



23/SVV/0935

Mitteilungsvorlage
öffentlich

Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

bezügl. DS Nr. 23/SVV/0007

<i>Geschäftsbereich:</i> Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation und Partizipation	<i>Datum</i> 13.09.2023	
<i>geplante Sitzungstermine</i> 27.09.2023	<i>Gremium</i> Hauptausschuss	<i>Zuständigkeit</i> zur Kenntnis

Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

Mit Beschluss des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam (TK) am 1. März 2023 (DS 23/SVV/0007) wurde festgelegt, dass die Stadtverordnetenversammlung mindestens einmal im Jahr schriftlich über die Umsetzung des TK und dessen Weiterentwicklung zu informieren ist.

Die Berichterstattung enthält darüber hinaus Informationen über die touristische Entwicklung im Jahr 2022 sowie im ersten Halbjahr 2023.

Anlagen:

- 2 2023-08-22 Bericht_TK_Zusatzinfos_Vorlage_HA
- 3 2023-08-28_Bericht_Umsetzung_TK_final

öffentlich
öffentlich

Pflichtige Zusatzinformationen zur Vorlage

Betreff:

Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

öffentlich nicht öffentlich

► **Berücksichtigung Gesamtstädtischer Ziele** ja nein

<input checked="" type="checkbox"/> Digitales Potsdam	<input checked="" type="checkbox"/> Wachstum mit Klimaschutz und hoher Lebensqualität	<input type="checkbox"/> Vorausschauendes Flächenmanagement
<input type="checkbox"/> Bedarfsorientierte und zukunftsfähige Bildungsinfrastruktur	<input checked="" type="checkbox"/> Umweltgerechte Mobilität	<input checked="" type="checkbox"/> Bürgerschaftliches Engagement
<input type="checkbox"/> Investitionsorientierter Haushalt	<input checked="" type="checkbox"/> Vielseitiges Unternehmertum	<input type="checkbox"/> Bezahlbares Wohnen und nachhaltige Quartiersentwicklung

Bezug zum Strategischen Projekt (falls möglich):

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

► **Finanzielle Auswirkungen** ja nein

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

Fazit der finanziellen Auswirkungen:

Kurze Zusammenfassung der Pflichtanlage (keine Wiederholung)

Der vorliegende Bericht selbst hat keine finanziellen Auswirkungen. Die Umsetzung der Einzelmaßnahmen des TK steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über die Haushaltspläne der jeweiligen Jahre und die finanzielle Ausstattung der PMSG im Rahmen der Haushaltskonsultationen.

► **Berechnungstabelle Demografieprüfung**

Wirtschaftswachstum fördern, Arbeitsplatzangebot erhalten bzw. ausbauen Gewichtung: 30	Ein Klima von Toleranz und Offenheit in der Stadt fördern Gewichtung: 10	Gute Wohnbedingungen für junge Menschen und Familien ermöglichen Gewichtung: 20	Bedarfsgerechtes und qualitativ hochwertiges Betreuungs- und Bildungsangebot für Kinder u. Jugendl. anbieten Gewichtung: 20	Selbstbestimmtes Wohnen und Leben bis ins hohe Alter ermöglichen Gewichtung: 20	Wirkungsindex Demografie	Bewertung Demografie-relevanz
30					900	0

► **Klimaauswirkungen** positiv negativ keine

Fazit der Klimaauswirkungen:

Die Umsetzung des TK hat keine unmittelbaren Klimaauswirkungen. Dennoch wird aus dem Bericht ersichtlich, dass Nachhaltigkeit im Tourismus ein Thema ist, dass zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

Stand: 28. August 2023



© Landeshauptstadt Potsdam

Inhalt

1. Vorbemerkung	2
2. Evaluierung der Betrauung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH.....	3
3. Fortschreibung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam.....	4
4. Wesentliche Anpassungen innerhalb des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam.....	6
5. Stand der Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam.....	9
5.1 Maßnahmenwerkstatt.....	9
5.2 Fokus Schlüsselprojekte.....	10
5.2.1 Handlungsfeld Infrastrukturentwicklung.....	11
5.2.2 Handlungsfeld Qualitätssicherung und –entwicklung.....	14
5.2.3 Handlungsfeld Angebots- und Produktentwicklung.....	15
5.2.4 Handlungsfeld Kommunikationsperformance.....	17
5.2.5 Handlungsfeld Tourismusmanagement und Kooperation.....	18
6. Touristische Entwicklung 2022 und im ersten Halbjahr 2023.....	22
6.1 Entwicklung der touristischen Nachfrage.....	22
6.2 Entwicklung des touristischen Übernachtungsangebotes.....	24
7. Ausblick.....	27

1. Vorbemerkung

Bisher bildete die „Tourismuskonzeption 2025 für die Landeshauptstadt Potsdam“, von der Stadtverordnetenversammlung am 1. März 2017 ([DS 17/SVV/0060](#)) beschlossen, die Grundlage für die touristische Arbeit in Potsdam. Die „Tourismuskonzeption 2025“ wurde, beginnend im Dezember 2021, fortgeschrieben. Diese Aktualisierung und Überarbeitung wurde als „Tourismuskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam“ am 1. März 2023 von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen ([DS 23/SVV/0007](#)). Das „Tourismuskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam“ (im Folgenden als TK abgekürzt) ist nun die wesentliche Handlungsgrundlage für die weitere touristische Arbeit der Landeshauptstadt Potsdam (im Folgenden als LHP abgekürzt) und der von ihr betrauten PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH (im Folgenden als PMSG abgekürzt).

Der letzte Bericht über die touristische Entwicklung Potsdams wurde dem Hauptausschuss am 20. September 2021 vorgelegt. Der Fokus der Arbeit in der zweiten Jahreshälfte 2021 sowie im Jahr 2022 lag darauf, die PMSG einer externen Evaluierung zu unterziehen sowie die Tourismuskonzeption fortzuschreiben. Deshalb wurde 2022 kein Bericht zur Umsetzung der TK vorgelegt. Dem Hauptausschuss wurde am 29. Juni 2022 der „Jahresgeschäftsbericht 2021 der PMSG“ zur Kenntnis gegeben ([22/SVV/0578](#)). Dieser fokussierte auf die einschneidenden Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Tourismus in Potsdam und die Arbeit der PMSG sowie v. a. auf die Darstellung der geleisteten Marketingaktivitäten und somit auf die Umsetzung der Maßnahmen in den Handlungsfeldern „Angebots- und Produktentwicklung“ sowie „Kommunikation und Vertrieb“.

Im vorliegenden Bericht wird auf die vorgenommenen Änderungen und Anpassungen durch die Fortschreibung des TK eingegangen und über den aktuellen Stand sowie den bereits erreichten Status Quo der Umsetzung der Maßnahmen, v. a. in den Handlungsfeldern „Infrastrukturentwicklung“ und „Organisation und Kooperation“ informiert. Außerdem wird die touristische Entwicklung Potsdams im Jahr 2022 sowie im ersten Halbjahr 2023 anhand der Auswertung statistischer Daten betrachtet.

2. Evaluierung der Betrauung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

Mit Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 1. Juli 2015 (DS 15/SVV/0477) wurde die Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft in der Landeshauptstadt Potsdam mbH, jetzt PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing und Tourismusinformation bis längstens 31. Dezember 2017 betraut. Am 7. Juni 2017 hat die Stadtverordnetenversammlung (im Folgenden als SVV abgekürzt) die Weiterbetrauung des Unternehmens ab 2018 bis längstens 31. Dezember 2027 beschlossen (DS 17/SVV/0371). Verbunden mit dem Beschluss zur Weiterführung der Betrauung war der Auftrag an den Oberbürgermeister, der SVV nach spätestens fünf Jahren (d.h. spätestens 2022) einen extern erstellten Evaluationsbericht vorzulegen.

Mit der Erstellung des Evaluationsberichtes wurde nach einer Ausschreibung das Unternehmen PROJECT M beauftragt. Das Unternehmen hat in mehreren Phasen eine Analyse erstellt, die in einer Kurz- und einer Langfassung vorgelegt wurde. Die Ergebnisse wurden gemeinsam vom Bereich Marketing der LHP und der PMSG ausgewertet. Auf dieser Grundlage wurden gemeinsam Schlussfolgerungen abgeleitet und die Maßnahmen anhand der Handlungsempfehlungen von PROJECT M in der Priorisierung angepasst. Der Evaluationsbericht wurde der SVV zusammen mit der Maßnahmenübersicht am 25. Januar 2023 zur Kenntnis vorgelegt (DS 23/SVV/0006). Nach der Überweisung in den Ausschuss für Kultur sowie den Ausschuss für Stadtentwicklung, Bauen, Wirtschaft und Entwicklung des ländlichen Raumes hat auch der Hauptausschuss am 8. Februar 2023 den Evaluationsbericht zur Kenntnis genommen.

