



## **24/SVV/0975**

Mitteilungsvorlage  
öffentlich

# Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

<i>Geschäftsbereich:</i> Oberbürgermeister, Fachbereich Kommunikation und Partizipation	<i>Datum</i> 11.09.2024
--------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

<i>geplante Sitzungstermine</i> 02.10.2024	<i>Gremium</i> Hauptausschuss	<i>Zuständigkeit</i> zur Kenntnis
---------------------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------------

Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

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

Die Berichterstattung enthält darüber hinaus Informationen über die touristische Entwicklung im Jahr 2023 sowie im ersten Halbjahr 2024 und ein Kapitel zu den Herausforderungen für einen Wirtschaftszweig, der zu den drei wichtigsten der Landeshauptstadt Potsdam gehört.

### **Anlagen:**

- |   |                                                                                             |            |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1 | 2024-08-29 Bericht_Umsetzung Tourismuskonzept                                               | öffentlich |
| 2 | 2024-08-30 Finanzielle_Auswirkungen_Pflichtanlage<br>Tourismuskonzept                       | öffentlich |
| 3 | 2024-09-03 Bericht_Umsetzung_Tourismuskonzept_Pflichtige<br>Zusatzinformationen zur Vorlage | öffentlich |

# Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

Stand: 29. August 2024



© Landeshauptstadt Potsdam / Reinhardt & Sommer

# Inhalt

<b>1. Vorbemerkung .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Zielsystematik und Handlungsfelder des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam.....</b>	<b>3</b>
<b>3. Stand der Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam.....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 Handlungsfeld Infrastrukturentwicklung.....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 Handlungsfeld Qualitätssicherung und -entwicklung .....</b>	<b>7</b>
<b>3.3 Handlungsfeld Angebots- und Produktentwicklung .....</b>	<b>8</b>
<b>3.4 Handlungsfeld Kommunikationsperformance .....</b>	<b>8</b>
<b>3.5 Handlungsfeld Tourismusmanagement und Kooperationen.....</b>	<b>11</b>
<b>4. Touristische Entwicklung 2023 und im 1. Halbjahr 2024 .....</b>	<b>13</b>
<b>4.1 Entwicklung der touristischen Nachfrage.....</b>	<b>13</b>
<b>4.2 Entwicklung des touristischen Übernachtungsangebotes .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3 Entwicklung Einnahmen aus der Übernachtungssteuer.....</b>	<b>18</b>
<b>5. Ausblick .....</b>	<b>20</b>
<b>6. „Tourismus schafft mehr!“ – Herausforderungen für die Zukunft – ein Kommentar</b>	<b>21</b>

## 1. Vorbemerkung

Bisher bildete die „Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt Potsdam“, beschlossen von der Stadtverordnetenversammlung am 1. März 2017 (DS 17/SVV/0060), die Grundlage für die touristische Arbeit in Potsdam. Die „Tourismuskonzeption 2025“ wurde, beginnend im Dezember 2021, aktualisiert und fortgeschrieben und anschließend als „Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Potsdam“ am 1. März 2023 von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen (DS 23/SVV/0007). Das „Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Potsdam“ (im Folgenden als TK abgekürzt) ist nun die wesentliche Handlungsgrundlage für die 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 27. September 2023 vorgelegt (DS 23/SVV/0935). Dieser ging auf die vorgenommenen Änderungen und Anpassungen durch die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes ein und betrachtete dabei vor allem die weiterentwickelte Zielsystematik sowie die Neustrukturierung der Maßnahmencluster.

Im aktuellen Bericht wird über die Umsetzung prioritärer Maßnahmen v. a. in den Handlungsfeldern „Infrastrukturentwicklung“ und „Kommunikationsperformance“ in den letzten zwölf Monaten informiert. Außerdem wird die touristische Entwicklung Potsdams im Jahr 2023 sowie im ersten Halbjahr 2024 anhand statistischer Daten betrachtet.

## 2. Zielsystematik und Handlungsfelder des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

Das am 1. März 2023 von der Stadtverordnetenversammlung beschlossene (fortgeschriebene) Tourismuskonzept (TK) beschreibt Vision und Mission des Tourismus, enthält aktualisierte Handlungsfelder und Schlüsselprojekte sowie Empfehlungen zu den Maßnahmen. Der Tourismus wird als Querschnittsaufgabe definiert, weshalb die Mitwirkung aller Geschäftsbereiche der LHP sowie der touristischen und kulturellen Partner essenziell für die Umsetzung der Maßnahmen ist. Für die Leitziele aus dem TK wurden valide Messindikatoren hinterlegt, die das Monitoring und Controlling des Umsetzungsprozesses unterstützen.



Zielsystematik des Tourismuskonzeptes in Anlehnung an PROJECT M

Untersetzt wird die Strategie auch weiterhin durch **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.

Insgesamt ist das aktuelle Tourismuskonzept darauf ausgerichtet Handlungsfelder, Schlüsselprojekte und Maßnahmen bei Bedarf stetig anzupassen, um auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können. Diese Herangehensweise erlaubt es, Ressourcen zielgerichtet einzusetzen und die Maßnahmen zu fokussieren, die zum jeweiligen Umsetzungszeitpunkt in hohem Maße zur Erreichung der Leitziele beitragen.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wurden die Maßnahmen in einen Aktionsplan überführt, der sowohl der PMSG als auch dem Bereich Marketing der LHP als Arbeitsgrundlage dient und regelmäßig gemeinsam evaluiert wird. Dieser Plan beinhaltet Anpassungen bezüglich Priorisierung sowie die Konkretisierung und Fortschreibung einzelner Aspekte mit Blick auf ihre Wirkungseffekte auf die Leitziele. Eine detaillierte Erläuterung des Aktionsplans wurde im zuletzt veröffentlichten Bericht (DS 23/SVV/0935, S. 9 ff.) vorgenommen.

### 3. 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 fungieren. 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.

Der umfangreiche Maßnahmenkatalog des TK bzw. der daraus abgeleitete Aktionsplan beinhalten eine Vielzahl von Maßnahmen mit unterschiedlichen Prioritäten, die jeweils mit konkreten Aufgaben und Projekten unteretzt wurden. Im Folgenden wird auszugsweise und exemplarisch der Stand der Umsetzung von Schlüsselprojekten und Maßnahmen beschrieben, die sich aktuell sehr relevanten Themen widmen.

#### 3.1 Handlungsfeld Infrastrukturentwicklung

##### ◆ **Mobilität und Tourismus**

- ◇ Die 2020 eröffnete mobiagentur befindet sich im Hauptbahnhof der Landeshauptstadt Potsdam und wird von der ViP GmbH sowie der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gemeinsam betrieben. In der mobiagentur finden Kunden eine Vielzahl an Angeboten, wie den Verkauf von Tickets für Stadtführungen und -rundfahrten, Konzerte, Theater, Schifffahrten, Busse und Nahverkehrsbahnen sowie Souvenirs. Darüber hinaus bieten die Mitarbeitenden vor Ort vor allem Beratungsleistungen und Tipps zu den Themen Freizeit und Mobilität in Potsdam an.

Das Leistungsportfolio und die mobiagentur an sich sind noch zu wenig bekannt. Der Standort wird von den Einwohnerinnen und Einwohnern oft noch mit der früher dort ansässigen DB-Reiseagentur in Verbindung gebracht. Dieses Defizit bzw. die vorhandenen Potenziale der Einrichtung aufgreifend, wurde eine Strategie entwickelt, um die mobiagentur mit ihren Angeboten bekannter gemacht zu machen – bei der Bevölkerung ebenso wie bei den Gästen der LHP.

- ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
  - ↳ Imagekampagne in Deutsch und Englisch zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades und des Angebotsportfolios der „mobiagentur“



Beratung in der mobiagentur © Reinhardt & Sommer

#### ◆ Touristisches Wegeleitsystem

- ◇ permanente Pflege und Wartung des touristischen Wegeleitsystems
- ◇ **zurzeit in Umsetzung:**
  - ↪ Erweiterung von Standorten für Quartierpläne (Neuer Markt, Alter Markt, Brauhausberg, Lustgarten)
  - ↪ Aktualisierung aller Stadtpläne und einzelner Quartierpläne inkl. Bearbeitung der neuen Bezeichnungen des NANO (ehemals Extavium) sowie des Brandenburg Museums (ehemals Haus der brandenburgisch-preußischen Geschichte)
  - ↪ Integration des MINSK sowie des Kreativquartiers in die touristische Wegweisung
  - ↪ Erweiterung des Historischer Parcours (Marstall, MINSK, hist. Landschaftsparcours, hist. Eingangstor des Luftschiffhafens)



© PMSG / Uwe Lawatzki

### 3.2 Handlungsfeld Qualitätssicherung und -entwicklung

#### ◆ „Entwicklung und Positionierung Potsdams als nachhaltiges Reiseziel“

- ◇ Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH verfolgt das Ziel, sowohl die PMSG selbst als nachhaltiges Unternehmen als auch die Destination Potsdam als nachhaltiges Reiseziel zertifizieren zu lassen. Der Zertifizierungsprozess wird von der TourCert gGmbH begleitet und soll Ende 2024 in einer Zertifizierung münden. Neben einem schonenden Umgang mit Ressourcen sind u. a. auch Qualität, Kundenorientierung und Barrierefreiheit, gesellschaftliches Engagement und Mitarbeiterzufriedenheit wichtige Parameter der angestrebten Zertifizierung.
- ◇ Eine nachhaltige Destination ist ein Gemeinschaftswerk, das nur gelingen kann, wenn alle beteiligten Partner, Institutionen und Betriebe zusammenwirken. Daher ist die Gewinnung von Partnerbetrieben, die sich dem Prozess anschließen, unerlässlich für eine erfolgreiche Zertifizierung.
- ◇ Die PMSG hat eine Nachhaltigkeitsmanagerin benannt und ihren 2023 berufenen Tourismusbeirat auch als Nachhaltigkeitsbeirat etabliert. Zurzeit wird im Rahmen einer Bestandsaufnahme und mittels Befragungen die aktuelle Situation in Bezug auf Nachhaltigkeit bei der PMSG und für das Reiseziel Potsdam analysiert. Gemeinsam mit den Partnern werden im Rahmen von Auswertungs- und Strategie-Workshops Leitbilder, Handlungsfelder und Maßnahmen entwickelt. Basierend darauf werden Potenziale und Ansätze zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen erarbeitet. In einem Verbesserungsprogramm werden konkrete Zielsetzungen und entsprechende Maßnahmen für die PMSG und für die beteiligten Partner festgehalten. Am Ende des Zertifizierungsprozesses stehen ein internes Audit und eine externe Begutachtung. Nach erfolgreicher Zertifizierung erhält die PMSG ein Siegel, die teilnehmenden Partner erhalten eine Kennzeichnung als Partnerbetrieb des nachhaltigen Reiseziels.



TourCert-Siegel und -Kennzeichen © TourCert (Quelle: <https://tourcert.org/angebot/zertifizierung-destinationen/>)

### 3.3 Handlungsfeld Angebots- und Produktentwicklung

- ◆ „Entwicklung von attraktiven buchbaren und erlebbaren Angeboten zum Thema Film in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, hierfür Etablierung eines festen Ansprechpartners und Profilt Themenmanagements“
  - ◇ 2019 erfolgreiche Bewerbung Potsdams als „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“
  - ◇ Eröffnung einer permanenten Ausstellung im Filmpark Potsdam über die „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“ im August 2023
  - ◇ Umwelt-Film-Festival „green visions“ vom 30. Mai bis 2. Juni 2024 in Potsdam
  - ◇ Eröffnung des 1. Teils des „Boulevard des Films“ auf der Brandenburger Straße am 4. Juli 2024
  - ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
    - ↳ Evaluierung des Titels „UNESCO CREATIVE CITY OF FILM“



© LHP/Reinhardt & Sommer

### 3.4 Handlungsfeld Kommunikationsperformance

- ◆ **Durchführung einer kontinuierlichen Marktforschung und Auswertung der erhobenen Daten, u. a. zum Image, zur Bekanntheit der Stadt, zum Wirtschaftsfaktor, etc.**
  - ◇ Seit 2023 werden aktuelle statistische Daten zum touristischen Angebot sowie zur touristischen Nachfrage in Potsdam im neuen Kurzberichte-Format „Statistik im Blick“ durch den Bereich Statistik und Wahlen (553) veröffentlicht. Kompakt und übersichtlich wird in den Kurzberichten i. d. R. zweimal pro Jahr mit Grafiken und Tabellen informiert. Bisher veröffentlicht wurden StiB 02/2023 – Tourismus im Blick: Angebot und Nachfrage mit den Daten für das Jahr 2022 sowie StiB

01/2024 – Tourismus im Blick: Angebot und Nachfrage mit den Daten für das Jahr 2023 und StiB 03/2023 – Tourismus im Blick: Vergleiche mit den touristischen Kennzahlen im Vergleich zu anderen deutschen Städten bzw. Destinationen wie den Reisegebieten des Landes Brandenburg sowie den Städten der Werbegemeinschaft "Historic Highlights of Germany".

◆ **Destination Brand 23 Business**

- ◇ Beteiligung Potsdams an einer Studie zur Untersuchung von Potsdam als Geschäftsreiseziel
- ◇ Online-Erhebung von Dezember 2023 bis Januar 2024 zu u. a. folgenden Fragestellungen: Wie werden Potsdams Angebote und die Infrastruktur (z.B. die Erreichbarkeit, Beherbergung, Mobilität vor Ort) von potenziellen Geschäftsreisenden und Besuchern in der Vergangenheit bewertet? Wie hoch ist die Relevanz dieser Aspekte, Angebote und Infrastrukturen für die nachfrageseitige Geschäftsreisezielentscheidung und wie wird Potsdam im Vergleich zu Wettbewerbern beurteilt?



2.1 Methodik der Angebots- und Infrastrukturstudie Destination Brand 23 Business

<b>Untersuchungsziel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studie zur nachfrageseitigen Beurteilung der <b>Angebote und Infrastruktur von Geschäftsreisezielen</b> auf dem <b>Quellmarkt Deutschland</b></li> </ul>
<b>Untersuchungsschwerpunkte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgemeine (d.h. geschäftsreisezielunabhängige) <b>Relevanz</b> von Angeboten und Infrastrukturelementen bei der Geschäftsreisezielentscheidung</li> <li>- <b>Gestützte Angebots- / Infrastrukturbeurteilung</b> je Geschäftsreiseziel               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkurrenzvergleich zu allen untersuchten Geschäftsreisezielen</li> <li>- Ungestützte Nennung von Geschäftsreisezielen (Top of Mind)</li> </ul> </li> <li>- <b>Zielgruppenspezifische Analysen</b> u.a. differenziert nach:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- der Soziodemografie der Befragten,</li> <li>- Interessentengruppen für geschäftliche Anlässe sowie</li> <li>- Merkmalen der beruflichen Tätigkeit bzw. des beruflichen Umfelds der Befragten</li> </ul> </li> <li>- <b>Ergänzend:</b> Relevanz des Geschäftsreiseziels für eine Geschäftsreise</li> </ul>
<b>Untersuchungsdesign</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>22 Geschäftsreiseziele</b></li> <li>- <b>Gesamt-Stichprobenumfang:</b> 2.000; je Geschäftsreiseziel: 1.000 (siehe Gestützte Angebots- / Infrastrukturbeurteilung)</li> <li>- <b>Online-Erhebung</b></li> <li>- <b>Quotenstichprobe</b> basierend auf der Anzahl an getätigten Geschäftsreisen mit Übernachtung im Jahr 2023 und der regionalen Herkunft</li> <li>- <b>Repräsentativ</b> für Geschäftsreisende im Alter von 18-75 Jahren, die innerhalb der letzten drei Jahre eine oder mehrere Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung unternommen haben</li> </ul>
<b>Laufzeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erhebungszeitraum: <b>Dezember 2023 bis Februar 2024</b></li> </ul>

