# Phase A

## Zeitplan bis zum Strategiebeschluss



**Achtung, ohne Beschluss bis zum 08.11.2023, scheitert die Förderung!**





# Phase B

## Welche Maßnahmen kommen?



- Auf Basis der Workshops wurden geeignete Projekte herausgearbeitet, hinsichtlich Machbarkeit und Zweckerfüllung bewertet und mit dem Fördermittelgeber fachlich vorbesprochen.
- Ein Portfolio von 6 Maßnahmenbündeln wird in den Entwurf der Strategie aufgenommen.
- In der StVV am 08.11.2023 soll die Smart City-Strategie inkl. der Maßnahmen beschlossen werden.
- Der Fördermittelgeber prüft und bestätigt die Maßnahmen, sodass ab 2024 die Umsetzung erfolgen kann.



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

## Kontakt:

Benno Keppner  
Arbeitsgruppenleiter  
Arbeitsgruppe Smart City  
Tel.: 0331/289 – 1489  
E-Mail:  
[Benno.Keppner@rathaus.potsdam.de](mailto:Benno.Keppner@rathaus.potsdam.de)

Sitzung des Hauptausschuss der Landeshauptstadt Potsdam  
am 28.06.2023

# UNTERNEHMENSPRÄSENTATION PMSG POTSDAM MARKETING UND SERVICE GMBH

# Potsdam aus Gästesicht

POTSDAM  
MARKETING  
UND SERVICE





# Das sagt die Marktforschung



## Spontan-Assoziationen: Top 20 Assoziationsunterkategorien übergreifend – Wordcloud



Anmerkung: Die Darstellung orientiert sich an der mengenmäßigen Verteilung der Top 20 Assoziationsunterkategorien zum Reiseziel Potsdam im Quellmarkt Deutschland, d.h. desto größer die jeweilige Unterkategorie dargestellt ist, umso häufiger – jedoch nicht linear – wurde diese mit dem Reiseziel Potsdam assoziiert.