3. Fortschreibung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

Die Tourismuskonzeption 2025 bildete seit 2017 die Grundlage für die touristische Arbeit in Potsdam. Eine erste Fortschreibung und Anpassung des Konzeptes erfolgte bereits 2019 (DS 20/SVV/1373), und damit zu einem Zeitpunkt, als die Corona-Pandemie noch nicht absehbar war. Damals bestand Konsens darüber, dass die strategische Basis der Tourismuskonzeption 2025 sowie die darin formulierten Ziele für die touristische Entwicklung Potsdams weiterhin Bestand haben. Bis 2019 gab es hinsichtlich der Anzahl der Gästeankünfte und der Übernachtungen in Potsdam nämlich nur den Wachstumstrend. Die beiden Corona-Jahre und die dramatische Entwicklung bezüglich des Fachkräftemangels haben diesen Trend abrupt gestoppt. Deshalb war es erforderlich, die bisherigen Annahmen und Schlussfolgerungen, die Potsdams Tourismuskonzeption aus dem Jahr 2017 zugrunde lagen, zu hinterfragen.

Dieser Aufgabe konnte man sich aber nicht stellen, ohne zugleich die Entwicklungen zu betrachten, die sich zu diesem Zeitpunkt in Potsdam und auch im Land Brandenburg vollzogen. Potsdam diskutierte über eine neue kulturpolitische Strategie. Ein Leitbild für die Potsdamer Innenstadt wurde erstellt und intensiv thematisiert. Im Land Brandenburg wurde eine neue Landestourismusstrategie in einem partizipativen Prozess erarbeitet, die mittlerweile – jedoch nach Fertigstellung der TK-Fortschreibung – am 8. Juni 2023 der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Außerdem gab es zu diesem Zeitpunkt bereits klar erkennbar neue Trends im Städtetourismus, die innerhalb der bisherigen Betrachtungen nicht ausreichend Beachtung fanden.

Grundlage für das im Auftrag der LHP extern fortgeschriebene TK waren zwei Strategie-Workshops zur Fortschreibung mit dem Bereich Marketing der LHP, der PMSG sowie dem beauftragten Unternehmen PROJECT M, die am 3. und 20. Dezember 2021 stattfanden. Die Ergebnisse mit Änderungs- und Weiterentwicklungsbedarfen der Inhalte der Tourismuskonzeption sowie die daraufhin vorgenommene Überarbeitung und Anpassung wurden zunächst vom Bereich Marketing gemeinsam mit der PMSG überprüft und am 29. Oktober 2022 der touristischen Fachöffentlichkeit im Rahmen eines Impulsworkshops vorgestellt. An dieser Veranstaltung nahmen auch Vertreter der SVV teil. In diesem Rahmen wurden die o.g. aktuellen Entwicklungen vorgestellt und die für Potsdam erarbeiteten Handlungsempfehlungen zur Diskussion gestellt und das Feedback der Touristiker eingeholt und für die Fortschreibung berücksichtigt. Im Nachgang hatten alle Interessenten die Möglichkeit, ihre Vorschläge und Hinweise einzubringen, bevor das Unternehmen

PROJECT M in enger Abstimmung mit der LHP und der PMSG die Fortschreibung der TK zum Abschluss brachte.



Impulsworkshop zur Fortschreibung © Landeshauptstadt Potsdam

Nachdem die finale Fassung der Fortschreibung des Tourismuskonzeptes in mehreren Fachausschüssen sowie dem Hauptausschuss jeweils unverändert beschlossen wurde, folgte am 1. März 2023 in der SVV der Beschluss zum Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Potsdam ([DS 23/SVV/0007](#)).

Tourismus ist eines von drei wirtschaftlichen Kernthemen Potsdams und eine Querschnittsaufgabe, die von allen Beteiligten auch so verstanden wird und einen wesentlichen Beitrag zum Erhalt und zur Verbesserung der Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger leisten kann. Gleichzeitig ist Tourismusförderung eine freiwillige Aufgabe einer Kommune. Der Beschluss schaffte unter gleichzeitiger Berücksichtigung von Haushaltsvorbehalten Planungssicherheit für die Akteure im Tourismus.

Das beschlossene TK beschreibt Vision und Mission des Tourismus, enthält eine Aktualisierung der Handlungsfelder und Schlüsselprojekte sowie Empfehlungen zu den Maßnahmen und richtet die Ziele nicht ausschließlich nach quantitativen Parametern aus. Das TK verzichtet auf ein Schlussdatum, da es darauf ausgerichtet ist, Handlungsfelder, Schlüsselprojekte und Maßnahmen stetig anzupassen, um auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können.

4. Wesentliche Anpassungen innerhalb des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

Im neuen TK wird der Fokus auf Tourismus als Querschnittsaufgabe unterstrichen. Die Umsetzung der Maßnahmen erfordert die Mitwirkung aller Geschäftsbereiche der LHP sowie der touristischen und kulturellen Partner. Das TK verzichtet auf die Ausweisung unterschiedlicher Szenarien (realistisch, optimistisch, pessimistisch), weil sich diese Methodik als zu unflexibel erwiesen hat. Im TK festgeschriebene Inhalte wie die Vision oder auch die Leitziele wurden weiterentwickelt. Für das wichtige Monitoring und Controlling des Umsetzungsprozesses wurden die Leitziele zudem mit validen Messindikatoren hinterlegt.



Eigene Darstellung in Anlehnung an PROJECT M

Im Folgenden ist die überarbeitete Vision dargestellt. Die Änderungen und Anpassungen wurden hierbei fett hervorgehoben.

VISION-STATEMENT

„Die Landeshauptstadt Potsdam ist über **das UNESCO-Welterbe** als „Stadt der Schlösser und Parkanlagen“ und die touristische Inwertsetzung der **UNESCO Creative City of Film** als **aufgeschlossene, tolerante, wertvolle und weltoffene UNESCO City** national und international bekannt.“

*Potsdam steht für **gelebte Nachhaltigkeit** und bietet als grüne Insel, **umgeben von Wasser** sowie mit **einzigartigen Ufer- und Parklandschaften**, **herausragende Lebens- und Erlebnisqualität** für **Bewohner und Besucher**.*

*Potsdam bietet mit **vielfältigen Freizeit-, Natur- und Kulturerlebnissen** wertvolle **Entschleunigung**, **als Ergänzungserlebnis** oder auch als bewusster Gegenpol zur Metropole Berlin.*

*Potsdam gilt als **DIE Filmhauptstadt Deutschlands** und baut u. a. basierend auf der hohen Bekanntheit **der Filmstudios** Babelsberg seine Kompetenz im Bereich **Filmtourismus** deutlich aus.*

*Potsdam etabliert sich glaubhaft als „**grüner MICE-Standort**“ (**green Meetings**) mit starkem Bezug zur Wissenschaft und **als extravaganter Veranstaltungsort** mit hochwertigen **Erlebnissen und Locations**.“*

Neu eingeführt wurden eine Mission, als gemeinsames Verständnis zur Erreichung der Vision, sowie eine übergeordnete Leitlinie für die Tourismusedwicklung: „Auf Nachhaltigkeit und Qualität ausgerichtete Tourismusedwicklung“.