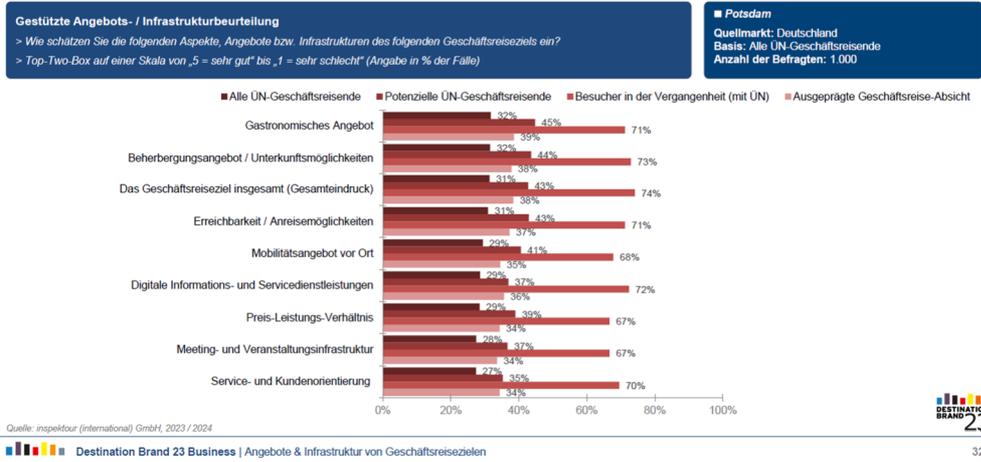


Methodik der Studie © inspektour

- ◇ Durchführung eines Potenzial-Workshops gemeinsam mit inspektour (international) GmbH (Herausgeber der Studienreihe), PMSG und Partnern aus der Potsdamer Tourismusbranche am 19. Juni 2024
- ◇ wesentliche Erkenntnisse der kundenorientierten Beurteilung sind u. a., dass Potsdam als Geschäftsreiseziel viel positiver bewertet wird von denjenigen, die bereits vor Ort waren, als von potenziellen Geschäftsreisenden, dass die Nähe zu Berlin in der Kommunikation weiter in den Vordergrund gestellt werden sollte, weil die Erreichbarkeit des Geschäftsreiseziels bei der Reisezielauswahl eine zentrale

Rolle spielt und dass das Kulturangebot vor Ort einen hohen Stellenwert auch für das Segment des Geschäftsreisetourismus hat.

4.2 Angebot: Gestützte Angebots- / Infrastrukturbeurteilung – Teilgruppen (1/2)



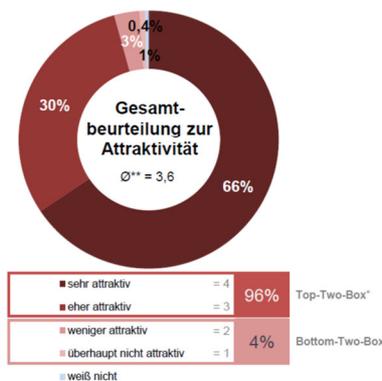
Gestützte Angebots- / Infrastrukturbeurteilung © inspektour

◆ Destination Brand 24 Pilotstudie – Selbstbild

- ◇ Beteiligung Potsdams an einer Pilotstudie zur Ermittlung der Wahrnehmung Potsdams als Reiseziel durch die Wohnbevölkerung (Selbstbild)
- ◇ Einwohnerbefragung (Online und telefonisch) im Juni und Juli 2024 mit 452 Befragten
- ◇ sehr positives Feedback der Potsdamerinnen und Potsdamer, die Potsdam als (sehr) sympathisches und attraktives Urlaubsziel wahrnehmen und v. a. für Kurzurlaube empfehlen

Gesamtbeurteilung zur Attraktivität durch die Befragten

Frage zur Gesamtbeurteilung zur Attraktivität: Bitte geben Sie ein zusammenfassendes Gesamturteil, inwieweit Sie Potsdam als Urlaubsziel als attraktiv einstufen.



\* Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind runderungstechnisch bedingt.  
 \*\* Skalierung von „4 = sehr attraktiv“ bis „1 = überhaupt nicht attraktiv“

Quelle: inspektour (international) GmbH, 2024

Destination Brand | Pilotstudie zur „Wahrnehmung des Reiseziels Potsdam durch die Wohnbevölkerung (Selbstbild)“

Basis: alle Befragte | n = 452 | Angabe in % der Fälle

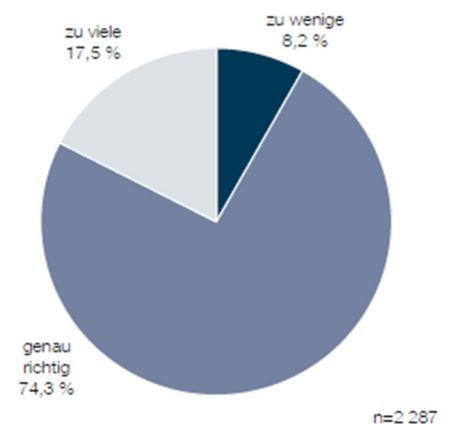
Gesamtbeurteilung zur Attraktivität durch die Befragten © inspektour

- ◇ Ergebnisse ermöglichen Abgleich zwischen Selbst- und Fremdbild und Ableitungen für das strategische Destinations- und Binnenmarketing

#### ◆ **Leben in Potsdam – Bürgerumfrage 2023**

- ◇ Für die Steuerung der weiteren touristischen Entwicklung ist es wichtig zu erfahren, welche Akzeptanz der Tourismus in Potsdam hat. Die Bürgerumfrage „Leben in Potsdam“ beleuchtete daher erstmals, wie die Potsdamerinnen und Potsdamer den Stellenwert des Tourismus und die Anzahl der Touristinnen und Touristen in Potsdam bewerten und ob sie sich durch diese gestört fühlen.
- ◇ Das Ergebnis: mehr als 85 Prozent der Befragten schätzen die Bedeutung des Tourismus für die Stadt als mindestens hoch ein.
- ◇ Mit drei Vierteln (74,3 %) empfindet das deutliche Gros der teilnehmenden Personen die Anzahl der Touristinnen und Touristen in Potsdam als „genau richtig“. Für 8,2 Prozent der Befragungsteilnehmenden dürften es sogar noch mehr sein.
- ◇ Die Frage, ob sich die Teilnehmenden durch Touristinnen und Touristen gestört fühlen, wird von der Mehrheit (73,2%) verneint.

Abb. 78 Wie bewerten Sie die Anzahl der Touristen in Potsdam?



Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

Bewertung Anzahl Touristen  
(Statistischer Informationsdienst 1 | 2024)

### 3.5 Handlungsfeld Tourismusmanagement und Kooperationen

#### ◆ **„Aufbau und Etablierung einer Lenkungsgruppe zum gesamtstädtischen Marketing“**

- ◇ seit 2022 Etablierung eines regelmäßigen Austauschformats in Form 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 und Wirtschaftsförderung vernetzen hier kontinuierlich die Themen Stadt-, Standort-, Kultur- und Tourismusmarketing
- ◇ **zurzeit in Vorbereitung:**
  - ↳ Qualifizierung der „internen Marketingrunde“ zu einer Lenkungsgruppe gemäß der Zielsetzung, Tourismus als Querschnittsaufgabe zu behandeln
  - ↳ Entwicklung einer Strategie eines gesamtstädtischen Marketings

- ◆ **„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“**
  - ◇ Mit der Betrauung der PMSG mit dem Tourismus- und Kulturmarketing sowie Tourismusinformation seit 2015 (und ab 2017 für 10 Jahre bis längstens 31.12.2027) wurde die notwendige und gewünschte Kontinuität für die touristische Vermarktung Potsdams erreicht, jedoch kommt sowohl das fortgeschriebene Tourismuskonzept als auch die 2021 planmäßig erfolgte Evaluation der PMSG zu dem Ergebnis, dass Optimierungen an den Koordinations- und Organisationsstrukturen erforderlich sind. In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung wurde ein „Konzept zu Strukturen städtischer Gesellschaften im Bereich Wirtschaft der Landeshauptstadt Potsdam“ beauftragt. Die europaweite Vergabe für die Erarbeitung des Konzeptes wurde am 6. Dezember 2023 veröffentlicht, eine Zuschlagserteilung erfolgte am 4. Juni 2024 an „LennardtundBirner GmbH“. Zurzeit erfolgt die Analyse der Ausgangssituation. Für die Konzepterarbeitung ist ein Zeitraum von ca. zwölf Monaten vorgesehen.