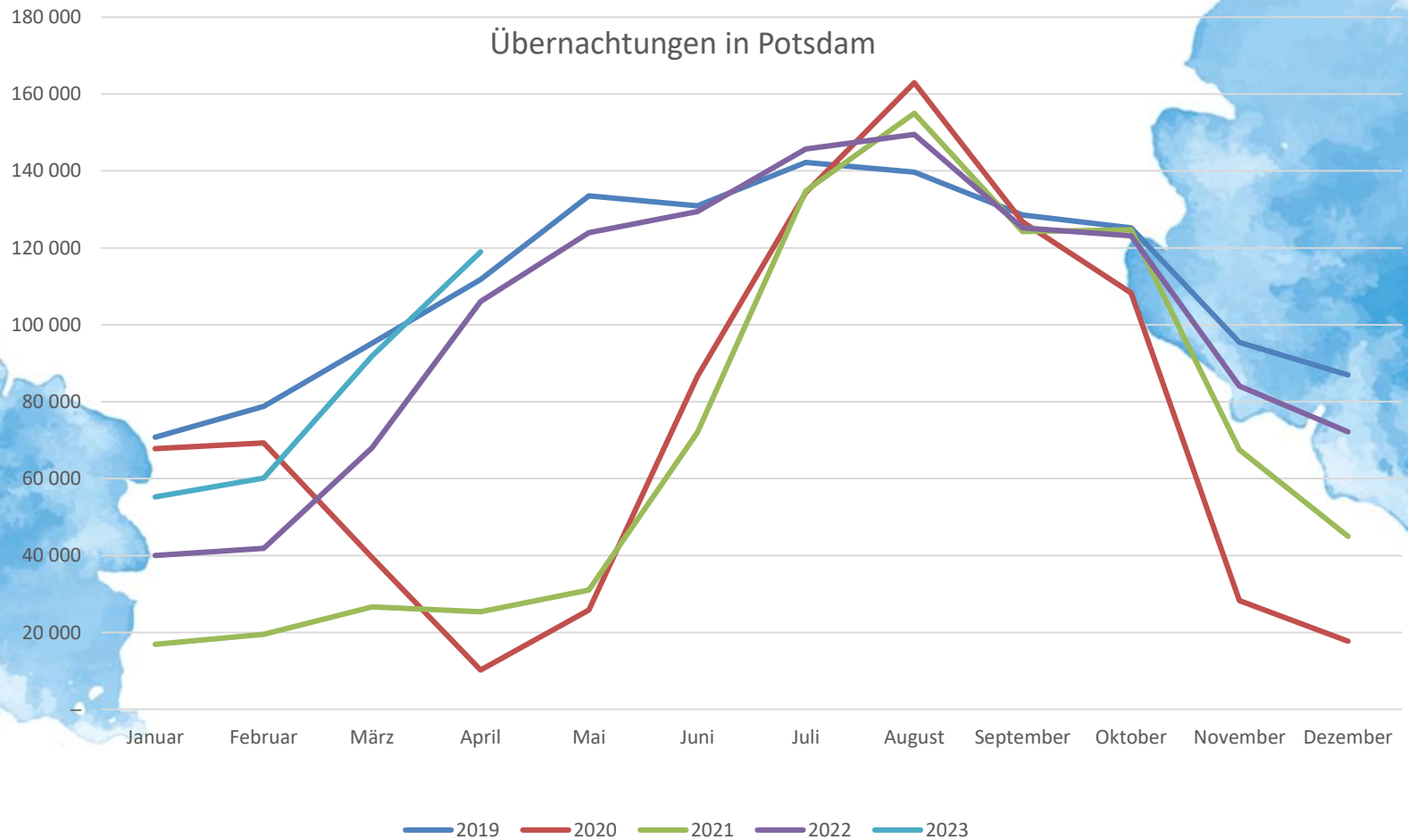
# Wettbewerbsvergleich Großstädte






„kulturell interessant“		
Ranking der Kategorie: Großstädte (Ø = 37%)		
Rang	Abgefragte Reisezielbezeichnung	%-Wert
1	Hamburg	
2	Wien	
3	Heidelberg	
4	Leipzig	
5	Nürnberg	
<b>6</b>	<b>Potsdam</b>	<b>46%</b>
7	Freiburg im Breisgau	
8	Trier	
9	Frankfurt am Main	
10	Basel	
11	Stuttgart	
12	Erfurt	
13	Kassel	
14	Mainz	
15	Darmstadt	
16	Saarbrücken	
17	Duisburg	
18	Cottbus	



## Der Klassiker: Übernachtungen



## Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2019<sup>1</sup> /2020

MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilist*innen <sup>2</sup>	2019 0,074 Mio. 2020 0,075 Mio.	x x	44, <sup>10</sup> € 40, <sup>10</sup> €	= =	3,3 Mio. € 3,0 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten) <sup>3</sup>	2019 0,13 Mio. 2020 0,120 Mio.	x x	76, <sup>80</sup> € 64, <sup>20</sup> €	= =	10,0 Mio. € 7,7 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) <sup>4</sup>	2019 1,299 Mio. 2020 0,835 Mio.	x x	184, <sup>30</sup> € 155, <sup>40</sup> €	= =	239,4 Mio. € 129,8 Mio. €
 Tagesreisen	2019 18,1 Mio. 2020 15,1 Mio.	x x	32, <sup>60</sup> € 25, <sup>00</sup> €	= =	590,1 Mio. € 377,5 Mio. €
<b>GESAMT</b>	<b>2019 19,603 Mio.</b>				<b>842,8 Mio. €</b>
<b>GESAMT</b>	<b>2020 16,130 Mio.</b>				<b>518,0 Mio. €</b>

<sup>1</sup> Alle nicht für einen Tagpauschalpreis bestimmten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif, die Werte verstehen sich als gerundete Werte.

<sup>2</sup> Angaben der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH, Potsdam 2021; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018 und 2019; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2021.

<sup>3</sup> Auskünfte und Statistiken der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH, Potsdam 2021; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2021.

<sup>4</sup> Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Potsdam 2021.