MISSION-STATEMENT

***Wir verstehen die Investition in den Tourismus als eine nachhaltige Investition in die Attraktivität, Lebendigkeit, Weltoffenheit und Zukunftsfähigkeit unserer Landeshauptstadt Potsdam.** Wir fördern daher konsequent und gemeinsam einen nachhaltig und wertig ausgerichteten Qualitätstourismus. Das kulturelle und interkulturelle Miteinander in der UNESCO City, das Wohlbefinden und die verträgliche Begegnung von Gästen und Bürgern sowie der bewusste Umgang mit der Natur ist Richtschnur unseres Handelns. Im Sinne des Gemeinwohls arbeiten wir aktiv an den Schnittstellen zu anderen Disziplinen (Stadtentwicklung, Mobilität, Naturschutz etc.).*

Tourismus als Stellschraube der nachhaltigen Landeshauptstadt

- ◇ **Wirtschaftlich:** Daseinsvorsorge, Wertschöpfung, Arbeitsplätze, produktive Stadt, innovative Stadt, Wissensstadt, wachsende Stadt, Standortimage
- ◇ **Sozial:** Eine Stadt für Alle, lebendige Stadt, tolerante Stadt, Identität Hauptstadtregion, positives Image, Kulturerbe
- ◇ **Ökologisch:** Modal Split (Anreise & Bewegung vor Ort, umweltgerechte Mobilität), Zertifizierung von Beherbergung und Veranstaltungslocations

Auch die Positionierungsstrategie – ein langfristig ausgerichtetes Leitbild, welches nur bei kontinuierlicher Berücksichtigung seine Wirkung entfalten kann – wurde reflektiert. Nach kritischer Prüfung wurde jedoch kein Adaptionsbedarf festgestellt, sodass die touristischen Aktivitäten auch künftig anhand der existierenden Positionierungsstrategie ausgerichtet werden. Diese Strategie fußt also weiterhin auf den Zielgruppen sowie v.a. den vier touristischen Profilt Themen – Kultur, Wasser, Film und MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events). Diese wurden in den 2017 durchgeführten Workshops zur touristischen Marke Potsdams – extern begleitet und mit vielen Partnern – erarbeitet und durch diverse Studien Dritter seither auch immer wieder bestätigt. Es handelt sich um chancenreichen Themen, die weiterhin eine hohe Attraktivität bei gleichzeitig großem Marktpotenzial bieten.

Untersetzt wird die Strategie auch weiterhin durch die **fünf definierten Handlungsfelder** und übergreifende **Querschnittsthemen**, die in jedem Handlungsfeld relevant sind, sowie durch **konkrete Maßnahmen** zur Zielerreichung. Die Zuordnung der Maßnahmen findet unverändert in den folgenden Handlungsfeldern statt:



Handlungsfelder des Tourismuskonzeptes © PROJECT M

Einzelne Maßnahmen, die in besonderem Maße zur Zielerreichung beitragen und als zentral für die positive touristische Entwicklung der Stadt erachtet werden, wurden als **Schlüsselprojekte** ausgewählt. Der Umsetzung dieser Schlüsselprojekte wird daher eine hohe Priorität beigemessen.

5. Stand der Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

Die Umsetzung des TK ist ein Prozess, an dem sowohl die LHP (federführend der Bereich Marketing) als auch die PMSG als Verantwortliche, Impulsgeber und Begleiter der Umsetzung der Maßnahmen fungieren. Einige der als Schlüsselprojekte definierten Maßnahmen wurden bereits umgesetzt, an anderen wird fortlaufend gearbeitet. Im Rahmen der Fortschreibung wurden die Maßnahmen und Schlüsselprojekte des TK – abgeleitet aus der neuen Zielsystematik – reflektiert, neu bewertet und angepasst.

5.1 Maßnahmenwerkstatt

Im Rahmen einer „Maßnahmenwerkstatt“ des Bereichs Marketing und der PMSG wurde eine Zwischenbilanz zur Umsetzung der Maßnahmen des TK gezogen. Weiterhin wurden definierte Maßnahmen aus der Evaluierung der PMSG in der Werkstatt auf ihre mögliche Realisierung geprüft.

Die Maßnahmen aus dem Evaluationsbericht (gemäß SVV-Vorlage) sowie die Maßnahmen aus der fortgeschriebenen TK wurden zusammengeführt. Daraus ergab sich eine Liste mit 130 Maßnahmen. Anschließend erfolgte die Prüfung auf Redundanzen sowie die Zusammenfassung von Maßnahmen in sogenannte Maßnahmencluster, die sich wiederum in übergeordnete, binnen- und außengerichtete Managementaufgaben zusammenfügten.

Anspruch	Digitale Kompetenz und barrierefreie Entwicklung in allen Handlungsfeldern und entlang der gesamten Customer Journey		
Maßnahmencluster	übergeordnete Managementaufgaben	Organisationsentwicklung (inkl. Personal und Finanzierung)	Destinationsentwicklung, Strategie und Planung
		Datenmanagement und Monitoring	
	binnen-gerichtete Managementaufgaben	Markenmanagement	Partnermanagement (Kooperationen, Beteiligung, Netzwerke, Interessenvertretung)
		Angebots- und Produktentwicklung	Qualitäts-, Wissens- und Innovationsmanagement
		Binnenkommunikation	Infrastruktur- und Mobilitätsmanagement
	außen-gerichtete Managementaufgaben	Kommunikation	Besuchermanagement, Gästeservice
		Vertrieb und Vertriebsunterstützung	MICE-Management
		Event-Management	

Maßnahmencluster, eigene Darstellung

Im Ergebnis verblieben 111 Maßnahmen, die anhand des Anspruchs nach digitaler Kompetenz und barrierefreier Entwicklung in allen Handlungsfeldern und entlang der gesamten Customer Journey geordnet wurden.

Ziel der Maßnahmenwerkstatt war es, die neuen und aktualisierten Maßnahmen in einen gemeinsamen Aktionsplan zu überführen. Dieser beinhaltet auch die Anpassung der bisherigen Priorisierung sowie die Konkretisierung und Fortschreibung einzelner Aspekte mit Blick auf ihre Wirkungseffekte auf die Leitziele. Der Aktionsplan umfasst in Folge insgesamt 97 Maßnahmen und ist die Grundlage für zukünftige Planungen. Es handelt sich dabei um einen Aktionsplan auf der Meta-Ebene, der operative und strategische Maßnahmen gleichermaßen enthält. Die Maßnahmen werden in konkrete Projekte und Aufgaben übersetzt, die u. a. in den jährlichen Marketingplan der PMSG Einzug halten. Die Priorisierung der Maßnahmen und der damit verbundenen Projekte und Aufgaben erfolgt im Aktionsplan anhand einer Skala, die die Priorität „Schlüsselprojekt“ an oberste Stelle setzt. Die Prioritäten „sehr hoch“, „hoch“, „mittel“ und „gering“ stellen die weiteren Stufen auf der Prioritätenskala dar. Zusätzlich wird über den Begriff „Federführung“ definiert, ob die PMSG oder die LHP für die jeweilige Maßnahme verantwortlich zeichnet und demnach in welchem Haushalts- bzw. Wirtschaftsplan die dazugehörigen Projekte und Aufgaben eingeplant werden. Darüber hinaus werden die Maßnahmen im Aktionsplan in A-, B- und C-Maßnahmen unterschieden – je nachdem, ob es sich um Maßnahmen mit einem konkreten Umsetzungszeitpunkt (A) oder mit fortlaufender Umsetzung (B) handelt. Liegt die Federführung weder bei der PMSG noch beim Bereich Marketing, handelt es sich um Maßnahmen (C) bei denen eine Abhängigkeit von anderen Organisationseinheiten innerhalb der LHP vorliegt. Alle Maßnahmen sind strategisch untermauert und berücksichtigen die im TK definierten Profilt Themen, Leitziele, Zielgruppen, die Vision und Mission sowie die übergeordnete Leitlinie. Genau wie das TK, bleibt auch der Aktionsplan agil und anpassungsfähig an geänderte Rahmenbedingungen. Diese Herangehensweise erlaubt es, Ressourcen zielgerichtet einzusetzen und die Maßnahmen zu fokussieren, die zum jeweiligen Umsetzungszeitpunkt in hohem Maße zur Erreichung der Leitziele beitragen.

5.2 Fokus Schlüsselprojekte

Laut SVV-Beschluss zum TK ([DS 23/SVV/0007](#)) soll der Fokus der Arbeit der LHP und der PMSG auf der Bearbeitung der gekennzeichneten Schlüsselprojekte liegen.

Schlüsselprojekte sind die Maßnahmen mit hoher Priorität, die in besonderem Maße zur Zielerreichung und damit zur strukturierten Umsetzung des TK beitragen.

Es geht um 21 Schlüsselprojekte in den fünf Handlungsfeldern, von denen fünf Maßnahmen bereits in der Umsetzung, zwölf Maßnahmen konkret in Planung und vier Maßnahmen noch in der Prüfung sind. Jede Maßnahme – im Folgenden als Oberpunkte formatiert – besteht aus konkreten Aufgaben und Projekten, die im Folgenden als Unterpunkte aufgeführt werden.

