



Betreff:
Touristischer Marketingplan 2015

öffentlich

**bezüglich
DS Nr.:**

Erstellungsdatum	02.04.2015
Eingang 922:	02.04.2015

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Beratungsfolge:

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

15.04.2015	Hauptausschuss
------------	----------------

Inhalt der Mitteilung:

Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

Im Vertrag über die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Tourismus-Service und Tourismus-Marketing für die Landeshauptstadt Potsdam (LHP) durch den Potsdam Tourismus Service (PTS) der TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH ist die jährliche Erstellung eines Marketingplanes für das Folgegeschäftsjahr vorgeschrieben. Gemäß Beschluss des Hauptausschusses (DS Nr.: 04/SVV/0178) ist dieser Marketingplan dem Hauptausschuss zur Kenntnisnahme vorzulegen.

Der vorliegende „Touristische Marketingplan 2015“ wurde unter Mitwirkung der Landeshauptstadt Potsdam, insbesondere durch den Bereich „Wirtschaftsförderung“ erarbeitet. Begleitend erfolgte die Abstimmung mit den touristischen Leistungsträgern und der AG Potsdam am 29.01.2015.

Der Tourismus-Beirat hat in seiner Sitzung am 23.03.2015 den Entwurf beraten und zugestimmt

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

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

Fazit finanzielle Auswirkungen:

Die „Interimsbeauftragung über die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Tourismus-Service und Tourismus-Marketing für die Landeshauptstadt Potsdam“ durch den Potsdam Tourismus-Service der TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH verpflichtet die Landeshauptstadt Potsdam zur Zahlung eines Entgeltes für das Jahr 2015 in Höhe von 944.440,00 € brutto.