# 100. Podcast - #deinpotsdam.de

POTSDAM  
MARKETING  
UND SERVICE



## Dein Potsdam-Podcast

So hört es sich an, wenn eine Stadt aus dem Nähkästchen plaudert – so klingt Dein Potsdam-Podcast. In rund 20 Minuten ertönen kleine Anekdoten und inspirierende Geschichten. Anne von der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH plaudert mit ihren KollegInnen über Lieblingsorte und Erlebnisse abseits der touristischen Pfade. Potsdamer Köpfe geben Einblick hinter die Kulissen und erwecken das Potsdam-Gefühl zum Leben.

### Jewcy Movies in Potsdam



Ausstellungen, Kunst, Konzerte – Potsdam versüßt dir die Wartezeit auf den Sommer mit vielen tollen Veranstaltungen. Wenn du Filme und Festivals magst, haben wir den passenden Tipp für dich: Das Jüdische Filmfestival Berlin | Brandenburg findet vom 13. bis 18. Juni statt und beleuchtet jüdische Geschichte, Gegenwart und Zukunft. Manchmal mit einem Augenzwinkern, aber immer tiefgründig. Mehr über die Idee der Festspiele, die Organisation und die Filme erfährst du in der 100. Podcast-Episode mit Anne und Andreas Stein.

Dein Potsdam  
Jewcy Movies in Potsdam

SOUNDCLOUD  
Share

18:20

▶ 232

[Privacy policy](#)



# Instagram - 20.000 Follower

<https://www.instagram.com/deinpotsdam/>

**POTSDAM**  
MARKETING  
UND SERVICE



deinpotsdam

Gefolgt ▾

Nachricht senden



2.149 Beiträge

20.600 Follower

1.011 Gefolgt

**Potsdam Tourismus**

Tourismus- und Kulturmarketing für die Landeshauptstadt Potsdam

#deinpotsdam ❤️

© PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

Highlights:

[linkin.bio/deinpotsdam](https://linkin.bio/deinpotsdam)

Abonniert von [makramarthe\\_](#), [marthej](#), [hauptstadt.tv](#) und 40 weiteren



Feature W.



PODCAST



Küchengeflüs...



FILM



CITY TOUR



Adventskal...



InstaWalk '22

BEITRÄGE

REELS

MARKIERT



# PMSG ist Vorbild - Mobile Tourist Information

248 Follower:innen

1 Monat • 🌐

🌐 Städteübergreifender Dialog im Tourismus – Ein Blick nach Rostock & Warnemünde 🍷

...

... mehr anzeigen





# PMSG – Das Unternehmen

**POTSDAM**  
MARKETING  
UND SERVICE



- Tochtergesellschaft des städtischen Unternehmensverbundes ProPotsdam GmbH
- arbeitet auf der Grundlage der Betrauung von 2015 bzw. 2017
  - Weiterführung der Wahrnehmung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing
  - kontinuierlich und strategisch ausgerichtete touristische Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam (LHP) bis längstens Ende 2027
  - Unternehmenszweck der PMSG: Umsetzung des Tourismus- und Kulturmarketings der Landeshauptstadt Potsdam (in der Praxis ist das Kulturmarketing aktuell nur bedingt Aufgabe der PMSG)