Bei der Betrachtung des Umsetzungsstandes ist zu berücksichtigen, dass die PMSG in den letzten zwei Jahren Herausforderungen bei der Mitarbeiterbindung und -akquirierung zu bewältigen hatte. Einige Stellen blieben temporär unbesetzt. Auch die PMSG spürt den Fach- und Arbeitskräftemangel. Wie das Evaluationsgutachten bestätigt, vollzieht die PMSG einen Transformationsprozess zum agilen Arbeitgeber.

5.2.1 Handlungsfeld Infrastrukturentwicklung

◆ **„Verbesserung der bestehenden Wege und Beseitigung von Mängeln im Radwegenetz und Optimierung der wegebegleitenden Infrastruktur, Aufdeckung von Lücken und Umsetzung von Verbesserungen des zielgruppengerechten Angebotes für Radtouristen“**

- ◇ Bündelung und stetige Aktualisierung von Informationen für Radtouristen auf www.potsdamtourismus.de/touren/radtouren
- ◇ 2023 Unterstützung der Strecken- und Nutzungsanalyse an der D3-Route / Europaradweg R1 im Rahmen des Förderprojektes D3-R1-Attraktiv des Münsterland e.V. als Leadpartner und den weiteren Kooperationspartnern WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg und dem LAG Fläming-Havel e.V.
- ◇ **zurzeit in Planung:**
 - ↳ Umsetzung Knotenpunktwegweisung in Federführung des GB 4



Sanssouci-Linie



Volkspark-Linie



Cecilienhof-Linie



Kultur-Linie



Filmpark-Linie

Touristische Linien © Stadtwerke Potsdam GmbH

◆ **„Weiterentwicklung der Verknüpfung der Themen Mobilität und Tourismus: Förderung der touristischen Nutzung des ÖPNV: Fortsetzung der Vertretung touristischer Interessen bei Nahverkehrsbetrieben (mobiagentur), Optimierung der Ankunftssituation für den ÖPNV sowie weitere Initiierung von nachhaltigen Pilotprojekten (z.B. Ausflüge in die Region mit Führungen)“**

- ◇ Touristischer Liniennetzplan (analog und digital) mit fünf touristischen ÖPNV-Linien (Sanssouci-Linie, Volkspark-Linie, Kultur-Linie, Cecilienhof-Linie, Filmpark-Linie) in Kooperation mit dem ViP
- ◇ Digitale Ausflugstipps „Ab ins Grüne“ und analoge sowie digitale Broschüre „Potsdam Entdecken“ (www.swp-potsdam.de/de/verkehr/ausflugsziele/) in Kooperation mit dem ViP
- ◇ Berlin WelcomeCard – Potsdam Edition
- ◇ Inklusion eines 24-Std.-Tickets Potsdam AB bei allen öffentlichen Führungen der PMSG
- ◇ Kontinuierliche Zusammenarbeit mit Nachbarregionen
Havelland: gemeinsame Broschüre „Urlaub in der Havelregion“
Fläming: Anzeigenschaltung im Reiseplaner Fläming
„Einfach mal raus!“
- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**



Titel Broschüre „Havelzeit“

- ↳ Erstellung eines Konzepts für Maßnahmen zur Erhöhung der touristischen Frequenz in der „mobiagentur Potsdam“

©Tourismusverband Havelland e.V.

- ↳ Vorbereitung der Ausschreibung „Situationsanalyse zum Thema Wohnmobilstellplätze“ im 2-stufigen Verfahren

◆ **„Umsetzung der Maßnahmen gemäß der ‚Vertiefenden Untersuchung zum Thema Busreise-Tourismus‘“**

- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Follow-Up-Meeting (Arbeitstitel „Busforum“) mit Teilnehmenden der vertiefenden Untersuchung zum Busreise-Tourismus mit Erweiterung des Teilnehmenden-Kreises um das Ordnungsamt sowie die Straßenverkehrsbehörde

- ◆ **„Erarbeitung einer Strategie für den Tourismus als Beitrag zur Entwicklung Potsdams zur ‚Digitalen Hauptstadt‘ / Smart City“**
 - ◇ konsequente Fokussierung auf Pflege und Weiterentwicklung des ContentNetzwerk Brandenburg für touristische Daten (1. Preis beim Deutschen Tourismuspreis 2018)
 - ◇ Einbindung der strukturierten Daten aus dem ContentNetzwerk Brandenburg in den Knowledge Graph der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)
 - ◇ Akquisition weiterer Partner und offenen Daten für den Knowledge Graph (CC0-Lizenzen für Bilder usw.)
 - ◇ Pflege und Ausbau der Stadtrundgänge in der Potsdam-App
 - ◇ 2022/2023 Launch der gemeinsamen Ticketbuchungsplattform mit visitBerlin (PTS)
 - ◇ 2023 Ausschreibung und Vergabe zum Relaunch von allen Webseiten der PMSG (u.a. auch www.potsdamtourismus.de, www.tagen-in-potsdam.de sowie www.potsdam-marketing.de)
 - ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↳ Ausweitung des Buchungssystems PTS und fortlaufende Akquise von Leistungspartnern
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Relaunch aller Webseiten der PMSG
 - ↳ Ausschreibung Relaunch www.potsdam.de

- ◆ **„Fortlaufende Prüfung, Aktualisierung und Qualitätssteigerung des Leitsystems (wegweisende Beschilderung und Informationstafeln) im gesamten Stadtgebiet“**
 - ◇ permanente Pflege und Wartung des touristischen Wegeleitsystems
 - ◇ 2021/2022 Überarbeitung und Ausbau der Quartierpläne in der Medienstadt Babelsberg in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung
 - ◇ 2022 Erstellung neuer Quartierpläne in Groß Glienicke und in Neu Fahrland in Zusammenarbeit mit den Ortsbeiräten
 - ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↳ Erweiterung des Historischer Parcours (Marstall, MINSK, hist. Landschaftsparcours, hist. Eingangstor des Luftschiffhafens)
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Erweiterung von Standorten für Quartierpläne (Neuer Markt, Alter Markt, Brauhausberg, Lustgarten)
 - ↳ Aktualisierung aller Stadtpläne
 - ↳ Integration des MINSK in die touristische Wegweisung

5.2.2 Handlungsfeld Qualitätssicherung und -entwicklung

◆ „Definition von Tourismusmarkenbotschaftern innerhalb der PMSG

Partnerstrategie

- ◇ Vermittlung von Qualitätsstandards auf Potsdamer Tourismustagen
- ◇ Regelmäßige Partner-Stammtische zu vordefinierten Themen
- ◇ Fortschreibung des PMSG Sprachleitfadens
- ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↳ Partnerstrategie der PMSG
 - ↳ Roll-Out des PMSG Sprachleitfadens auf dem Potsdamer Tourismustag 2023



Tourismustag 2022 © PMSG, Steven Ritzer



Titel PMSG Sprachleitfaden

◆ „Entwicklung und Positionierung Potsdams als nachhaltiges Reiseziel“

- ◇ Einsatz einer mobilen Tourist Information an unterschiedlichen Orten im Potsdamer Stadtgebiet
- ◇ Überprüfung des Warensortimentes der Tourist Informationen unter Nachhaltigkeitsaspekten
- ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↳ Zertifizierung der PMSG und Potsdams als nachhaltiges Reiseziel durch das TourCert System
- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Begleitung des Prozesses für die Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel durch den Tourismusbeirat der PMSG

5.2.3 Handlungsfeld Angebots- und Produktentwicklung

- ◆ **„Weiterentwicklung der buchbaren und erlebbaren Angebote im Kulturbereich in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, hierfür Etablierung eines festen Ansprechpartners und Profilthemenmanagements“**
 - ◇ 2021/2022 Start der dreijährigen Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“
 - ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↪ Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ im zweiten Jahr unter der Überschrift „Wolle, Wein Visionen“ (Fokus Handwerk)
 - ↪ „Geschichte zum Mitnehmen – eine potsdamHistory App für die Landeshauptstadt Potsdam“ des Fördervereins des Potsdam-Museums e.V. in enger Kooperation mit dem Potsdam Museum
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↪ Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ im dritten Jahr unter der Überschrift „Im Fluss der Zeit“ (Fokus Profilthema Wasser)
 - ↪ Bearbeitung des Profilthemas durch das im Transformationsprozess neu gegründete Team „Produkte“ innerhalb der PMSG