Haushaltsmittel sind eingestellt: 5750000.5291100

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

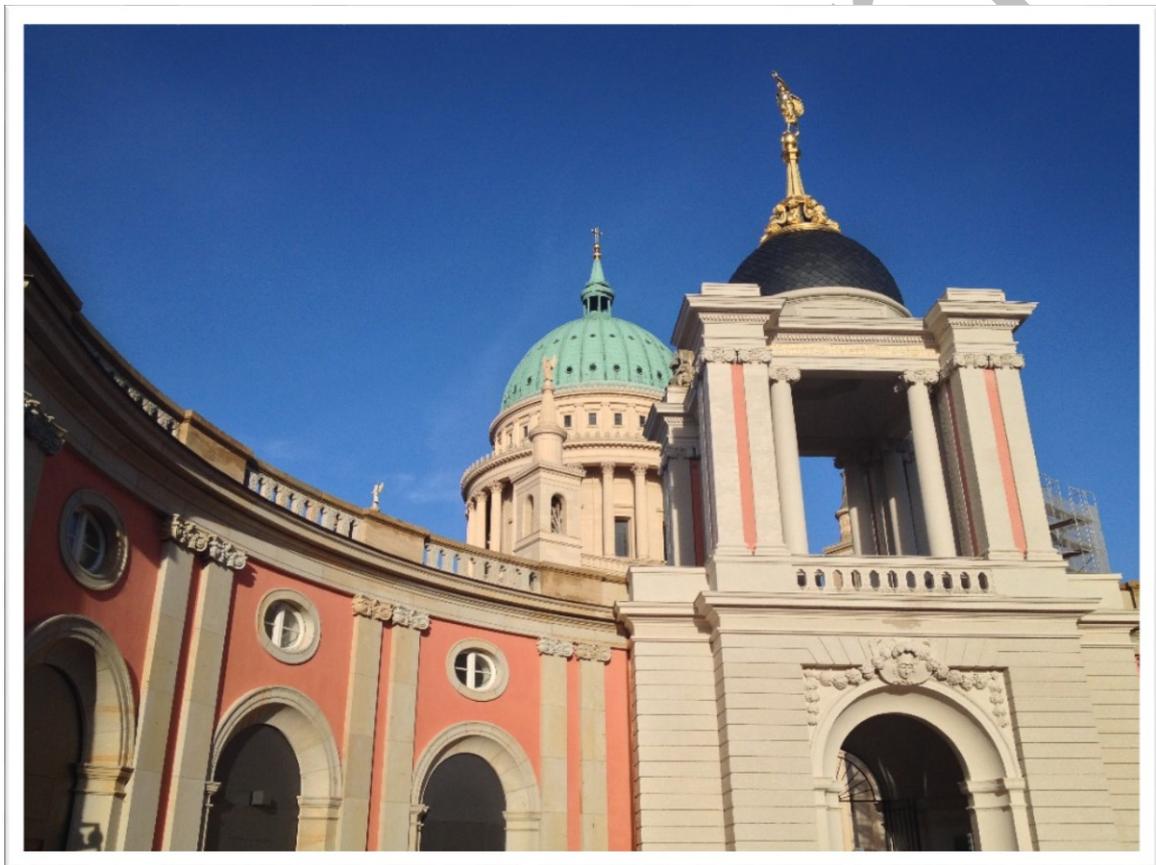
Geschäftsbereich 4

Anlage



Landeshauptstadt
Potsdam

Touristischer Marketingplan 2015



Inhalt

1	Der touristische Marketingplan der Landeshauptstadt Potsdam	5
1.1	Grundlagen der Marketingplanung	5
1.2	Organisation des Tourismus	5
1.3	Themenjahre / Jahreskampagnen	6
1.4	Potsdam Ansprechpartner	7
2	Marktforschungsergebnisse und Statistik 2013/2014.....	8
2.1	Basisdaten zur touristischen Entwicklung Potsdams 2013	8
3	Neue Marketingmaßnahmen.....	18
4	Ziele der Marketingplanung.....	19
5	Gremien und Binnenkommunikation	21
5.1	Newsletter "Potsdam Ticker".....	21
5.2	Bereich "Intern" auf www.potsdamtourismus.de	21
5.3	Tourismusbeirat und Arbeitsgruppen	22
6	Marketingaktivitäten der Landeshauptstadt Potsdam (LHP).....	25
6.1	Aktivitäten des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit / Marketing der Landeshauptstadt Potsdam im Jahr 2015 (touristisch relevante Auswahl).....	25
6.2	Aktivitäten des Fachbereich Kultur und Museum der Landeshauptstadt Potsdam im Jahr 2015 (touristisch relevante Auswahl)	30
7	Geplante Marktforschung	32
8	Printprodukte des Potsdam Tourismus Service	33
8.1	Potsdam-Katalog „Zu Gast in Potsdam“	33
8.2	Broschüre „Potsdam A-Z“ (inkl. Stadtplan)	34
8.3	Flyer „Potsdam - Geführte Stadtrundgänge“ des PTS	35
8.4	Arrangement-Flyer „Potsdam-Specials“.....	35
8.5	Sales Guide Potsdam 2016/2017	36
8.6	Tagungs- und Eventplaner Potsdam 2015/2016	37
8.7	Publikationen aus Kooperationen	37
9	Produkte des PTS	38

9.1	Thematische / Saisonale Angebotspakete	38
9.2	Pauschalarrangement „Potsdam à la Card“	38
9.3	Pauschalarrangement „Fahrradwochenende Potsdam“	39
9.4	Neu: Pauschalarrangement „Potsdam Sanssouci Plus“	39
9.5	Bahnhit Potsdam	40
9.6	Stadtrundgänge	40
9.7	City Card: Potsdam & Berlin WelcomeCard	40
10	Werbung und Kampagnen	42
10.1	Anzeigen in PTS-Eigenmedien (Kataloge/ Broschüren/ Flyer)	42
10.2	Mediaplanung des PTS.....	42
11	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	43
12	Messen und Promotionaktionen im Inland.....	49
12.1	Endverbraucher-Reisemessen	49
12.2	Promotionaktionen	50
12.3	Prospektservice	52
13	Marketingmaßnahmen im Ausland.....	53
13.1	Quellmärkte.....	53
13.2	Strategie des PTS zur Bearbeitung der ausländischen Märkte	53
13.3	Geplante Maßnahmen	54
14	Tourismus-Service	58
14.1	Informations- und Reservierungssystem (IRS)	58
14.2	Informations- und Vermittlungsservice Potsdam (IVS)	60
14.3	Offizielle Tourist-Informationen der Landeshauptstadt Potsdam	62
14.4	Potsdam Convention & Group Travel Office	65
15	Internet	67
15.1	Struktur des Internetauftrittes	67
15.2	Entwicklung der Nutzerzahlen.....	68
15.3	Online-Marketing	68
15.4	Zusammenarbeit mit www.potsdam.de	69
15.5	Kurzbeschreibung des Internetauftrittes.....	69
15.6	Beteiligungsmöglichkeiten	70

15.7 Onlinedarstellung/-buchbarkeit des Informations- und Reservierungssystem (IRS).....	72
16 Leistungspakete.....	74
16.1 Internet-Pakete	74
16.2 Versandservice – Versendung von Werbeflyern.....	75
16.3 Prospekt-Auslageservice in den Tourist-Informationen.....	75
17 Tourismusinitiativen im Land Brandenburg	78
17.1 Die touristischen Netzwerke.....	78
17.2 NETZWERK MICE Brandenburg.....	78
17.3 NETZWERK „AKTIV IN DER NATUR“.....	79
17.4 Das Cluster Tourismus.....	80
17.5 Interkommunale Zusammenarbeit WIR.....	80
17.6 „ServiceQualität Deutschland“ in Brandenburg	81
17.7 Barrierefreier Tourismus.....	85
18 Impressum.....	87
Anhang 88	
I Organigramm Organisation des Tourismus in Potsdam	88
II Vertriebswege des PTS.....	89
III Kooperationen.....	90
IV Auswahl Veranstaltungen 2015 (alle Termine und Titel unter Vorbehalt)	91
V Beteiligungsmaßnahmen auf einen Blick	92

1 Der touristische Marketingplan der Landeshauptstadt Potsdam

1.1 Grundlagen der Marketingplanung

Die Grundlagen für das touristische Marketing Potsdams sind das Markenleitbild und das Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Potsdam (LHP) mit seiner Fortschreibung und den spezifischen Vertiefungsstudien.

1.2 Organisation des Tourismus

Die Wahrnehmung der Aufgaben im Tourismus der LHP erfolgt als arbeitsteiliger Prozess aller relevanten Akteure.

Die Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Potsdam schafft die Rahmenbedingungen für die weitere touristische Entwicklung inklusive der infrastrukturellen Maßnahmen und legt das strategische Marketing fest. Das operative Geschäft für die Aufgaben Tourismus-Service und Tourismus-Marketing wird durch den Dienstleister – den Potsdam Tourismus Service (PTS) der TMB – bis zum 31.12.2015 erbracht. Zum 01.01.2016 werden die Bereiche Tourismus Service und das Tourismus Marketing mit Hilfe der in 2014 angefangenen Ausschreibung von der Landeshauptstadt Potsdam vergeben. Das Organisationsmodell und der Dienstleistungsvertrag sehen darüber hinaus eine ausdrückliche Einbeziehung der touristischen Leistungsträger und Akteure vor. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, gibt es verschiedene Arbeitsgruppen (siehe Binnenmarketing) und den Tourismusbeirat unter Vorsitz des Oberbürgermeisters (Organigramm siehe Anlage I).

Die Grundlage der Finanzierung bildet das durch die LHP im Rahmen des Dienstleistungsvertrages gezahlte Entgelt und die durch die Geschäftstätigkeit des PTS zu erzielenden Einnahmen, welche sämtlich und ausschließlich für die Erfüllung des Vertrages eingesetzt werden.

1.3 Themenjahre / Jahreskampagnen

Die Jahresthemen/-kampagnen finden in der touristischen Vermarktung ihre Berücksichtigung.