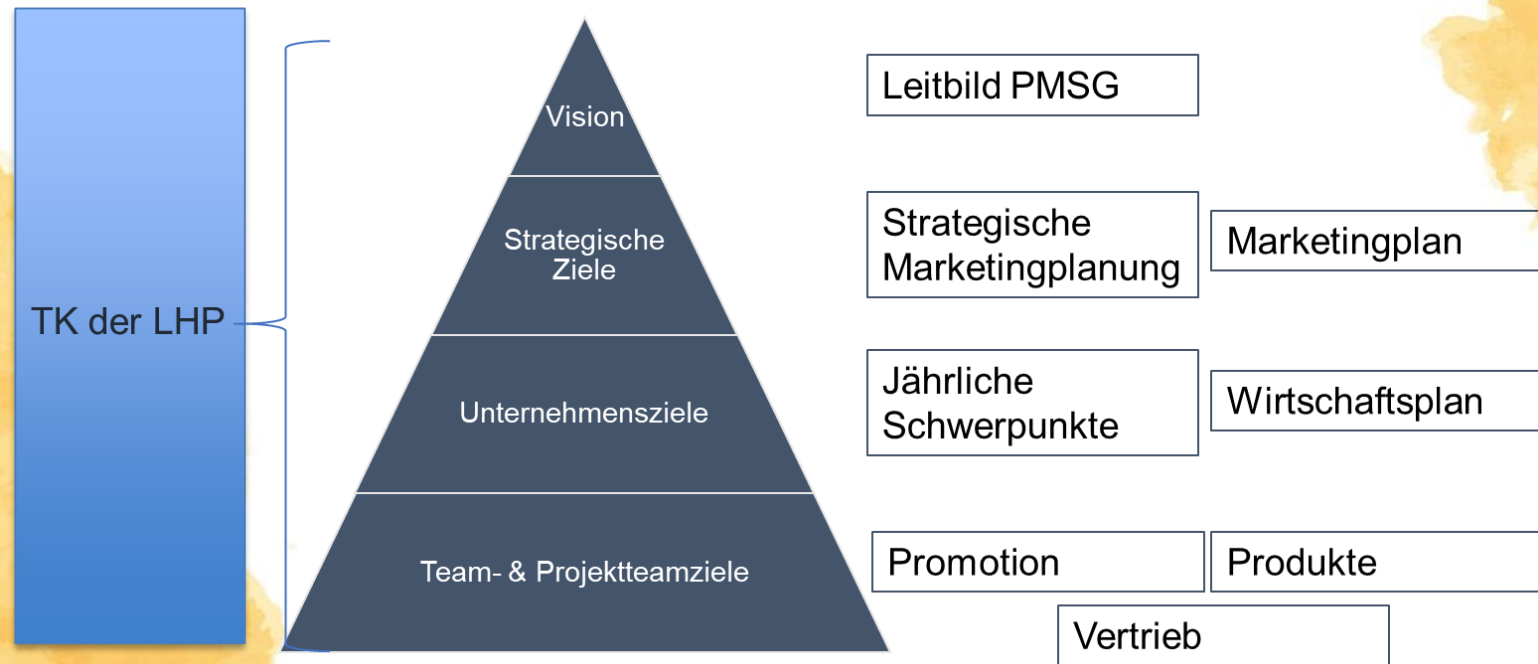
# Strategische Unternehmensausrichtung

Arbeit der PMSG richtet sich im Rahmen der Handlungsfelder der TK aus.

So finden Kampagnen-, Konzept- und Strategie(weiter)entwicklungen fortlaufend zu folgenden Themen statt:

- Nachhaltigkeit  
(Zertifizierung der Destination Potsdam als Nachhaltiges Reiseziel)
- Marktforschung
- Digitalisierung (Tourism Data Hub, VA, PTS)
- Binnenmarketing  
(Netzwerkpartner-Strategie)
- Tourismusmarke Potsdam