#### 4. Touristische Entwicklung 2023 und im 1. Halbjahr 2024

Im Rahmen einer Pressekonferenz am 4. März 2024 im „Potsdam Museum – Forum für Kunst und Geschichte“ wurde die touristische Bilanz des Jahres 2023 vorgestellt. Mittlerweile hat das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg bereits die Kennzahlen bis einschließlich Juni 2024 veröffentlicht.

Bis 2019 gab es hinsichtlich der Anzahl der Gästeankünfte und der Übernachtungen in Potsdam nur einen Trend, und der hieß Wachstum und jedes Jahr neue Besucher-Rekorde. Die beiden Corona-Jahre haben diesen Trend abrupt gestoppt. Eine Bezugnahme auf das Jahr 2019 als Vor-Corona-Referenzniveau ist weiterhin erforderlich.

Der Tourismus hat sich im Jahr 2023 und im ersten Halbjahr 2024 erneut als stabiler Faktor der Potsdamer Wirtschaft erwiesen.

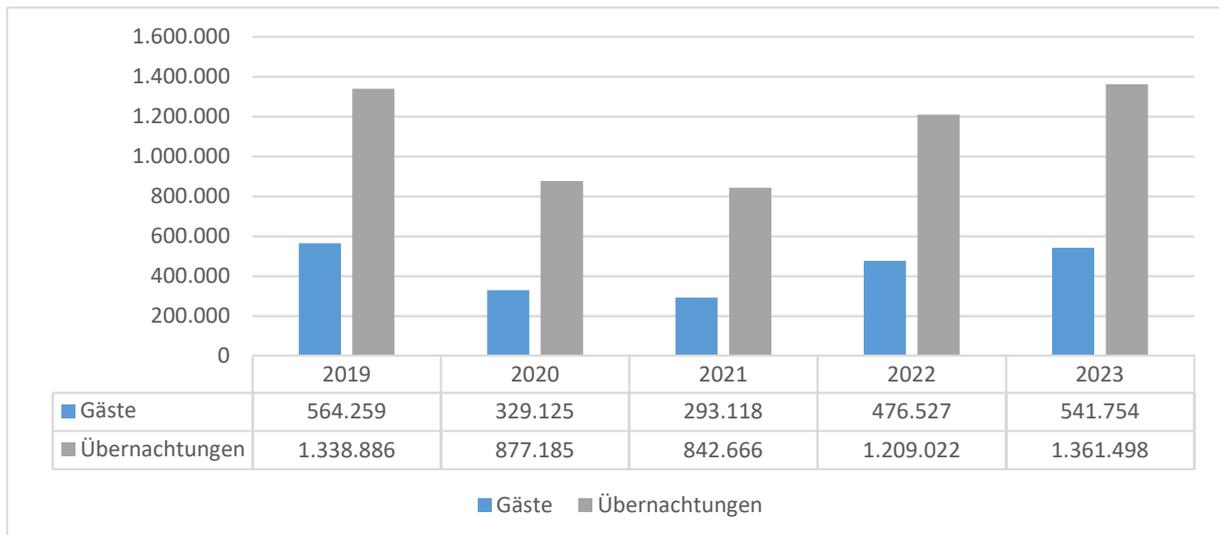
##### 4.1 Entwicklung der touristischen Nachfrage

Gästeankünfte 2023	541.754	+ 13,7 % im Vergleich zum Vorjahr
davon Ausland	47.196	+ 11,2 % im Vergleich zum Vorjahr
Übernachtungen 2023	1.361.498	+ 12,6 % im Vergleich zum Vorjahr
davon Ausland	126.790	+ 12,1 % im Vergleich zum Vorjahr
Aufenthaltsdauer	2,5 Tage	+/- 0 Tage im Vergleich zum Vorjahr

Gästeankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer 2023

Von Januar bis Dezember 2023 wurden 541.754 Gäste von den 58 Potsdamer Beherbergungsbetrieben an das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg gemeldet. Das sind 13,7 % mehr als im Vorjahr. Verglichen mit dem bisherigen Rekordjahr 2019 sind es vier Prozent weniger Gästeankünfte.

Dieser – im Vergleich zu 2019 – noch nicht wieder erreichten Gästezahl steht ein erneuter Rekord bei den Übernachtungen gegenüber. Wie das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg mitteilte, stieg die Zahl der Übernachtungen auf 1,361 Millionen. Das sind 12,6 Prozent mehr als 2022. Damit wurde auch die bisherige Höchstmarke von 2019 mit 1,338 Millionen Übernachtungen um knapp 1,7 Prozent bzw. über 22.500 Übernachtungen übertroffen.



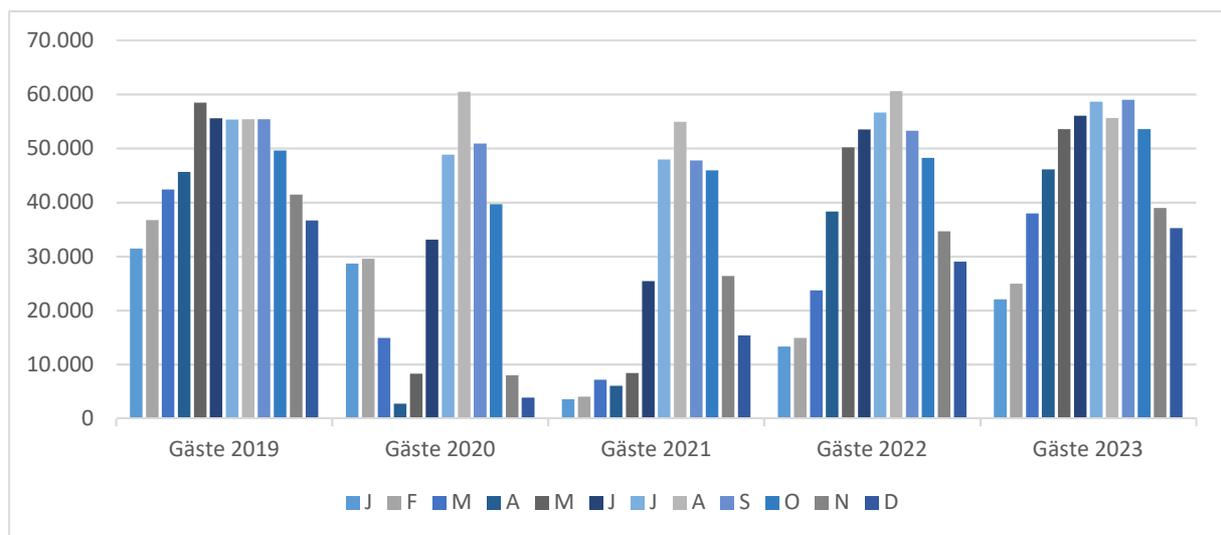
Gästekünfte und Übernachtungen 2019 bis 2023

Die schnelle Erholung der Übernachtungszahlen ist auch darauf zurückzuführen, dass Potsdam im Vergleich zu anderen Städtereisezielen über einen sehr hohen Anteil von Gästen aus Deutschland verfügt (91,3 %). Im Jahr 2023 zählte Potsdam 1.234.708 Übernachtungen aus dem heimischen Markt (+12,7 %). Die Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland nahmen im Vergleich zu 2022 ebenfalls wieder zu (+12,1 %). Das Minus im Incoming-Tourismus liegt damit nur noch bei -6,7 Prozent gegenüber 2019. Die meisten internationalen Übernachtungen buchten Polen (14.567 Übernachtungen) gefolgt von Niederländern (11.399) und US-Amerikanern (9.248). Wenn in diesem Jahr – und davon ist aktuell auszugehen – auch die ausländischen Gäste wieder 100 % zurückkehren, wird das Vorkrisen-Niveau auch bei der Zahl dieser Gäste wieder erreicht werden.