Jahr	Landeshauptstadt Potsdam	SPSG	Kulturland Brandenburg e.V.	Deutsche Zentrale für Tourismus
2015	Potsdam bewegt	600 Jahre Hohenzollern in der Mark	Landschaft und Gärten (BUGA)	Tradition und Brauchtum 25 Jahre Deutsche Einheit
2016	Hinter den Kulissen	Rheinsberg 25 – Wiedererweckung einer märkischen Residenz	Handwerk und Innovation (Arbeitstitel)	Faszination Natururlaub – Natur- und Nationalparks
2017	500 Jahre Reformation	Der Zauberer – Fürst Pückler in Babelsberg	Luther und Kirchengeschichten	Religiöses Reisen – Stätten der Reformation
2018	„1000 Jahre und ein Vierteljahrhundert“ (Arbeitstitel)	100 Jahre „Ende der Monarchie“	Essen und Trinken	„100 Jahre Bauhaus in Weimar“

Das Jahr 2018 ist für Potsdam besonders bedeutsam, da die Stadt ihr 1.025 jähriges Gründungsjubiläum (erste urkundliche Erwähnung 933) feiert.

1.4 Potsdam Ansprechpartner

Geschäftsführer des Potsdam Tourismus Service

der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
als Dienstleister der Landeshauptstadt Potsdam

Dieter Hütte

Tel.: 0331-298 73 13, E-Mail: dieter.huette@reiseland-brandenburg.de

Tourismus-Marketing/ Projektkoordination Potsdam

Bettina Wedde

Tel.: 0331-275 58 69, E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Birgit Kunkel

Tel.: 0331-298 73 250, E-Mail: birgit.kunkel@potsdamtourismus.de

Internet

Jan Hoffmann

Tel.: 0331-298 73 70, E-Mail: jan.hoffmann@potsdamtourismus.de

Tourismus-Service

Informations- und Vermittlungsservice/ Call Center PTS

Yvonne Bleeck

Tel.: 0331-298 73 34, E-Mail: yvonne.bleeck@potsdamtourismus.de

Brita Seegers

Tel: 0331-298 73 853, E-Mail: brita.seegers@potsdamtourismus.de

Potsdam Convention & Group Travel Office

Nannette Neitzel

Tel: 0331-275 58 200, E-Mail: nannette.neitzel@potsdamtourismus.de

Tourist-Informationen

Petra Kansy, Tourist-Information Brandenburger Str.

Tel: 0331-505 88 38, E-Mail: petra.kansy@potsdamtourismus.de

Ilona Mischlau, Tourist-Information im Hauptbahnhof Potsdam

Tel: 0331-275 58 831, E-Mail: ilona.mischlau@potsdamtourismus.de

Landeshauptstadt Potsdam

Stefan Frerichs, Leiter Wirtschaftsförderung

Tel.: 0331-289 28 21, E-Mail: stefan.frerichs@potsdam.de

2 Marktforschungsergebnisse und Statistik 2013/2014

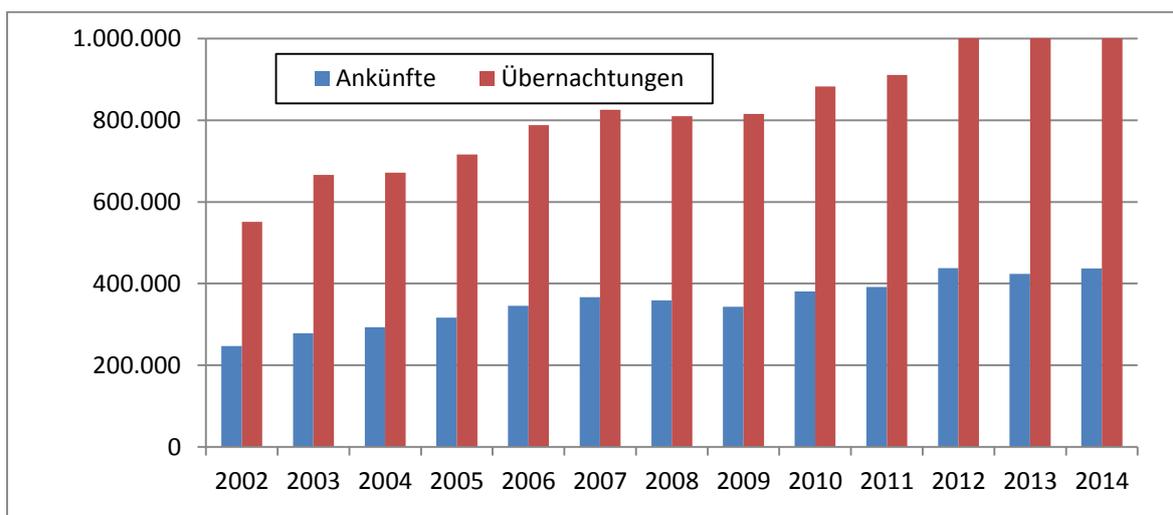
2.1 Basisdaten zur touristischen Entwicklung Potsdams 2013

Da der Marketingplan 2015 erstmalig erst im Januar 2015 aufgestellt wurde, werden hier sowohl die Ergebnisse von 2013 und 2014 dargestellt. Einige Daten liegen für 2014 noch nicht vor, da diese aus dem Statistischen Informationsdienst der Landeshauptstadt Potsdam kommen, der erst im Mai für das jeweilige Vorjahr erscheint.

Folgende zusammenfassende Aussagen können laut Statistischem Informationsdienst der Landeshauptstadt Potsdam für 2013 getroffen werden.