# PMSG – Zielsystem



# Tourismusbeirat

POTSDAM  
MARKETING  
UND SERVICE



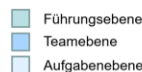
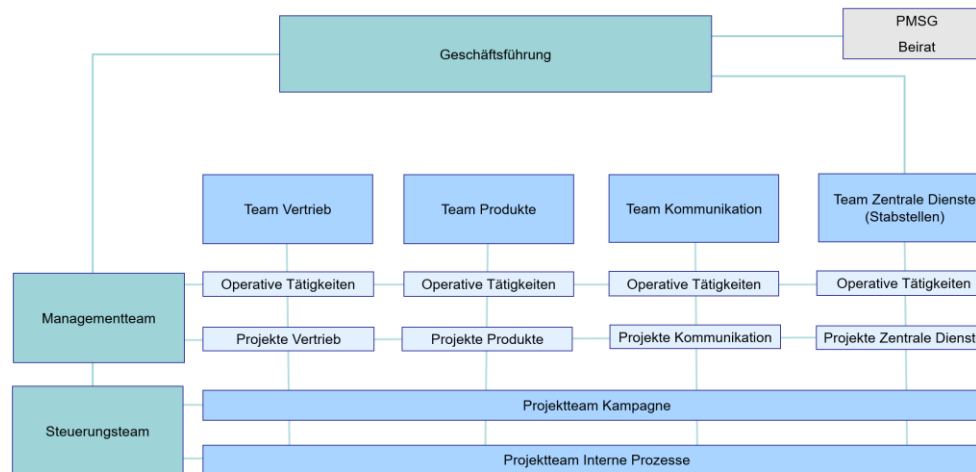
- Berufung des Tourismusbeirates der PMSG als eines der wichtigsten touristischen Gremien in Potsdam – erste Sitzung am 05. Juli 2023
- zur dauerhaften Beteiligung der Stakeholder auf strategischer Ebene
- zur Verbesserung der Sichtbarkeit und Relevanz des Tourismus
- Ziel: Begleitung der PMSG in Fragen des Marketings und der Tourismusentwicklung

# Entwicklung in ein agiles Unternehmen

- seit 2021 durchläuft die PMSG einen tiefgreifenden Change-Prozess zur Entwicklung in ein agiles Unternehmen in Hinblick auf ihre Vision

*„Wir entwickeln uns von einer Destination Marketing Organisation zu einer Destination Management Organisation.“*

- Umsetzung der Projektarbeit und des operativen Geschäfts in den Teams:





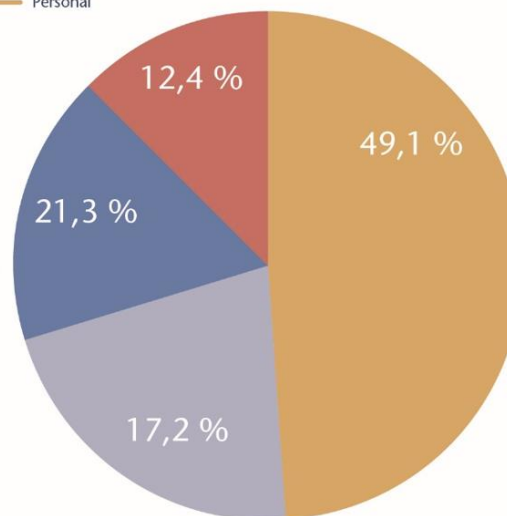
# Betriebswirtschaftliche Betrachtung 2022



## Verhältnis der einzelnen Kosten zu den Gesamtkosten in 2022

2022	
<b>Gesamt</b>	<b>2.997.161,75 €</b>
Personal	1.471.973,27 €
Service (Tourist Informationen, Service Center, Gruppenservice)	514.441,92 €
Marketing	372.388,94 €
Verwaltungskosten	638.357,62 €

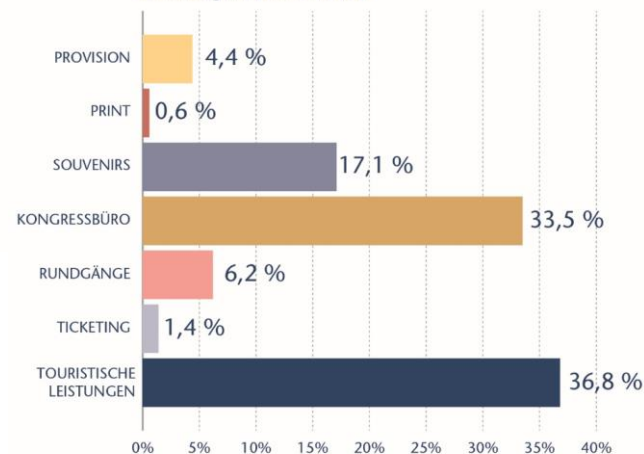
— Service  
— Marketing  
— Verwaltungskosten  
— Personal