Neben der Rückkehr der ausländischen Gäste können als weitere Gründe für diese überaus positive Entwicklung genannt werden: die Erholung des Geschäftsreiseturismus und das vielfältige Angebot Potsdams, das über das eines klassischen Städtereiseziels hinausreicht. Mit der Kombination aus der breiten Palette an Sehenswürdigkeiten, kulturellen und freizeittouristischen Angeboten und Veranstaltungen sowie einer Vielzahl an möglichen Angeboten für Aktivitäten im Grünen und am Wasser – von Parkspaziergängen im UNESCO-Welterbe über Radtouren durch die einzigartige Kulturlandschaft bis zu Wasserwanderungen im Revier „Potsdamer und Brandenburger Havelseen“ – hat Potsdam eine hohe Anziehungskraft für Touristinnen und Touristen. Ein Blick auf die Besucherzahlen der Sehenswürdigkeiten und Kultureinrichtungen bestätigt das große Interesse: Im Jahr 2023 registrierte das Schloss Sanssouci 277.973 Besuchende (+30 %); den Filmpark Babelsberg besuchten 217.946 Gäste (+9,2 %) und in der Biosphäre wurden 200.488 Besuchende (+28,2 %) gezählt – immer bezogen auf das Vorjahr.

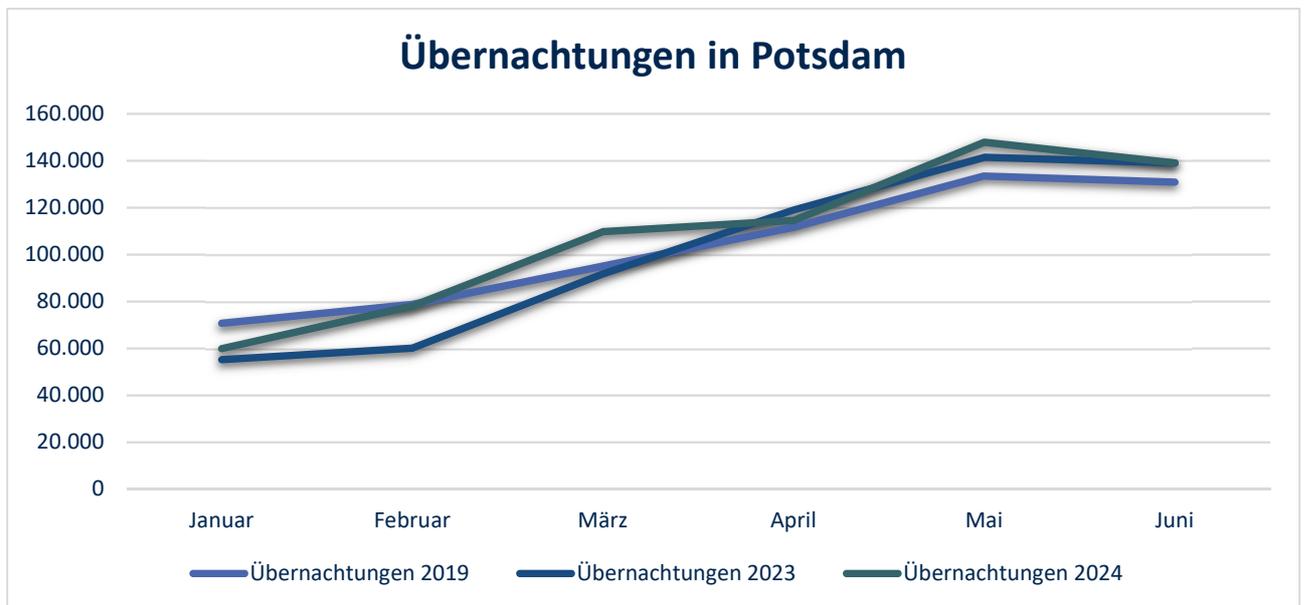
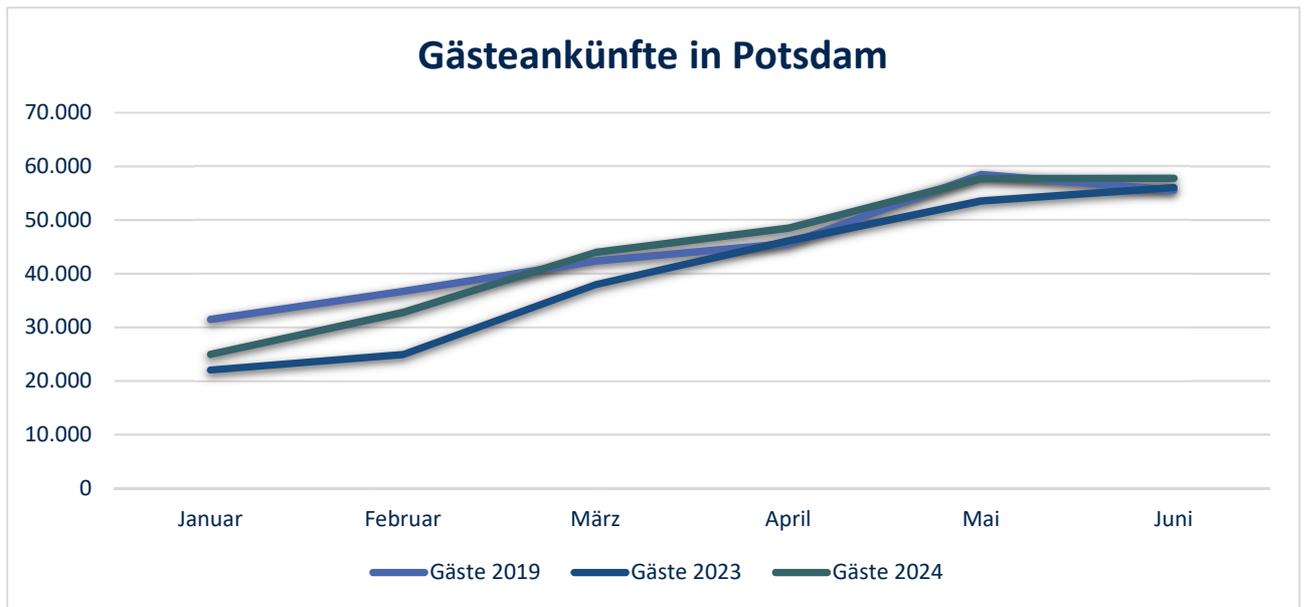
Dass es viel zu sehen und zu entdecken gibt, zeigt auch die für ein Städtereiseziel sehr hohe Aufenthaltsdauer der Gäste von durchschnittlich 2,5 Tagen. Damit nimmt Potsdam eine Spitzenposition verglichen mit anderen Städtereisedestinationen ein. (Anmerkung: Das genaue Ranking folgt mit dem StiB „Tourismus im Vergleich“, der voraussichtlich im Herbst 2024 veröffentlicht wird, wenn die benötigten Zahlen aller Statistikämter vorliegen.)