- ◆ **„Entwicklung von attraktiven buchbaren und erlebbaren Angeboten zum Thema Film in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, hierfür Etablierung eines festen Ansprechpartners und Profilthemenmanagements“**
 - ◇ Darstellung der verfügbaren Angebote zum Profilthema über eine Landingpage auf www.potsdamtourismus.de sowie Veröffentlichung im Podcast, Magazin und den sozialen Medien der PMSG
 - ◇ 2019 erfolgreiche Bewerbung Potsdams als „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↪ „Boulevard des Films“ auf der Brandenburger Straße
 - ↪ Umwelt-Film-Festival „green visions“ in Potsdam
 - ↪ Evaluierung des Titels „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“
 - ↪ Erstellung einer permanenten Ausstellung im Filmpark Potsdam über die „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“
 - ↪ Erstellung einer permanenten Ausstellung in der VHS Potsdam über die „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“

◆ **„Etablierung barrierefreier Reiseangebote gemeinsam mit touristischen Partnern entlang der gesamten Customer Journey“**

- ◇ 2022 Veröffentlichung der aktualisierten Auflage des barrierefreien Stadtführers „Unterwegs in Potsdam“
- ◇ 2022 Entwicklung von Marketing- und Vertriebskonzepten für die vorhandenen barrierefreien Angebote touristischer Partner in Potsdam im Rahmen des Studierenden-Projekts der IU Internationale Hochschule Berlin
- ◇ 2022 „Reisen für Alle“ als Thema des 5. Potsdamer Tourismustages
- ◇ 2022/2023 Produktentwicklung und -vertrieb von öffentlichen Stadtführungen in einfacher Sprache, für mobilitätseingeschränkte Menschen sowie für blinde und sehbehinderte Menschen
- ◇ Bündelung der barrierefreien Angebote auf einer Landingpage
- ◇ 2022 Stadtführungen nach einfacher Sprache in der Potsdam-App veröffentlicht
- ◇ 2022/2023 Regelmäßige Partner-Stammtische zu den Themen rund um die Barrierefreiheit
- ◇ Beteiligung an der Betreuung und Information von Teilnehmenden der Special Olympics
- ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↳ 2023 Kampagne zu „Barrierefreies Reisen“
- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Integration von barrierefreiem Content ab 2024 in Kommunikationskanäle der PMSG (gemäß der Inklusionsstrategie)

◆ **„Weiterentwicklung der Angebote zum Wassererlebnis in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, hierfür Etablierung eines festen Ansprechpartners und Profilverwaltung (Fokus Produktdarstellung und –verfügbarkeit)“**

- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Stadtentwicklungskonzept (STEK) „Stadt am Fluss“ Teilprojekt „Öffentliche Wasserzugänge“
 - ↳ Vergabe für das Teilprojekt „Wasser“ des Stadtentwicklungskonzeptes (STEK) „Stadt am Fluss“ – Teilprojekt soll bis Ende 2024 vorliegen
 - ↳ Bearbeitung des Profilverwaltung durch das im Transformationsprozess neu gegründete Team „Produkte“ innerhalb der PMSG
 - ↳ Workshop zur Erarbeitung neuer Produkte zum Profilverwaltung als Bestandteil des Potsdamer Tourismustages 2023
 - ↳ Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ im dritten Jahr unter der Überschrift „Im Fluss der Zeit“ (Fokus Profilverwaltung Wasser)

5.2.4 Handlungsfeld Kommunikationsperformance






Spontanassoziationen zu Potsdam © inspektour (international) GmbH, 2022

- ◆ **Durchführung einer kontinuierlichen Marktforschung und Auswertung der erhobenen Daten, u. a. zum Image, zur Bekanntheit der Stadt, zum Wirtschaftsfaktor, etc.**
 - ◇ jährlicher Statistikbericht der LHP zum Thema „Tourismus“
 - ◇ monatliche Auswertung der amtlichen Tourismusstatistik
 - ◇ fortlaufende Aktualisierung und Pflege der Übersicht zu Hotelprojekten
 - ◇ 2017, 2018, 2020, 2021 und 2022 Teilnahme Potsdams am Destination Brand, erhoben von inspektour GmbH im Auftrag der PMSG
 - ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
 - ↪ Erstellung eines Marktforschungskonzeptes der PMSG
 - ↪ 2023 Bürgerumfrage „Leben in Potsdam“ mit Teilbereich zum Thema „Tourismus“
 - ◇ **Zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↪ Prüfung der Realisierungsmöglichkeiten und Kostenabschätzung der Erhebung von Marktforschungsdaten und Controlling-Kennziffern aus der TK

- ◆ **„Konsequente Umsetzung der Marketing- und Kommunikationsstrategie, jährliche Evaluierung anhand von Key Performance Indicators (KPI)“**
 - ◇ Erstellung und Veröffentlichung von jährlichen Marketingplänen der PMSG
 - ◇ Erstellung und Veröffentlichung von jährlichen Geschäftsberichten der PMSG

- ◇ seit 2018 Etablierung von Quartalsberichten der PMSG mit einheitlichen Kennzahlen
- ◇ 2022 Erarbeitung einer mittelfristigen (bis 2025) Marketing- und Kommunikationsstrategie für die PMSG im Rahmen der Initiative „Starke Destinationen“ des Landes Brandenburg – IFT-Papier zur strategischen Marketingplanung als internes Arbeitsinstrument der PMSG
- ◇ 2023 Fortschreibung der Marketing- und Kommunikationsstrategie für die PMSG für die Bereiche Produkte und Vertrieb

Zusammenführung der Kernergebnisse aus DB20-DB22 für Potsdam

	Gesamt	Zielgruppen Reiseziel Potsdam		
		Intellektueller Kulturliebhaber	Qualitätsbewusster Entschleuniger	
 Profilstudie	Allgemeine Relevanz: „nachhaltig“	43%	60%	60%
	Gestützte Eigenschaftsbeurteilung: „nachhaltig“	17%	32%	31%
	Allgemeine Relevanz: „kulturell interessant“	54%	90%	85%
	Gestützte Eigenschaftsbeurteilung: „kulturell interessant“	46%	75%	68%
 Themenstudie	Allgemeines Interessentenpotenzial: „Kultur“	41%	Definitionsmerkmal	
	Gestützte Themeneignung: „Kultur“	43%	75%	70%
	Allgemeines Interessentenpotenzial: „Nachhaltiger Urlaub“	41%	65%	64%
	Gestützte Themeneignung: „Nachhaltiger Urlaub“	22%	34%	33%
 Markenstudie	Bekanntheit	75%	83%	76%
	Sympathie	49%	63%	52%

© inspektour (international) GmbH / FH Westküste, 2020; inspektour (international) GmbH, 2021 / 2022

5.2.5 Handlungsfeld Tourismusmanagement und Kooperation

◆ „Aufbau und Etablierung einer Lenkungsgruppe zum gesamtstädtischen Marketing“

- ◇ 2022 Etablierung einer internen Marketingrunde der LHP lt. SVV-Beschluss ([DS 23/SVV/0007](#)) - die Fachbereiche Kommunikation und Partizipation sowie Kultur und Museum und die Bereiche Marketing, Wirtschaftsförderung und Museen vernetzen kontinuierlich die Themen Stadt-, Standort-, Kultur- und Tourismusmarketing
- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Erweiterung zur Lenkungsgruppe gemäß der Zielsetzung, Tourismus als Querschnittsaufgabe zu behandeln