## Aufteilung Erträge in Zuschüsse und selbsterwirtschaftete Erträge

2022	
<b>Gesamt</b>	<b>3.010.406,15 €</b>
eigene Erträge	804.506,15 €
Fehlbedarfsdeckung der LHP	2.205.900,00 €

## Aufteilung der Erlöse in 2022





# PMSG Personalkosten im Vergleich



Aktuelles 40h Gehalt der PMSG (AN Jahresgesamt-betrag)	40h Gehalt nach TVöD-VKA (AN Jahresgesamt-betrag)	Differenz in €	Differenz in %
1.479.215,16 €	1.745.427,00 €	- 266.211,84 €	18,00 %

AG-Jahrespersonealkosten = 1.555.058,10 €

Differenz zu TVöD laut Tabelle = 1.555.058,10 € \* 18,00 % = 279.910,46 €

AG-Jahrespersonealkosten nach TVöD = 1.555.058,10 € + 279.910,46 €  
= 1.834.968,56 €

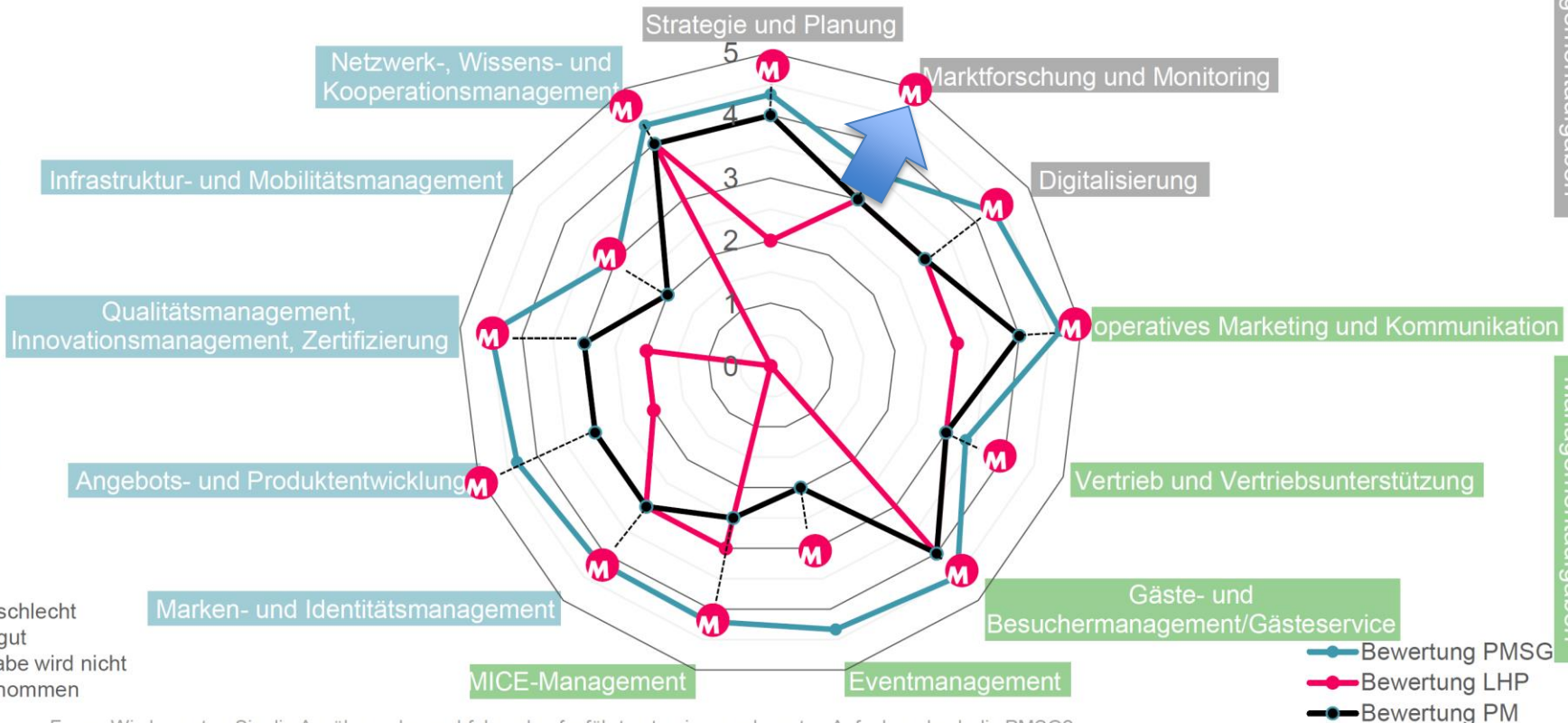
# Evaluierung- KompetenzKompakt

## Gutachterliche Bewertung: Aufgabenausführung & Ambition PROJECT M (PM)

Aktualisierte Bewertung der Ausübung tourismusrelevanter Aufgaben durch die PMSG inkl. Darstellung des anzuvisierenden Ambitionsniveaus **M** seitens PROJECT M

übergeordnete  
Managementaufgaben

aufwengerichtete  
Managementaufgaben



binnengerichtete  
Managementaufgaben

Skala  
1=sehr schlecht  
5=sehr gut  
0=Aufgabe wird nicht  
wahrgenommen

Frage: Wie bewerten Sie die Ausübung der nachfolgend aufgeführten tourismusrelevanten Aufgaben durch die PMSG?  
(Skala 1=Aufgabenbereich wird sehr schlecht ausgeführt bis 5=Aufgabenbereich wird sehr gut ausgeführt, 0=Aufgabenbereich wird nicht wahrgenommen);  
Befragten (n=7)



# Entwicklungsbedarfe / Maßnahmenplan

## Übersicht der zentralen Impulsprojekte 2023 / 2024

- **Marktforschungs-Konzept:** Systematik zur dauerhaften Sammlung und Kommunikation / Auspielung von Marktforschungsdaten