- Die Zahl der Übernachtungen (inkl. Camping) sank im Vergleich zum Vorjahr um 3,0% auf 1.003.250, die Zahl der Gästeankünfte (inkl. Camping) um 3,2% auf 423.840.
- Der Anteil internationaler Gäste an den Gästeankünften und Übernachtungen insgesamt liegt bei rund 11% und legte somit 2013 insgesamt etwas zu.
- Die Gästeanzahl aus dem Inland hat sich um 4,3% verringert, bei den ausländischen Gästeankünften konnte jedoch ein Plus von 6,3% verzeichnet werden.
- Die Zahl der Gästeübernachtungen aus dem Inland verringerte sich um 4,1%, die Übernachtungen ausländischer Gäste stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 7,4%.
- Die Monate Mai bis Oktober sind seit einigen Jahren die übernachtungsstärksten Monate und weisen ein gleichermaßen hohes Niveau auf. Der August zeigte sich dabei in 2013 als der deutlich stärkste Monat.
- In den Sommermonaten sind mehr Übernachtungen ausländischer Gäste zu verzeichnen als in den Wintermonaten. Dabei ist der Juli nach wie vor der stärkste Monat für ausländische Gäste.

Ankünfte und Übernachtungen

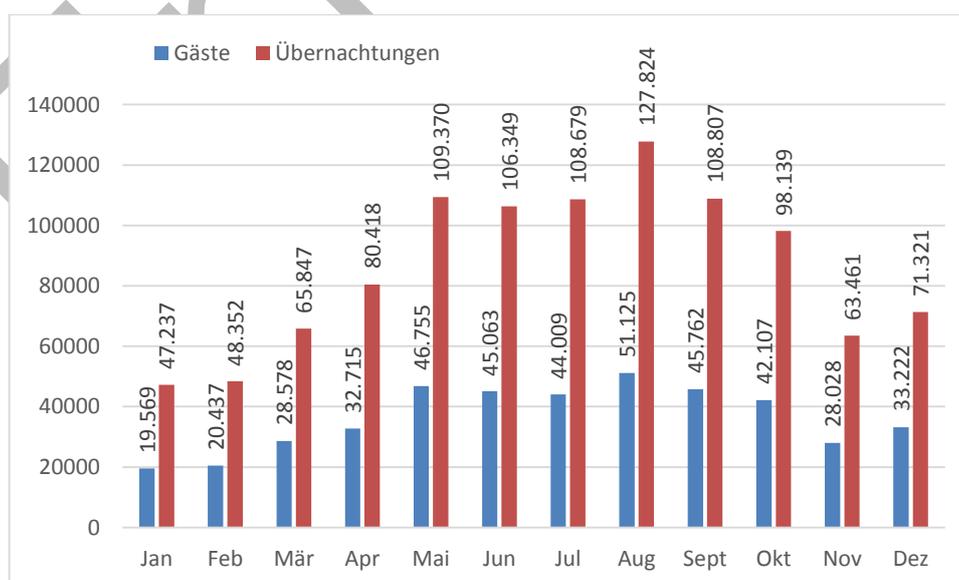


Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Übernachtungszahlen 2014

Von Januar bis Dezember 2014 wurden 437.370 Gäste gezählt. Dies entspricht einer Steigerung zum Vorjahr um 3,2%. In dem gleichen Zeitraum wurden 1.035.804 Übernachtungen (+3,2 % im Vergleich zu 2013) gezählt. Damit wurde das Rekordergebnis vom Friedrich-Jubiläum in 2012 noch übertroffen und zum dritten Mal in Folge die 1 Millionen Übernachtungen überschritten.

Ankünfte und Übernachtungen 2014 nach Monaten



Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2014

Entwicklung der Beherbergungsstätten und Bettenauslastung

Im Juli 2013 gab es in Potsdam insgesamt 53 Beherbergungsstätten (Vgl. Dez. 2012: 52) mit mehr als zehn Betten. Den größten Anteil an den Beherbergungsbetrieben in Potsdam haben die 21 Hotels mit 39,6% und die 14 Hotels garni mit 26,4%. Die sechs Pensionen haben einen Anteil von etwa 11% und die vier Gruppenunterkünfte einen Anteil von knapp 8% aus. Die restlichen sieben Beherbergungsstätten stellen die sonstigen Betriebe dar. (Detaillierte Zahlen für 2014 lagen bei Redaktionsschluss nicht vor)

Die Bettenauslastung stieg im Jahr 2014 auf 49,9% (2013: 48,3%) und liegt damit nur geringfügig unter der Auslastung des Jahres mit der bisher höchsten Bettenauslastung (50,3%), dem Jahr 2012.

Entwurf

Entwicklung der Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Besucher in Potsdam ist mit 2,4 Tagen stabil und für Städte vergleichsweise hoch. Die Gäste aus dem Ausland blieben mit ca. 2,4 Tagen im Durchschnitt (Vergleich 2001-2014) etwa gleich lang.

Entwicklung der Anzahl ausländischer Gäste

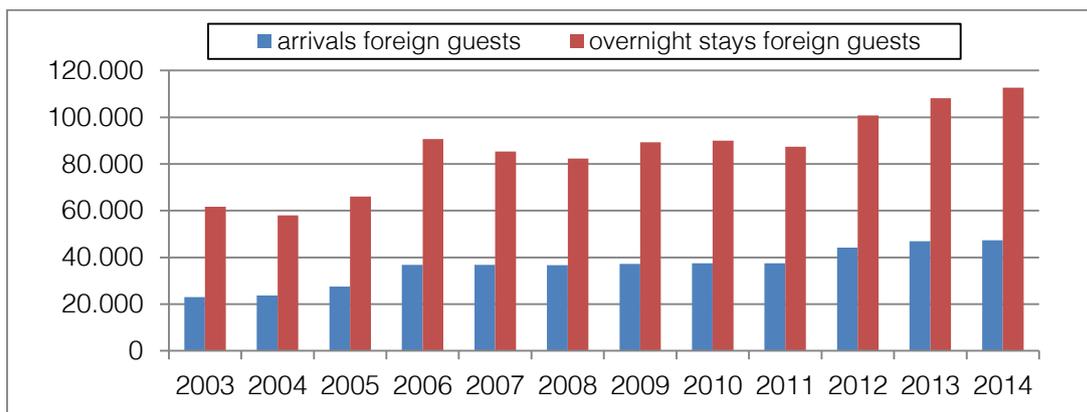
Im Jahr 2014 nutzten etwa 47.251 Gäste aus dem Ausland mit 112.720 Übernachtungen die Potsdamer Beherbergungsstätten. Gegenüber dem Vorjahr ist die Zahl der Gästeankünfte um fast 1% gestiegen. Bei den Übernachtungszahlen ist ein Anstieg von 4,2% zu verzeichnen. Der Anteil der ausländischen Gäste an den Ankünften und Übernachtungen insgesamt lag 2014 jeweils bei rund 11% (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg).