- ◆ **„Entwicklung der PMSG zu einer Destination Management und Marketing Organisation (DMMO) mit eindeutiger Zuordnung von Aufgaben/Geschäftsfeldern und Gestaltung eines rechtssicheren Geschäftsmodells, das diese Strukturen abbildet“**
 - ◇ Fortlaufender Abgleich von Aufgaben und Schnittstellen zwischen Bereich Marketing LHP und PMSG (Statusberichte, Quartalsberichte, Jour fixe und Klausuren)
 - ◇ 2022 externe Evaluation der PMSG gemäß SVV-Beschluss zur Betrauung sowie Erhebung zum Thema Marketing-Portfolio Potsdam ([DS 17/SVV/0371](#))
 - ◇ 2022 Aktualisierung des IuK-Papiers „Konkretisierung wechselseitiger Informations- und Konsultationsbeziehungen zwischen dem Bereich Marketing und der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH“ – beschreibt, ab welcher Höhe (Wert oder prozentual) Abweichungen von der Wirtschaftsplanung als wesentlich gelten und somit zu unverzüglichen Informationspflichten der PMSG gegenüber der LHP führen und ab wann eine Änderung des Wirtschaftsplans der PMSG einen Beschluss der Gesellschafterversammlung erfordert
 - ◇ 2023 Abtretung der Geschäftsanteile der PMSG an der Biosphäre an die ProPotsdam
 - ◇ Erarbeitung von ergänzenden Handlungsempfehlungen zum Evaluationsbericht zur Erreichung des Ambitionsniveaus in den operativen Handlungsfeldern der PMSG durch die ProPotsdam GmbH (KompetenzKompakt-Gutachten)
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Ausschreibung und externe Auftragsvergabe zur Erarbeitung eines „Gutachtens zu Strukturen städtischer Gesellschaften im Bereich Wirtschaft“ durch die Bereiche Wirtschaftsförderung und Marketing der LHP gemäß SVV-Beschluss ([DS 23/SVV/0007](#)) - im Kontext auch Betrachtung des aktuell bestehenden Aufgabenportfolios und der Stellenausstattung sowie Aufgabenfelder
 - ↳ Verstärkte Einbindung der PMSG in strategische Prozesse der Verwaltung
 - ↳ Stärkere Fokussierung auf das Destinationsmanagement Potsdams über die PMSG durch destinationsprägende Entwicklungsarbeit (Zertifizierung Nachhaltiges Reiseziel, Kampagnenentwicklung unter intensiver Beteiligung der Tourismuswirtschaft, Steuerung über Beteiligungsprozesse im Beirat und den Stammtischen)
 - ↳ Prüfung der Möglichkeiten zur Realisierung der Handlungsempfehlungen aus dem KompetenzKompakt-Gutachten

◆ „Fortführung des Umsetzungsmanagements für das Tourismuskonzept (Monitoring, Beteiligung, Umsetzung von Maßnahmen)“

- ◇ Beratung mit Akteuren zur weiteren Differenzierung, Priorisierung und Umsetzung der Maßnahmen im Rahmen von dynamischen Beteiligungsmöglichkeiten (themen- und interessengetrieben) sowie anlassbezogen (z. B. Potsdamer Tourismustag, BarCamp, Produktworkshops, Stammtische und Beteiligtenrundfahrt zum Buskonzept)
- ◇ Abstimmungen zur Umsetzung der Maßnahmen und Evaluation der Maßnahmen zwischen Bereich Marketing LHP und PMSG im Rahmen von Klausurtagungen und regelmäßiger Jour fixe
- ◇ regelmäßige Berichterstattung in politischen Gremien zum Stand der Umsetzung
- ◇ 2023 Gründung eines PMSG-Beirats zur Beratung der PMSG in Hinblick auf das Tourismusmarketing und zum Austausch über die geplanten Zukunftsthemen der Beiratsmitglieder



Erste Sitzung des Tourismusbeirats der PMSG © PMSG, Sabine Niepraschk

- ◆ **„An den Bedarfen sowie neuen Markt- und Wettbewerbsbedingungen ausgerichteter Ausbau finanzieller und personeller Strukturen und Ressourcen der PMSG“**
 - ◇ seit 2017 langfristige Betrauung der PMSG bis längstens 31. Dezember 2027
 - ◇ seit Beschluss der Tourismuskonzeption 2025 (DS 17/SVV/0060) steigender Zuschuss der LHP an die PMSG
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Prüfung von zusätzlichen Finanzierungsmöglichkeiten gemäß der Evaluierung der PMSG u. a. durch eine Tourismusabgabe

- ◆ **„Erarbeitung einer beteiligungsfokussierten Partnerstrategie“**
 - ◇ Akteure und Partner stellen bisher v.a. Zeitressourcen und Sachmittel zur Verfügung (v.a. im Rahmen der interessengetriebenen Beteiligungsformate)
 - ◇ 2023 Jahresauftakt der PMSG-Partner-Stammtische mit Ermittlung der Bedarfe und Wünsche der Partner
 - ◇ Gründung eines PMSG-Beirats zur Beratung der PMSG in Hinblick auf das Tourismusmarketing und zum Austausch über die geplanten Zukunftsthemen der Beiratsmitglieder
 - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
 - ↳ Erarbeitung einer internen, umfassenden Partnerstrategie durch die PMSG

6. Touristische Entwicklung 2022 und im 1. Halbjahr 2023

Auf Grundlage ausgewählter Kennzahlen wird die Entwicklung des Tourismus in der Landeshauptstadt Potsdam im Jahr 2022 sowie im ersten Halbjahr 2023 dargestellt.

Die Landeshauptstadt Potsdam konnte bis zum Beginn der Corona-Pandemie auf eine erfolgreiche touristische Entwicklung zurückblicken. Im Jahr 2020 wurde diese bis dahin kontinuierlich positive Entwicklung durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie gestoppt. Bereits ab März 2020 waren die Auswirkungen der weltweiten Pandemie auf den Reisemarkt zu spüren. Die Jahre 2020 und 2021 waren geprägt durch bundesweite Lockdowns und das damit einhergehende touristische Beherbergungsverbot sowie den wechselnden 2G- und 3G-Regelungen.

Im Jahr 2022 erholte sich der Tourismus in der Landeshauptstadt Potsdam zunächst langsam. Die touristische Entwicklung erfuhr vor allem ab dem zweiten Quartal 2022 wieder starke Zuwächse, nachdem die Einschränkungen der Corona-Pandemie in Gastronomie und Tourismus gefallen waren. In den Monaten Juli und August wurden sogar die Rekord-Gästeszahlen aus 2019 übertroffen. Der Beginn der Auseinandersetzungen zwischen Russland und der Ukraine im Februar 2022 beeinflusste das Reiseverhalten zunächst nur geringfügig. Doch die steigende Inflation und die Aussicht auf eine Energiemangellage im Land machten sich ab dem vierten Quartal in nahezu allen Bereichen bemerkbar. Das Niveau des bislang erfolgreichsten Referenzjahres 2019 konnte noch nicht wieder erreicht werden.

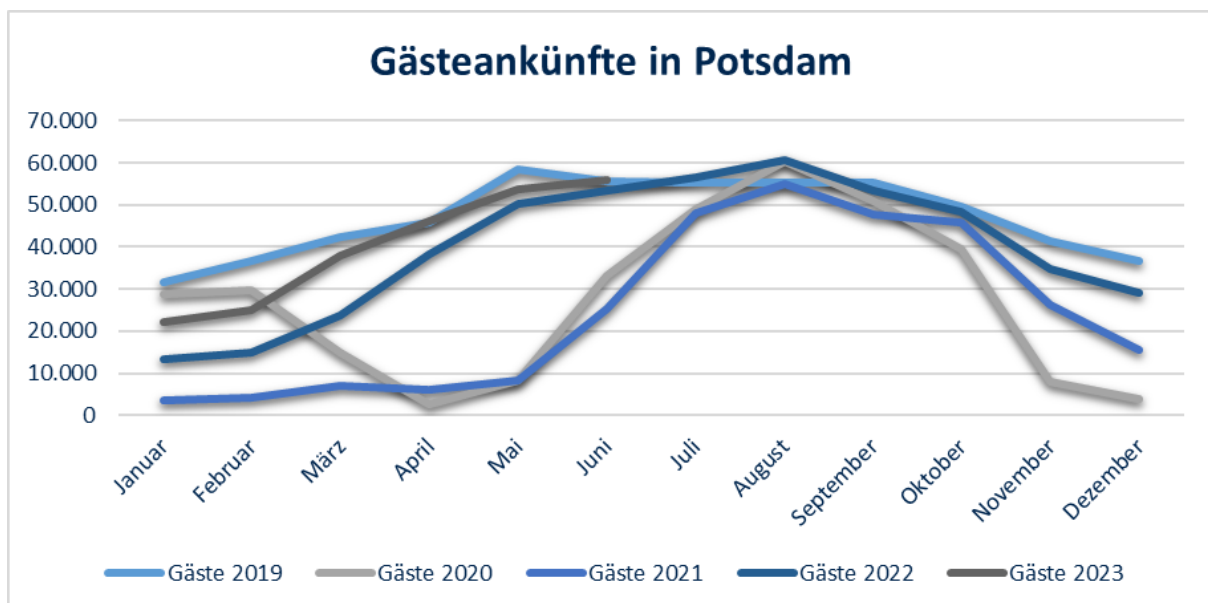
6.1 Entwicklung der touristischen Nachfrage

Gästeankünfte 2022	476.527	+ 62,6 % im Vergleich zum Vorjahr
davon Ausland	42.426	+ 44,2 % im Vergleich zum Vorjahr
Übernachtungen 2022	1.209.022	+ 43,6 % im Vergleich zum Vorjahr
davon Ausland	113.123	+ 92,8 % im Vergleich zum Vorjahr
Aufenthaltsdauer	2,5 Tage	- 0,4 Tage im Vergleich zum Vorjahr