- **Nachhaltigkeits-Strategie:** Einleitung eines Prozesses hin zur nachhaltigen Destination (Analyse des Status-Quo, Ziele und Strategie, Partner-Einbindung, Aktionsplan, Maßnahmen-Umsetzung, Monitoring und Bewertung, Zertifizierung)
- **Digitalisierung / Website 2.0:** Relaunch der digitalen Kanäle mit Service- und Vertriebslösungen auf zeitgemäßem technischen Niveau
- **Markenmanagement:** Roll-Out der Tourismusmarke im touristischen Netzwerk (Einfluss auf Qualitätsmanagement)
- **Produktmanagement:** Stärkung Ausbau Produktinnovationen (Design-Thinking-Ansatz) über zielorientiertes Produktmanagement und Kollaboration mit dem Netzwerk
- **Green Meeting:** Initiierung Change zur Green Meeting Destination (vgl. Nachhaltigkeits-Strategie) auch zur Differenzierung ggü. Berlin
- **PMSG-Beirat:** Implementierung eines Beirates zur stärkeren Einbindung der Tourismuswirtschaft und strategischer Entscheidungsträger der LHP
- **Netzwerk-Konzept:** Übergeordnetes Konzept zur systematischen Einbindung und Qualifizierung des Netzwerks (Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Marketing, Marke, Produkt, und Qualität)



# Fazit

- Der Tourismus in Potsdam ist auf dem besten Weg die Zahlen von 2019 zu erreichen, wenn nicht gar zu überschreiten.
- Potsdam hat bislang kein Defizit in der Außenwahrnehmung - weder Qualitativ noch Quantitativ. Ohne kontinuierliche Marktbearbeitung kann sich dies auch kurzfristig ändern (Bsp. Ostseeküste)
- Der Fachkräftemangel ist deutlich spürbar. Die Inflation sorgt für höhere Einstieggehälter bzw. eine höhere Erwartung an die Gehaltsentwicklung. Arbeitsplatzwechselentscheidungen werden schneller gefällt.
- Die Zukunftsaufgaben, das Erreichen des Ambitionsniveaus aus dem KompetenzKompaktgutachten sind nur über zusätzliche Ressourcen oder Synergieeffekte zu erzielen.

*Danke für Ihre Aufmerksamkeit*