Die TOP 6 der stärksten europäischen Märkte bei den Gästeankünften in Potsdam sind:

-  Niederlande (5.535 Gäste; 12.639 ÜN)
-  Schweiz (3.660 Gäste; 9.045 ÜN)
-  UK (3.183 Gäste; 7.831 ÜN)
-  Österreich (3.158 Gäste; 7.575 ÜN)
-  Polen (2.923 Gäste; 6.118 ÜN)
-  Dänemark (2 317 Gäste; 6.112 ÜN)

Siehe grafische Darstellungen auf der folgenden Seite.

Ankünfte und Übernachtungen ausländischer Gäste



Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2003-2013

2.2 Ausgewählte Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung 2013 (PEG)

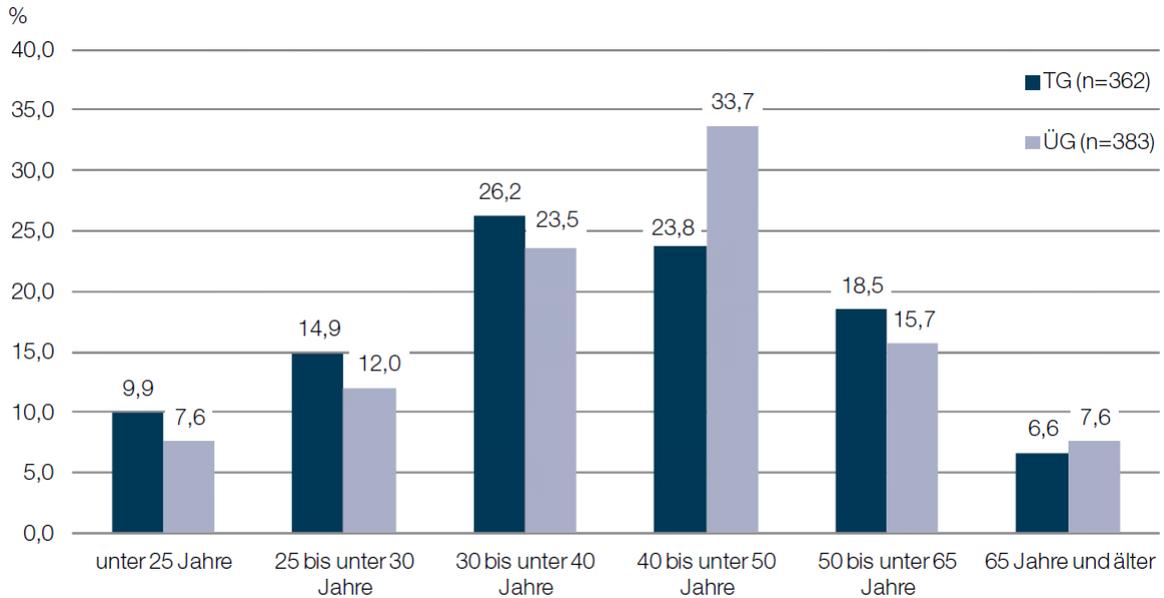
Von Januar bis Dezember 2013 wurde in Potsdam eine permanente Gästebefragung durchgeführt. Dabei wurden 400 Übernachtungsgäste und 400 Tagesgäste befragt. Nachfolgend sollen ausgewählte Ergebnisse dargestellt werden. Die vollständigen Ergebnisse sind auf der Seite

http://www.potsdam.de/sites/default/files/documents/peg-potsdam-2013_online_mtext_0.pdf

veröffentlicht.

Die größte Altersgruppe bei den Übernachtungen nehmen die 40 bis unter 50 Jährigen (33,7%) ein, gefolgt von der Altersgruppe der 30 bis unter 40 Jährigen (23,5%). Bei den Tagesgästen ist die größte Gruppe die der 30 bis unter 40 Jährigen (26,2%). Danach kommen die 40 bis unter 50 Jährigen (23,8%).