Nach wie vor ist allerdings eine ausgeprägte saisonale Verteilung erkennbar. Im Jahr 2023 begrüßte Potsdam – wie in den Vorjahren – die meisten Gäste in den Sommermonaten. Die Sommermonate waren sogar in den Corona-Jahren (2020, 2021) von sehr hoher Nachfrage gekennzeichnet. Hier zeigt sich, dass Potsdam von der Krise, als Urlaub im Ausland für viele nicht möglich ein war, teilweise sogar profitieren konnte. Jedoch stieg auch die Nachfrage auch in den Herbstmonaten. So übernachteten im Oktober 2023 so viele Gäste wie noch nie in diesem Monat in der Stadt (53.594 Gäste). Ein großes Potenzial für die Potsdamer Tourismuswirtschaft und ein weiteres gesundes Wachstum liegt weiterhin in einer höheren Auslastung der Nebensaison.



Gästeankünfte nach Monaten 2019 bis 2023

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 tätigten 10,4 Prozent mehr Gäste als im Vorjahr (265.705) bereits über eine halbe Million Übernachtungen (649.377, + 7,0 %). Die Zahl der Übernachtungen liegt seit März 2024 über denen des Vor-Corona-Jahres 2019. Der Trend zu mehr Übernachtungsvolumen aufgrund einer langen Aufenthaltsdauer setzt sich fort (durchschnittlich 2,4 Tage von Januar bis Juni 2024).



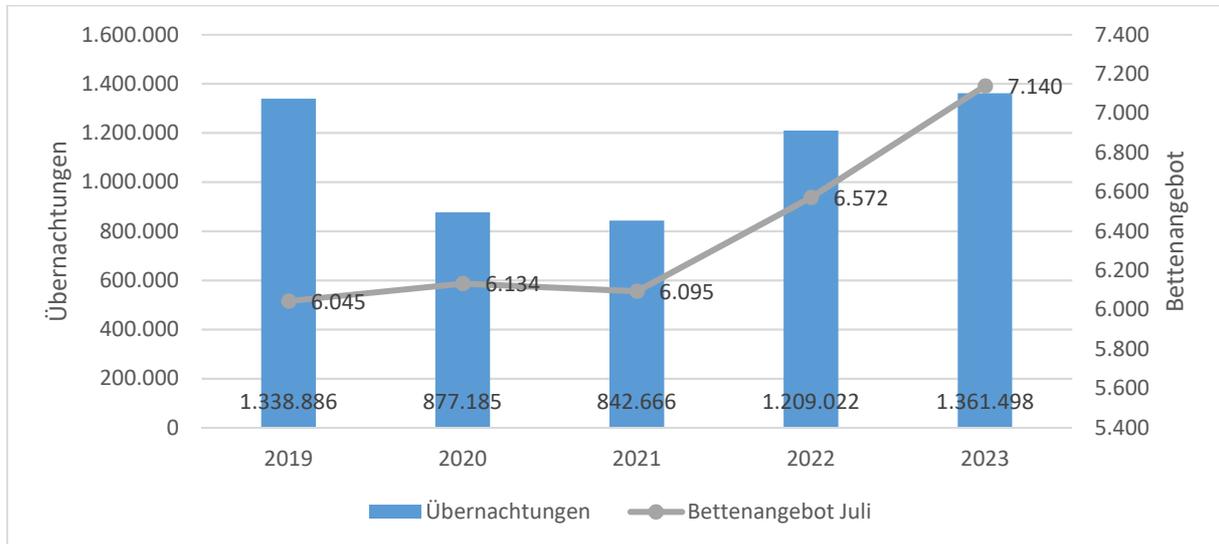
Gästeankünfte und Übernachtungen Januar bis Juni 2019, 2023 und 2024

Dieser Effekt ist insbesondere auch bei den ausländischen Gästen erkennbar, bei denen die Übernachtungen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 um 27,3 Prozent stiegen, während der Zuwachs bei der Anzahl der ausländischen Gäste „nur“ 18,9 Prozent betrug (durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2,9 Tage).

#### 4.2 Entwicklung des touristischen Übernachtungsangebotes

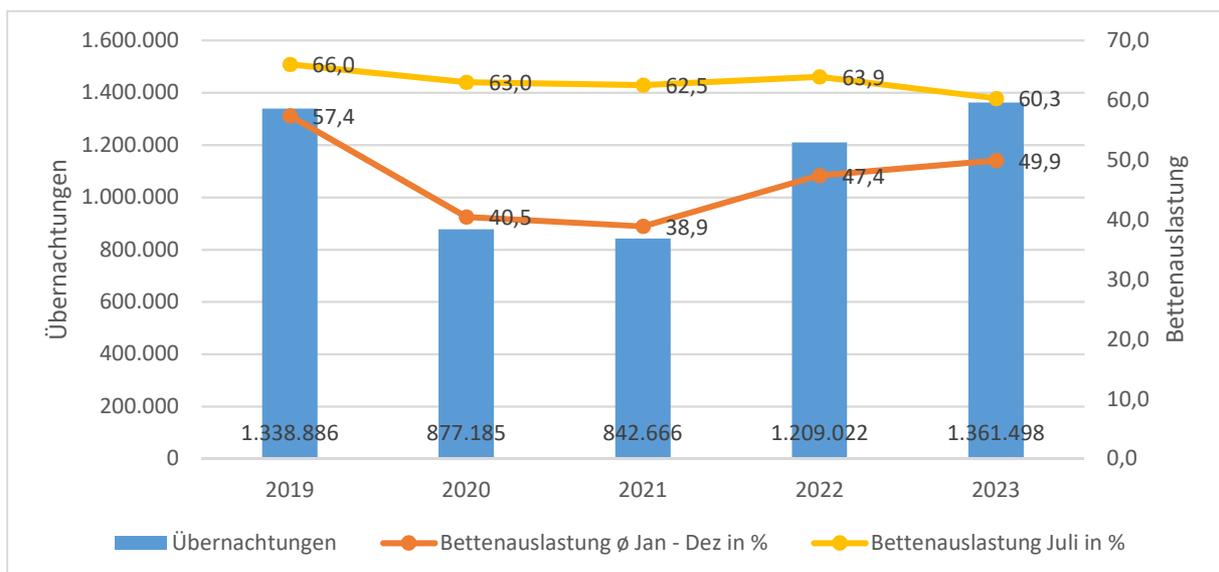
Die Gesamtzahl der Betriebe ist in den letzten Jahren relativ konstant (2023: 58). Das Bettenangebot ist jedoch deutlich gestiegen (Eröffnung von Niu, Holiday Inn Express). So lag das Bettenangebot im März 2023 erstmals über 7.000 Betten (7.012 Betten). Das sind fast

1.000 Betten mehr als noch im Jahr 2019. Stellt man die Entwicklung der Übernachtungszahlen im Zeitraum 2019 bis 2023 der Entwicklung des Bettenangebotes gegenüber, lässt sich erkennen, dass dem starken Anstieg der Bettenkapazitäten (nach Corona) ein Anstieg der Nachfrage folgt.



Entwicklung Übernachtungen und Bettenangebot 2019 bis 2023

Die erhöhte Bettenanzahl schlägt sich in einer geringeren Bettenauslastung nieder, die jedoch unter Berücksichtigung der Ausgangssituation weiterhin als hoch einzustufen ist. Die durchschnittliche Bettenauslastung 2023 betrug 49,9 Prozent. 2019 lag sie bei 57,4 Prozent. Auch an der saisonal sehr unterschiedlichen Bettenauslastung lässt sich das Potenzial erkennen, das eine höhere Nachfrage in der Nebensaison bietet. Diese schwankte 2023 im Jahresverlauf zwischen 27,2 Prozent im Januar (Minimum) und 61,6 Prozent im September (Maximum). Traditionell ist die Bettenauslastung im Juli am höchsten.