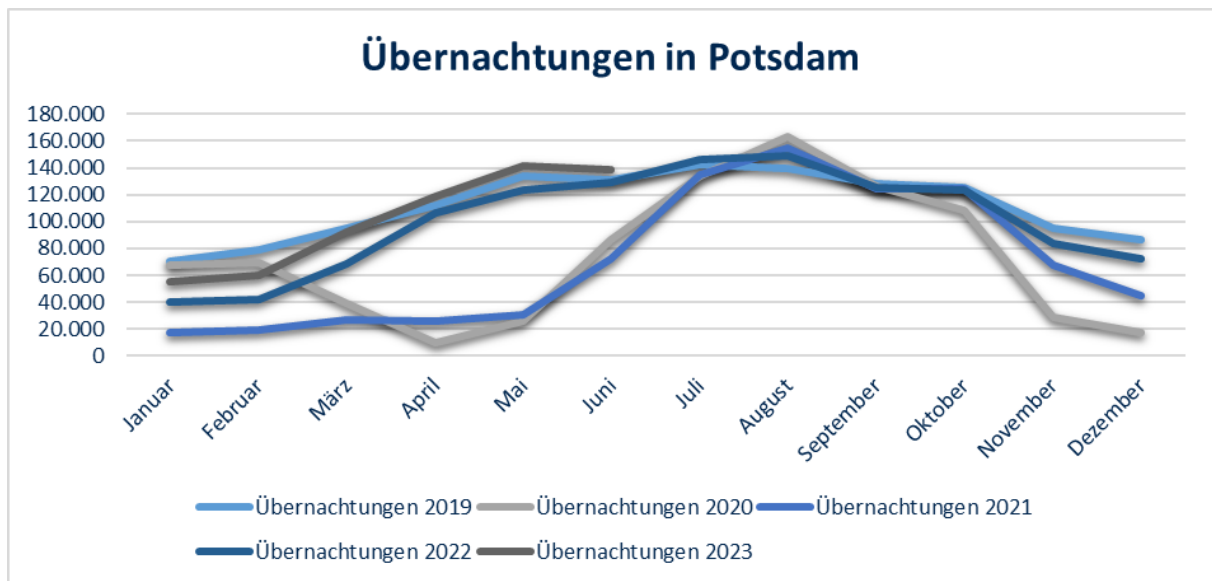
Im Vergleich zum Corona-Jahr 2021 zählte die Statistik im Jahr 2022 62,6 Prozent mehr Gäste, was bereits 84,5 Prozent der Gästeankünfte aus dem Rekordjahr 2019 entspricht. In den Monaten Juli und August überstieg die Zahl der Gäste sogar die in den Vergleichsmonaten 2019. Die Zahl der Übernachtungen stieg 2022 um 43,6 Prozent und überstieg mit 1.209.022 Übernachtungen erstmals seit Beginn der Pandemie wieder die

Millionengrenze. Damit näherte sie sich dem vor-pandemischen Niveau aus 2019 zu 90,3 Prozent an. Die internationalen Lockerungen im Reiseverkehr führten dazu, dass die Zahl der Übernachtungen von Gästen mit Wohnsitz im Ausland mit insgesamt 113.123 Übernachtungen einen Zuwachs von 92,9 Prozent im Vergleich zu 2021 verzeichnete. Mit einem Anteil von 8,9 Prozent ausländischer Gäste ist die Abhängigkeit von diesen jedoch weiterhin eher gering. Im Jahr 2022 blieben die Gäste im Durchschnitt 2,5 Tage in Potsdam (2021: 2,9 Tage | 2019: 2,4 Tage). Die Aufenthaltsdauer ist weiterhin höher als in 2019. Die Verweildauer in Potsdam ist weiterhin auf einem hohen Niveau im Vergleich zu anderen Städtereisezielen, u. a. da sie durch das UNESCO-Welterbe, die Seenlandschaft und die vielfältigen Möglichkeiten, Kultur mit Outdoor-Aktivitäten zu verbinden, weit mehr bietet als eine klassische Städtedestination. Der Geschäftsreisetourismus erholt sich – wenn auch nur langsam – und der Anteil von Freizeitreisen normalisiert sich wieder.

Im ersten Halbjahr 2023 waren die Preissensibilität und die Zurückhaltung der Reisenden aufgrund der hohen Inflation und der Maßnahmen zur Vermeidung einer Energiemangellage weiterhin spürbar. Im ersten Quartal 2023 blieben die Zahlen, obwohl deutlich über denen aus 2022, noch hinter denen aus dem Jahr 2019 zurück. In den Monaten April, Mai und Juni allerdings übertrafen vor allem die Übernachtungszahlen diejenigen aus dem Rekordjahr 2019 (jeweils ca. +6 %). Der Trend zum Deutschlandurlaub zeigt hier sein Potenzial, auch wenn man die dazugehörige Aufenthaltsdauer von jeweils 2,5 Tagen betrachtet.



Gästeankünfte von 2019 bis zum 1. Halbjahr 2023 © Amt für Statistik Berlin-Brandenburg



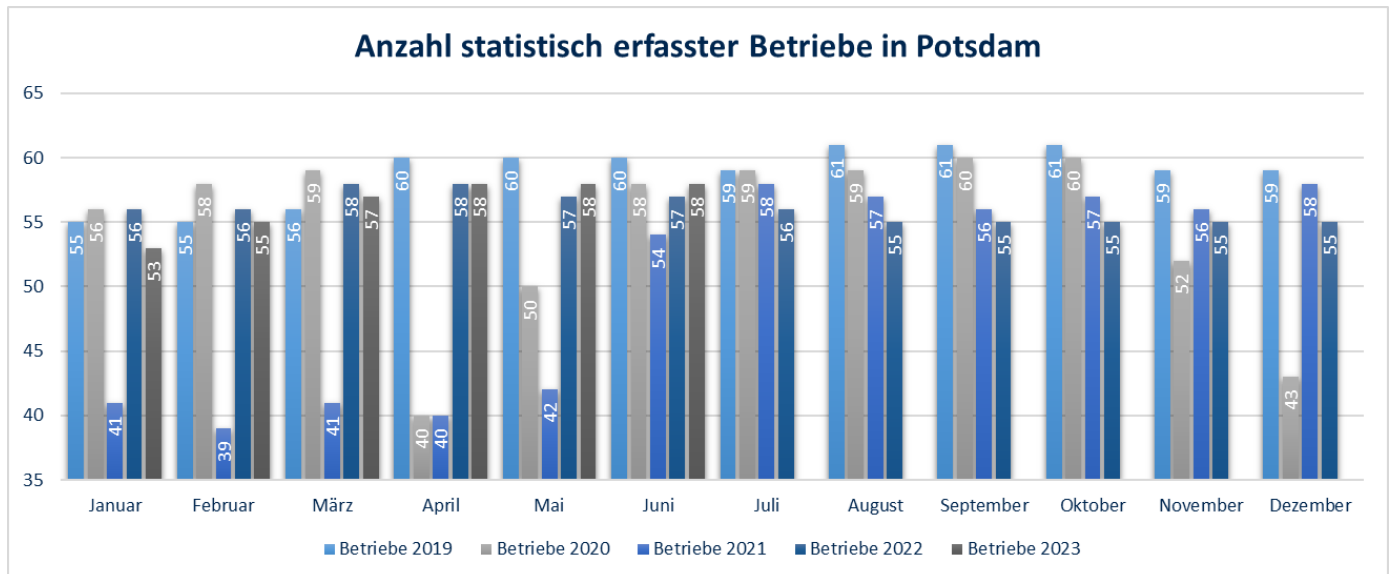
Übernachtungen von 2019 bis zum 1. Halbjahr 2023 © Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Mit Berlin in direkter Nachbarschaft, lässt sich bei dem für Potsdam wichtigen Tagestourismus eine höhere Abhängigkeit u. a. auch von ausländischen Tagesbesucherinnen und –besuchern erkennen. Tagesgäste generieren v. a. in der Gastronomie und im Einzelhandel wichtige Umsätze und kommen nicht selten aus der Hauptstadt, sodass sich Veränderungen bei den Übernachtungszahlen in Berlin auch direkt auf den Potsdamer Tagestourismus auswirken. Auch wenn sich die Auswirkungen nur schwer beziffern lassen, lohnt dennoch ein Blick auf die Zahlen in der Nachbarstadt. Gegenüber 2019 waren die Übernachtungszahlen in Berlin zwar um 22,3 Prozent niedriger, zum Vorjahr jedoch konnte Berlin im Jahr 2022 90 Prozent mehr Übernachtungen aufweisen. Dies lässt eine positive Entwicklung für den Tagestourismus in Potsdam vermuten.