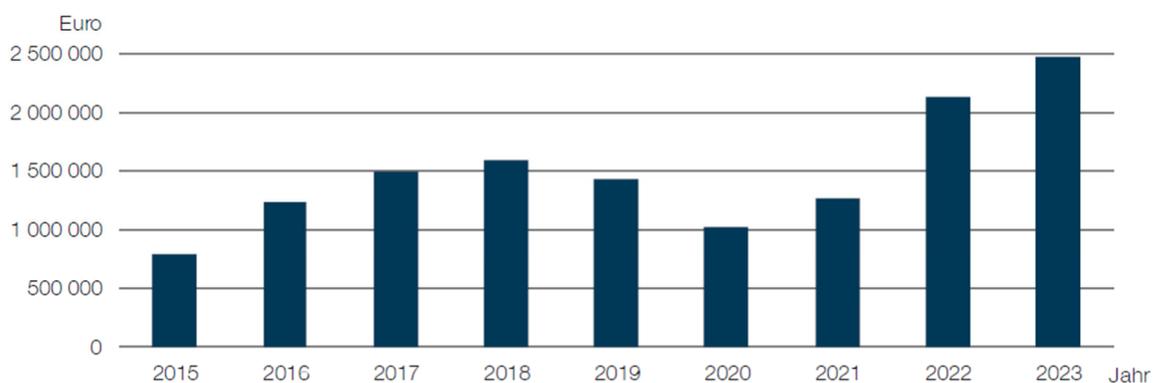
Entwicklung Übernachtungen und Bettenauslastung 2019 bis 2023

In Potsdam gibt es weiterhin einen beachtlichen Anteil von Ferienwohnungen und -häusern, gemessen an der Gesamtzahl der Beherbergungsbetriebe. Viele dieser Beherbergungsbetriebe sowie alle anderen Betriebe mit weniger als zehn Betten (z. B. kleine Hotels und Pensionen) werden in der amtlichen Statistik jedoch 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 und Beurteilung der Daten immer berücksichtigt werden.

### 4.3 Entwicklung Einnahmen aus der Übernachtungssteuer

Die Übernachtungssteuer (auch sogenannte Bettensteuer) ist eine örtliche Aufwandssteuer, die seit dem Jahr 2014 von der LHP von den Betreibern eines Beherbergungsbetriebes erhoben wird (siehe Übernachtungssteuersatzung (ÜnStS) der Landeshauptstadt Potsdam vom 29.07.2014, DS 14/SVV/0356). Sie beträgt fünf Prozent des für die Übernachtung aufgewendeten Entgeltes. Am 24. Januar 2024 hat die SVV beschlossen, die Übernachtungssteuer auch für beruflichen Aufwendungen für entgeltliche Übernachtungen (Dienstreisen) zu erheben, die bisher von der Besteuerung ausgenommen waren (siehe DS 23/SVV/1100). Der Anteil der beruflich veranlassenen Übernachtungen liegt in Potsdam bei ca. 35 bis 45 Prozent der gesamten Übernachtungen. Im Jahr 2023 lag der Anteil bei 37,9 Prozent.

Die Übernachtungssteuer hat sich als verlässliche und stabile Ertragsquelle für die LHP etabliert. In den Jahren 2018 bis 2022 betrug das durchschnittliche Aufkommen der Übernachtungssteuer ca. 1,5 Mio. Euro pro Jahr (inkl. Corona-Jahre!). Im Jahr 2023 betrug das Übernachtungssteueraufkommen 2,466 Mio. Euro.



<sup>1</sup> Der Berechnungsstand für das aktuelle Jahr ist der 29.2.2024.

Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

Einnahmen aus der Übernachtungssteuer 2015 bis 2023

Bei einer Erweiterung der Übernachtungssteuer auch auf beruflich veranlasste Übernachtungen werden für die LHP Mehrerträge in Höhe von bis zu 1 Mio. Euro pro Jahr prognostiziert, d. h. für das Jahr 2024 werden Einnahmen in Höhe von ca. 3,3 Mio. Euro erwartet. Diese Einnahmen sind nicht zweckgebunden und fließen in den gesamtstädtischen Haushalt der LHP.

## 5. Ausblick

Die positive touristische Bilanz des Jahres 2023 und des ersten Halbjahres 2024 führt zu einem zuversichtlichen Blick in die Zukunft. Zugleich erfordert der Umgang mit nach wie vor vorhandenen Herausforderungen (z. B. Inflation, Kostendruck auf Gastwerke und Betriebe, höhere Preissensibilität, Arbeits- und Fachkräftemangel) unsere Aufmerksamkeit. Der Tourismus ist eines von drei wirtschaftlichen Kernthemen Potsdams und eine Aufgabe mit Schnittstellen zu vielen anderen Bereichen über Marketing und Wirtschaftsförderung hinaus (von Grünflächen über Verkehr bis zu Smart City u. a.). Bei den haushalterischen Herausforderungen vor denen die Landeshauptstadt Potsdam zukünftig stehen wird, ist es erforderlich, tragfähige und zukunftsweisende Strukturen zu etablieren, um die touristische Entwicklung mindestens auf dem aktuellen Niveau zu fördern. Des Weiteren erfordert die konsequente Ausrichtung einer auf Nachhaltigkeit und Qualität ausgerichteten Tourismusedwicklung gemäß der Leitlinie des fortgeschriebenen Tourismuskonzeptes Weiterentwicklungen und Anpassungen. Mit dem „Konzept zu Strukturen städtischer Gesellschaften im Bereich Wirtschaft der Landeshauptstadt Potsdam“ soll den notwendigen Änderungsbedarfen der Weg geebnet werden. Die Zusammenarbeit mit dem beauftragten Gutachter wird in den nächsten Monaten zu den prioritären Aufgaben gehören.

Zukünftig wird es noch stärker als bisher darauf ankommen, gemeinschaftlich zu agieren und in Netzwerken zu denken und zu handeln (auch über „klassische“ touristische Partner hinaus), um die Rahmenbedingungen für eine weiterhin positive touristische Entwicklung aktiv zu gestalten.

Detaillierte und weiterführende Informationen zur Arbeit der PMSG bieten v. a. die jährlichen PMSG Jahresgeschäftsberichte, Marketingpläne und Wirtschaftspläne (siehe <https://potsdam-marketing.de/>).

## 6. „Tourismus schafft mehr!“ – Herausforderungen für die Zukunft – ein Kommentar

Die Förderung des Tourismus und der touristischen Vermarktung Potsdams ist eine freiwillige Aufgabe. Im Kontext einer angespannten Haushaltslage sowie der sich positiv entwickelnden Übernachtungs- und Gästeankunftszahlen des Jahres 2023 und des 1. Halbjahres 2024 läge die Überlegung nahe, auch bei diesem Haushaltsposten – wie bei anderen freiwilligen Aufgaben – Kürzungen vorzunehmen. Angesichts des Stellenwerts des Tourismus als einer der drei wichtigsten Wirtschaftszweige Potsdams sowie angesichts der Tatsache, dass Investitionen in den Tourismus stets auch Investitionen in die Lebensqualität der Stadtbevölkerung darstellen, wäre eine solche Schlussfolgerung zu kurz gedacht. Der Tourismus sichert Beschäftigung im Dienstleistungsbereich und im Handel. Damit sind unmittelbar Steuereinnahmen für die Landeshauptstadt Potsdam verbunden. Die Studienreihen des dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München) zum Wirtschaftsfaktor Tourismus belegen anschaulich die Höhe der mit dem Tourismus verbundenen Umsätze (2019: 842,8 Mio Euro Brutto-Umsätze laut dwif). Unmittelbar belegbar sind die Steuereinnahmen aus dem Tourismus aus den Erträgen der Übernachtungssteuer. Die Prognose für das Jahr 2024 liegt bei 3,3 Mio Euro. Diese Prognose beinhaltet die Auswirkungen der seit 1. April 2024 auf beruflich veranlasste Übernachtungen erweiterten Bettensteuer. Zum Vergleich dazu: Die städtischen Aufwendungen für das Produkt Tourismus werden 2025 bei 2.589.600 € liegen.