6.2 Entwicklung des touristischen Übernachtungsangebotes

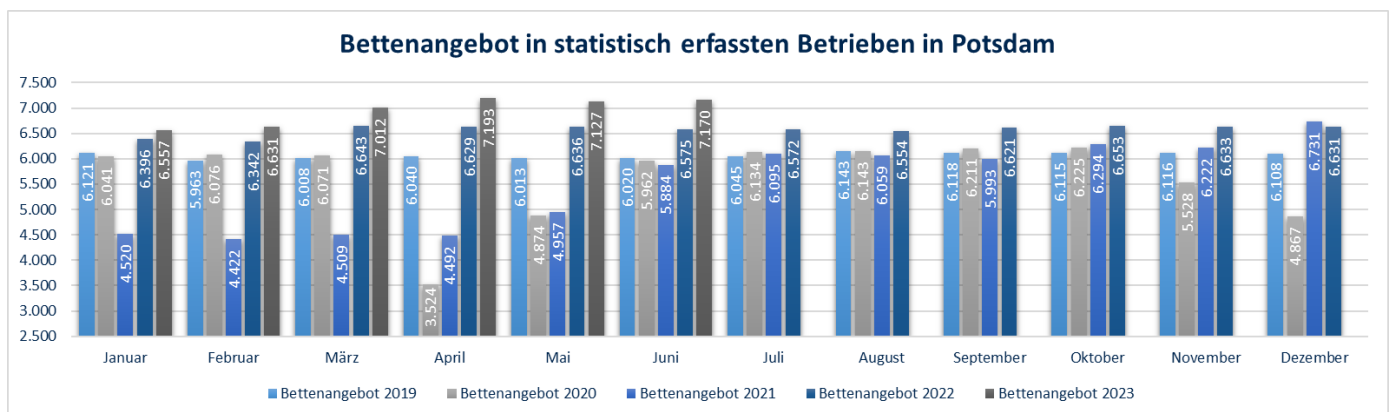
In der Corona-Pandemie kam Potsdam zunächst sein breites Beherbergungsangebot zugute, das neben Hotels und Pensionen auch weitgehend autarke Betriebstypen wie Ferienwohnungen/-häuser und Camping umfasst. Allerdings gab es im Verlauf der Pandemie, vor allem im Jahr 2021, auch in diesem Segment zahlreiche Gastgeber, die die Vermietung vollends aufgaben. Nichtsdestotrotz gibt es weiterhin einen beachtlichen Anteil von Ferienwohnungen und -häusern an der Gesamtzahl der Beherbergungsbetriebe in Potsdam. Diese – sowie alle anderen Betriebe mit weniger als zehn Betten, wie z.B. private Unterkünfte wie eigene Ferienhäuser, Wohnmobile oder Hausboote – werden jedoch in der amtlichen Statistik nicht erfasst. Genauso wenig wie Angebote der sogenannten Sharing Economy sowie Übernachtungen bei Bekannten/Verwandten, die ebenfalls eine Möglichkeit

der touristischen Beherbergung darstellen. Dies sollte bei der Betrachtung der vorstehenden und der folgenden Zahlen immer berücksichtigt werden.



Anzahl statistisch erfasster Betriebe von 2019 bis zum 1. Halbjahr 2023 © Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Die Zahl der statistisch erfassten, geöffneten Beherbergungsstätten ab zehn Betten erholte sich im Verlauf des Jahres 2021 und rückte mit 58 Betrieben am Ende des Jahres fast bis auf das vor-pandemische Niveau von 2019 auf. Im Jahr 2022 gab es dann nur kleine Veränderungen, und seit August betrug die Zahl der Betriebe konstant 55.



Bettenangebot von 2019 bis zum 1. Halbjahr 2023 © Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Das Bettenangebot schwankte dementsprechend nur gering und war mit durchschnittlich 6.574 Betten durchweg höher als vor der Pandemie, da mit der Eröffnung des Holiday Inn Express mit 198 Zimmern ein großer Betrieb in Potsdam an den Start ging. Potsdam bot damit insgesamt mehr Betten, die sich aber auf weniger Betriebe verteilten. Die durchschnittliche Bettenauslastung von 47,4 % blieb zwar weiter hinter dem vor-pandemischen Niveau zurück (2019: 57,4 %), kann aber unter Berücksichtigung dieser

Ausgangssituation dennoch als hoch eingestuft werden. Der Februar 2022 stellte den auslastungsschwächsten Monat mit 15,7 % dar, im August stieg die Auslastung bis auf 71 %.

Für das erste Halbjahr 2023 ist festzustellen, dass u.a. durch die Eröffnung des Hotels „The Niu Amity“ in der Speicherstadt mit 198 Zimmern in der Mitte des ersten Quartals nicht nur die Zahl der Betriebe wieder auf 58 stieg, sondern die Zahl der angebotenen Betten mit 7.193 im April einen Höchststand verzeichnet. Die durchschnittliche Bettenauslastung für das erste Halbjahr liegt bei 46 Prozent.

7. Ausblick

Die weitere touristische Arbeit in Potsdam fußt auf der fortgeschriebenen TK und den durch die Evaluation und Fortschreibung aktualisierten Maßnahmen. Im Beschluss zum TK (DS 23/SVV/0007) wurde festgeschrieben, dass das angestrebte hohe Niveau der Tourismusedwicklung sowie die Umsetzung der damit verbundenen Maßnahmen nur in enger Zusammenarbeit der LHP mit der Tourismuswirtschaft und durch ein stärkeres personelles und finanzielles Engagement der Tourismuswirtschaft sowie der vom Tourismus profitierenden Wirtschaftsbereiche und Akteure zu erreichen ist. Da die Umsetzung der Einzelmaßnahmen des TK unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über die Haushaltspläne der jeweiligen Jahre steht und die finanzielle Ausstattung der PMSG im Rahmen der Haushaltskonsultationen jedoch immer schwieriger wird, sind in diesem Kontext alternative bzw. ergänzende Finanzierungsmodelle erforderlich. Hier wird den Untersuchungen im Rahmen des Vergabevorhabens von Wirtschaftsförderung und Marketing zum „Gutachten zu Strukturen städtischer Gesellschaften im Bereich Wirtschaft“ eine wichtige Rolle zukommen. Die Machbarkeitsstudie betrachtet hierbei insbesondere auch die rechtlichen, steuerlichen, verfahrensbezogenen sowie finanziellen Anforderungen. Darüber hinaus muss über die Einführung einer Tourismusabgabe diskutiert werden, nachdem jüngste Entwicklungen vielmehr die Ausweitung der Bettensteuer auf Geschäftsreisende fokussierte.

Die letzten drei Jahre haben gezeigt, wie abhängig die Tourismuswirtschaft von äußeren Einflüssen ist. Dies macht es erforderlich, dass die Tourismusbranche und deren Betriebe agil bleiben und sich schnell an geänderte Rahmenbedingungen anpassen. Die detaillierten Planungen der PMSG für das Jahr 2024 werden der SVV im Marketing- und Wirtschaftsplan 2024 vorgelegt. Agilität und Anpassungsfähigkeit gelten auch für das TK der LHP, welches kontinuierlich fortgeschrieben und vertieft wird. Dabei ist die touristische Entwicklung nicht nur Wirtschaftsfaktor, sondern auch als Treiber zur Verbesserung der Lebensqualität für Bürgerinnen und Bürger in der Landeshauptstadt Potsdam gleichermaßen relevant. Selbstverständlich wird dies auch unabhängig von zukünftigen Geschäftsmodellen und Steuern oder Abgaben eine prioritäre Aufgabe aller am Tourismus beteiligten Akteure sein.

Mit der Evaluation der PMSG, der Fortschreibung der TK und dem darauf aufbauenden Aktionsplan wurde der strategische Rahmen für die kommenden Jahre geschaffen. Wenn es gelingt, Ressourcen zu bündeln, dann ist damit der Weg geebnet, Potsdams Tourismus gemeinsam zu einem nachhaltigen und auf Qualität ausgerichteten, zukunfts- und wettbewerbsfähigen Tourismus zu entwickeln.