Die Herausforderungen für die Zukunft des Tourismus liegen jedoch nicht nur darin, die touristische Vermarktung finanziell zu sichern. Angesichts des Wettbewerbs unter den deutschen Städtedestinationen geht es auch darum, die Attraktivität des Reiseziels Potsdam zu erhalten. Dabei spielen vor allem zwei Faktoren eine Rolle, die wiederum unmittelbar Auswirkungen auf die Lebensqualität der Potsdamerinnen und Potsdamer haben. Es geht einerseits um das Thema Sauberkeit. Und es geht andererseits um das Thema Begrünung der Stadt. Im Kontext der Erstellung des Tourismuskonzepts 2016 wurde bei der Ermittlung des Fremdbildes das Thema Sauberkeit als sehr kritisch betrachtet. Die Situation hat sich seither noch verschlechtert. Die zunehmende Anzahl an entsprechenden Hinweisen im Maerker-Portal zeigt die Relevanz der Problematik für die Stadtbevölkerung. Wer entlang der Zeppelinstraße zum Haupteingang von Sanssouci fährt – egal ob mit PKW, Rad oder ÖPNV – wird täglich mit häufig illegalen Sperrmüllansammlungen konfrontiert. Gleiches gilt für das Thema Graffiti. Es ist weitaus aufwendiger, ein schlechtes Image loszuwerden, als Sperrmüll oder Graffiti zu beseitigen.

Zum Thema Begrünung: Potsdam war 2001 Ausrichter der Bundesgartenschau – mit signifikanten Auswirkungen auf die Stadtentwicklung und mit einer Erhöhung der Übernachtungszahlen um 17 % in Vergleich zum Jahr 2000. Der ehemalige BUGA-Park hat als Volkspark eine hohe Anziehungskraft v. a. auf die Bevölkerung, aber auch auf Gäste Potsdams. Sieht man vom Foerster-Garten und der Freundschaftsinsel ab, so ist die saisonale Begrünung in den anderen ehemaligen BUGA-Kulissen (Potsdamer Mitte, Orte am Fluss, Feldflur) weitestgehend verschwunden. Auch das Thema Stadtbegrünung fällt in den Bereich der freiwilligen Aufgaben. Die (BUGA)-Städte Schwerin und Erfurt stehen jedoch vor den gleichen Herausforderungen wie Potsdam, ebenso die LAGA-Stadt Wismar, und dennoch schaffen diese Städte Aufenthaltsqualität durch saisonale Begrünungen. Die Hansestadt Lübeck hat es vermocht, mit dem Projekt „Übergangsgarten“ durch temporäre Begrünung einen zentralen Platz ohne nennenswerte Aufenthaltsqualität zu einem belebten Hotspot werden zu lassen, der zugleich authentisch das Thema Klima- und Artenschutz aufgreift. Lübeck, Erfurt, Wismar und Schwerin gelingt es außerdem in hervorragender Weise, das Thema UNESCO als Alleinstellungsmerkmal in Wert zu setzen. Als Schwerin Ende Juli 2024 zum UNESCO-Welterbe wurde, haben das Land Mecklenburg-Vorpommern und seine Landeshauptstadt dies mehrere Tage lang gefeiert. Die Übernachtungszahlen von Lübeck, Schwerin, Erfurt und Wismar könnten Potsdam im Moment dazu verführen, sich in Sicherheit zu wiegen.



Temporäre Begrünung in Erfurt  
© Dr. Sigrid Sommer



Temporäre Begrünung in Schwerin  
© Dr. Sigrid Sommer

Die genannten Städte und auch Leipzig zeigen noch ein weiteres Entwicklungspotenzial mit großen Chancen für Potsdam auf, das eng mit den zuvor beschriebenen Themen zu tun hat: große Teile der Innenstädte sind verkehrsberuhigt oder sogar verkehrsfrei. In der Folge haben sich die Aufenthaltsqualität für Gäste und Bevölkerung und die Umsätze der

Gewerbetreibenden erhöht. Um es noch deutlicher zu sagen: Verkehrsberuhigung bedeutet nicht das Ende von Handel und Wandel in den Innenstädten, sondern deren Zukunft.

Auf dem Brandenburger Tourismustag 2024 nahm Prof. Dr. Bernd Eisenstein von der FH Westküste ausführlich Stellung zum Thema „Tourismus schafft mehr! – Lebensqualität durch Tourismus sichern und entwickeln.“ Nachfolgend die wesentlichen Schlussfolgerungen.

Das gegenwärtig noch dominante Narrativ zum Zusammenhang zwischen Lebensqualität für Einheimische und Touristen lautet:

„Schaffung und Sicherstellung einer positiven Besuchs- und Erlebnisqualität für die Gäste schafft auch Lebensraum und Lebensqualität für Einheimische!“

Prof. Eisenstein mahnt jedoch ein Umdenken an, denn „Schaffung und Sicherstellung eines positiven Lebensraums für Einheimische schafft auch Besuchs- und Erlebnisqualität für Gäste! Dies bedarf: Sicherstellung eines Wir-Gefühls & Identifikation

- Abgestimmte Entwicklungsschritte im ‚richtigen‘ Tempo & Reihenfolge
- Mut zur Umsetzung & Commitment aller Anspruchsgruppen
- Reflektiertheit & Gemeinschaft statt Egozentrismen & persönliches Wachstum.“

In diesem Sinne muss sich die Landeshauptstadt Potsdam den Herausforderungen und vor allem den großen Potenzialen der Querschnitts- und Gemeinschaftsaufgabe Tourismus auch in Zukunft stellen und stärker im Sinne einer Umwegrentabilität argumentieren und agieren.

Potsdams Attraktivität als Wohnort, Firmenstandort und natürlich auch als Reiseziel ist unbestritten. Doch sich auf dem bereits Erreichten auszuruhen und die stets positive touristische Entwicklung als „Selbstläufer“ zu deklarieren, birgt die Gefahr notwendige und wichtige Schritte für eine weiterhin erfolgreiche Entwicklung zu verpassen.

**Darstellung der finanziellen Auswirkungen der Mitteilungsvorlage**

**Betreff:** Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam

- 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. 5750000.5291100 Bezeichnung: Aufwendungen für sonstige Dienstleistungen.

5. Wirkung auf den Ergebnishaushalt:

Angaben in EUro	Ist-Vorjahr	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Gesamt
<b>Ertrag</b> laut Plan	0	0	0	0	0	0	0
<b>Ertrag</b> neu	0	0	0	0	0	0	0
<b>Aufwand</b> laut Plan	0	0	0	0	0	0	0
<b>Aufwand</b> neu	0	0	0	0	0	0	0
<b>Saldo Ergebnishaushalt</b> laut Plan	0	0	0	0	0	0	0
<b>Saldo Ergebnishaushalt</b> neu	0	0	0	0	0	0	0
<b>Abweichung zum Planansatz</b>	0	0	0	0	0	0	0

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
<b>Investive Einzahlungen</b> laut Plan								
<b>Investive Einzahlungen</b> neu								
<b>Investive Auszahlungen</b> laut Plan								
<b>Investive Auszahlungen</b> neu								
<b>Saldo Finanzhaushalt</b> laut Plan								
<b>Saldo Finanzhaushalt</b> neu								
<b>Abweichung zum Planansatz</b>								

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.).

Der vorliegende Bericht selbst hat keine finanziellen Auswirkungen. Die Umsetzung der Einzelmaßnahmen des Tourismuskonzeptes steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushalt der LHP, die Wirtschaftspläne der PMSG und die finanzielle Ausstattung der PMSG im Rahmen der Betrauung.

**Anlagen:**

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

# 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 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 Tourismuskonzeptes steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushalt der LHP, die Wirtschaftspläne der PMSG und die finanzielle Ausstattung der PMSG im Rahmen der Betrauung.

► **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	<b>Wirkungsindex Demografie</b>	<b>Bewertung Demografie-relevanz</b>
30					<b>900</b>	<b>0</b>

► **Klimaauswirkungen**

positiv

negativ

keine

**Fazit der Klimaauswirkungen:**

Der Bericht zur touristischen Entwicklung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam selbst hat keine unmittelbaren Klimaauswirkungen. Es werden in dem Bericht jedoch Maßnahmen dargestellt, die positive Auswirkungen auf den Klimaschutz haben.