Gäste nach Altersgruppen 2013

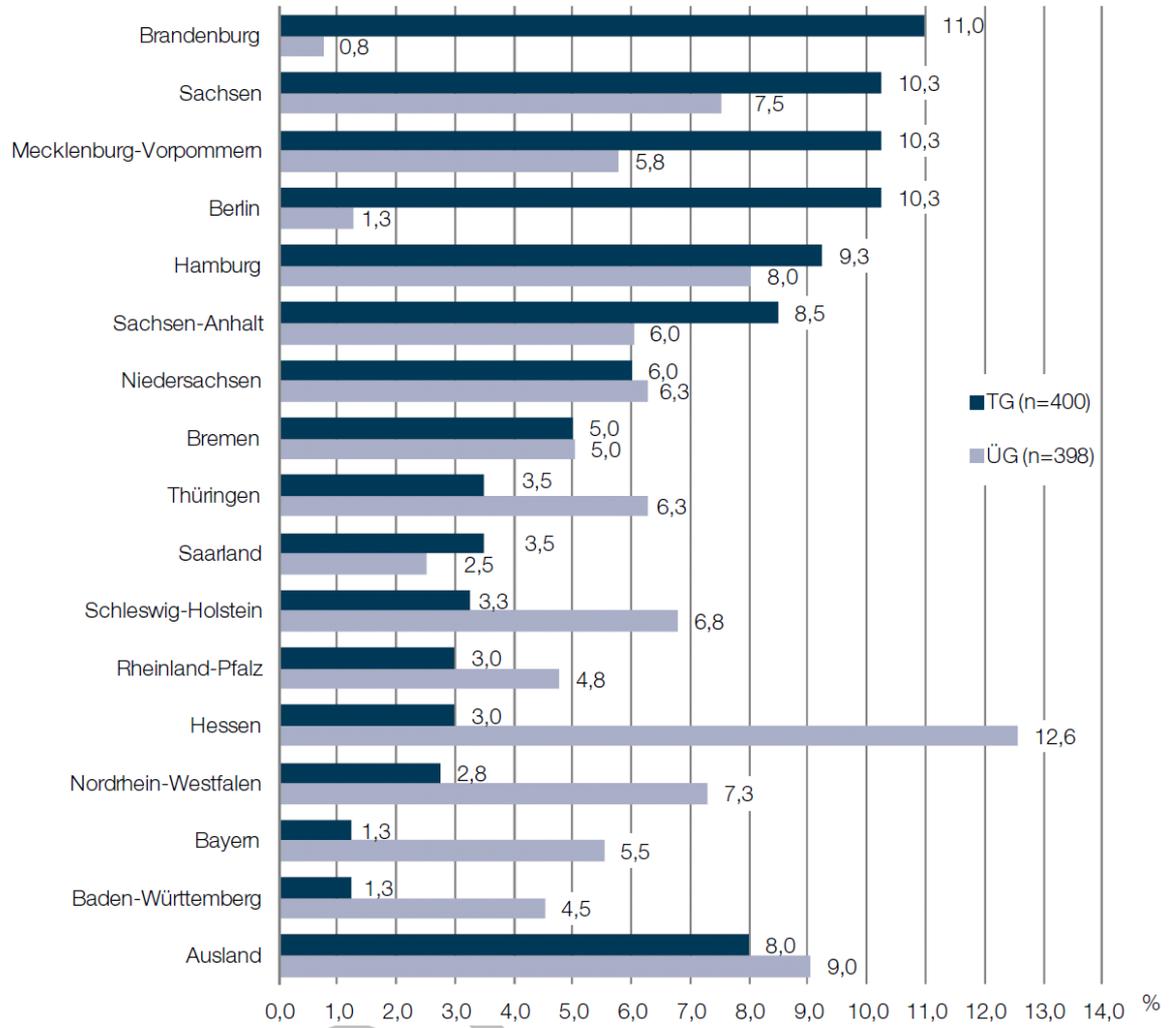


Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

Im Jahr 2013 kam ein Großteil der Tagesgäste aus Brandenburg (11%), Sachsen (10,3%), Mecklenburg-Vorpommern (10,3%), Berlin (10,3%), Hamburg (9,3%). Der Anteil ausländischer Gäste hat sich seit dem Jahr 2007 um über 30% auf 8% (2013) erhöht. Sehr wenige Gäste kamen aus Baden-Württemberg und Bayern mit jeweils 1,3%.

Bei den Übernachtungsgästen kamen 2013 die meisten Gäste aus Hessen (12,6%). Der Anteil ausländischer Gäste war mit 9% höher als bei den Tagesgästen. Daneben kamen zudem ein Großteil der Gäste aus Hamburg (8%), Sachsen (7,5%), NRW (7,3) und Schleswig Holstein (6,8%). Siehe nachfolgendes Stabdiagramm.

Gäste nach Herkunft 2013

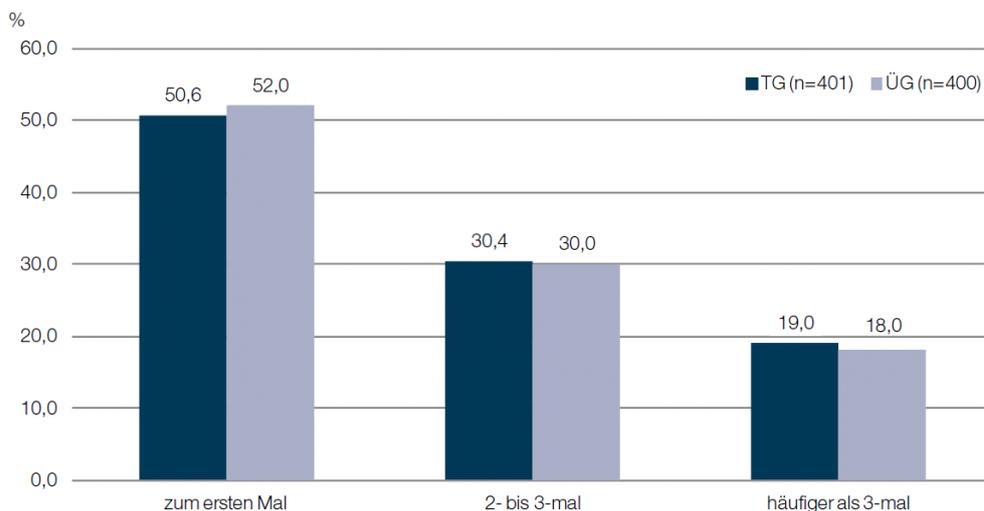


Quelle: Landeshauptstadt Potsdam



Über die Hälfte der Gäste waren schon einmal in Potsdam. Fast 20% kamen schon 3 oder mehrmals nach Potsdam zu Besuch. Dies veranschaulicht auch folgendes Säulendiagramm:

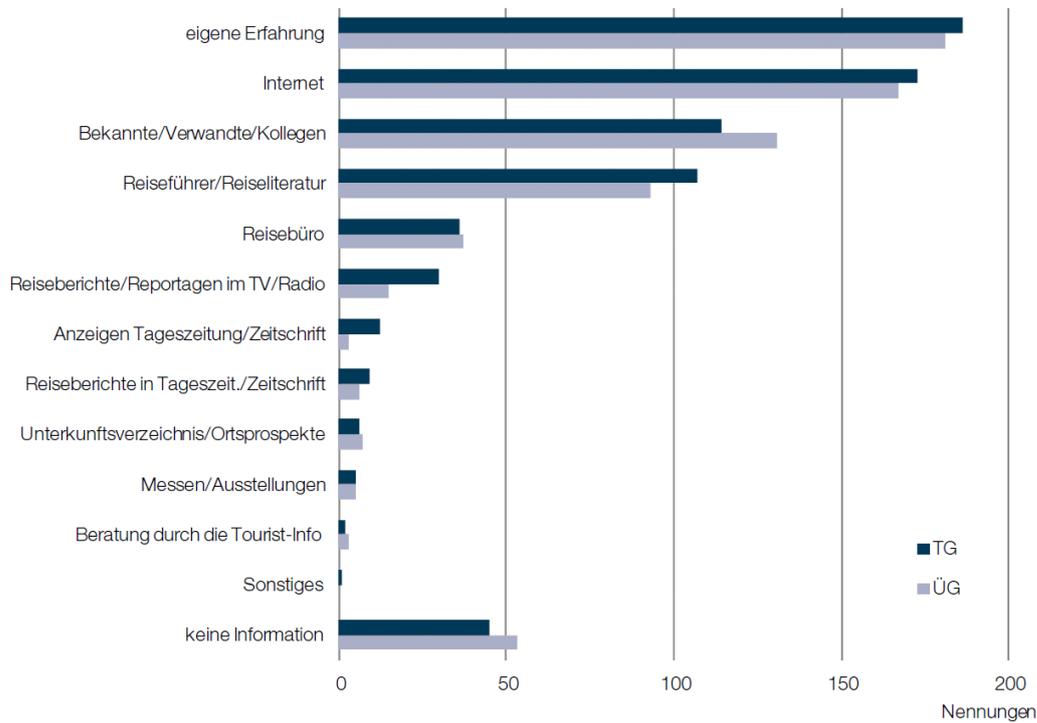
Gäste 2013 nach Wiederkehr



Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

Als Informationsquelle nutzen Potsdam-Reisende vor allem die eigenen Erfahrungen. Danach folgen das Internet, Bekannte/Verwandte/Kollegen und Reiseführer. Mit einigem Abstand werden das Reisebüro/Reportagen im TV/Radio, Reiseberichte, Anzeigen oder Reiseberichte in Tageszeitungen genannt.

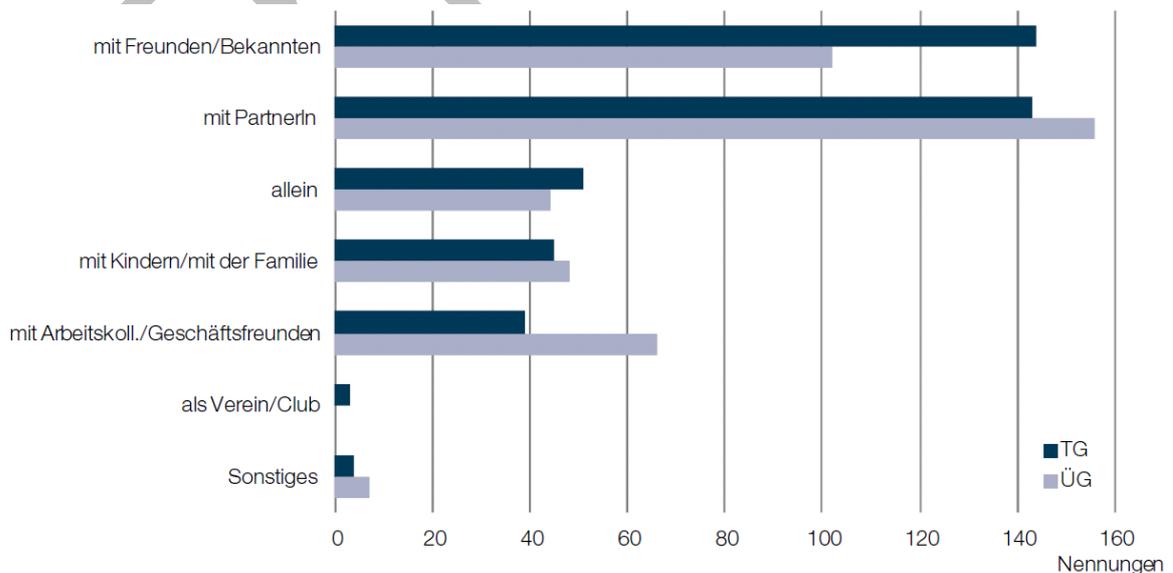
Herkunft von Informationen über Potsdam



Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

Die meisten Tagesgäste sind mit Freunden und Bekannten (35,9%) oder mit dem Partner (35,7%) unterwegs. Die Übernachtungsgäste sind zudem zu 38,9% mit dem Partner und 25,4% mit Freunden/Bekanntem auf Reisen wie folgende Grafik verdeutlicht:

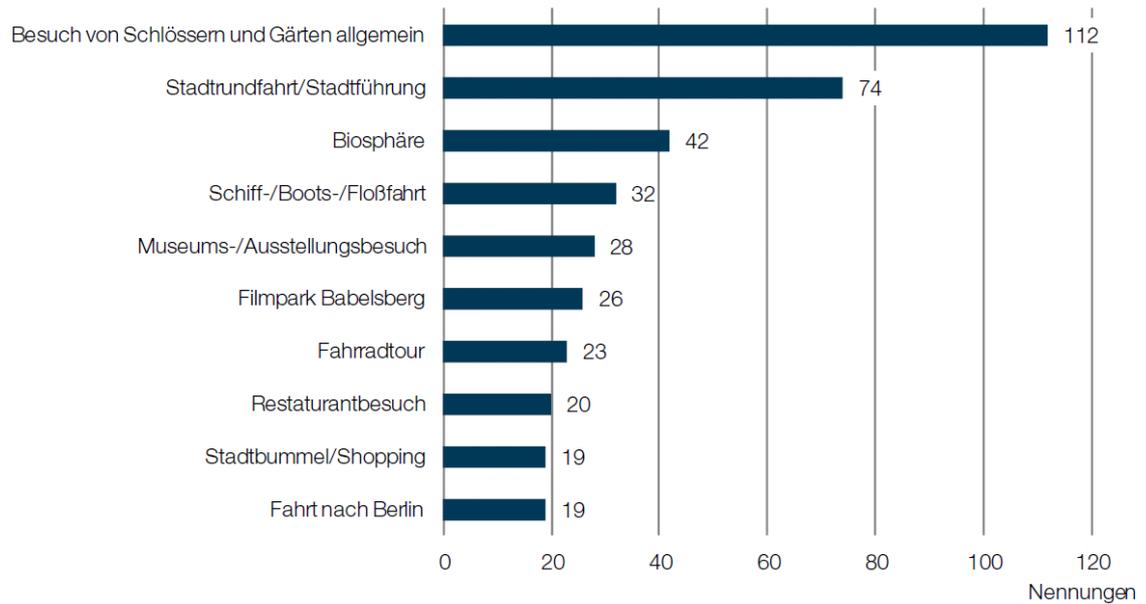
Die Art des Reisens



Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

Bei den Aktivitäten steht ganz klar der Besuch der Schlösser und Gärten in Potsdam im Vordergrund. Stadtrundfahrten oder auch Stadtführen sind die nächst beliebtesten Aktivitäten während eines Potsdam Besuches. Shopping oder eine Fahrt nach Berlin stehen weniger auf dem Reiseplan der Potsdam-Touristen (siehe Säulendiagramm).

Aktivitäten während des Urlaubs:



Quelle: Landeshauptstadt Potsdam



3 Neue Marketingmaßnahmen

Die in den Vorjahren begonnenen Maßnahmen und Produkte gilt es für 2015 auszubauen und weiter zu entwickeln. Darüber hinaus sind folgende neue Maßnahmen in 2015 vorgesehen:

- Durchführung neuer Rundgänge:
 - „Von der Glienicker Brücke zum Schloss Cecilienhof“ inkl. Innenbesichtigung von Schloss Cecilienhof
 - „Spione, Grenze, Mauerstücke“ – Radtour
 - „Stippvisite Holländisches Viertel“ – Kurzführung mit Schwerpunkt Holländisches Viertel
- Einführung einer neuen Pauschale „Potsdam Sanssouci Plus“ – Übernachtungsleistung kombiniert mit Sanssouci + Ticket für den Besuch der Schlösser in Potsdam
- Herausgabe Sales Guide 2016/2017
- Gruppenpressereise zum Thema „25 Jahre Wiedervereinigung“
- Durchführung von Site Inspections in Potsdam
- Ausbau der Online-Buchungsmöglichkeiten von Zusatzleistungen als Bausteine zu den Reisearrangements und Erweiterung des Portfolios

4 Ziele der Marketingplanung

Generelles Ziel der touristischen Vermarktung Potsdams ist es, den Tourismus in Potsdam dahingehend zu entwickeln, dass **höhere Übernachtungszahlen** und eine **längere Aufenthaltsdauer** generiert werden. Die Erhöhung der Übernachtungszahlen muss jedoch auch mit der Steigerung der Umsätze aus dem Tourismus einhergehen, damit die Unternehmen (Einzelhandel, Gastgewerbe, Dienstleistungen) von der Wertschöpfung profitieren.

Für die nächsten Jahre muss es für Potsdam weiterhin ein Ziel sein, die **buchungsschwache Zeit in den Wintermonaten mit attraktiven Produkten zu beleben**. Insbesondere in der Advents- und Weihnachtszeit besteht noch Potenzial in der überregionalen Vermarktung der Dachmarke „Weihnachtliches Potsdam“. Dabei bedarf es in der Produktentwicklung der Zusammenarbeit mit allen Akteuren im Tourismus in Potsdam.

Der Tagestourismus spielt durch die räumliche Nähe zu Berlin nach wie vor eine bestimmende Rolle für Potsdam. Daher wird Potsdam weiterhin **Angebote für Tagestouristen** erstellen. Eine intensivere Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel und der Gastronomie sollte dabei verstärkt in den Fokus genommen werden. Übergeordnetes Ziel ist es jedoch, die Aufenthaltsdauer der Gäste zu erhöhen und Tagesgäste zu einem späteren Übernachtungsbesuch in Potsdam zu motivieren.

Ein weiteres Ziel ist die **kontinuierliche Steigerung des Anteils der ausländischen Übernachtungen**. Bei der Durchführung der Auslandsaktivitäten stützt sich der PTS aus finanziellen Gründen auf die Synergien zum Auslandsmarketing der TMB sowie auf seine Mitgliedschaft in den Arbeitsgemeinschaften (Historic Highlights of Germany, UNESCO Welterbestätten e.V.) Darüber hinaus werden gemeinsame Aktionen mit visitBerlin und der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten durchgeführt. Insbesondere für die internationale Vermarktung ist die Nähe zu Berlin noch stärker herauszustellen.

Neue touristische Potentiale erschließen sich durch die **Wiedergewinnung der historischen Mitte**. Das Potsdam Museum und das ehemalige Stadtschloss (Landtagsbau) vermitteln gemeinsam mit der Nikolaikirche bereits ein eindrucksvolles Gesamtbild. Zwischen den einzelnen bislang eher isolierten Bereichen des Gesamtareals, welches darüber hinaus das Filmmuseum, den Neuen Markt, das Gebiet um die Garnisonkirche und die im Bau befindlichen Gebäudekomplexe entlang der Alten Fahrt mit dem Palast Barberini und der geplanten Kunsthalle umfasst, müssen sowohl räumlich als auch in der

Außenkommunikation Verbindungen geknüpft werden. Das seit Januar 2015 existierende Kombiticket für die Museen der historischen Mitte wird durch den PTS vertrieben. Der PTS bietet spezielle Rundgänge zur historischen Mitte für Individualtouristen und Gruppenreisende an. Die Führung „Historische Mitte“ wird um eine Innenbesichtigung des Landtages erweitert.

Ein weiterer Schwerpunkt in der Vermarktung ist der **Tagungs- und Geschäftstourismus** denn dieses Segment ist weitgehend saisonunabhängig und ist zudem durch ein hohes Ausgabeverhalten und eine große Wertschöpfung gekennzeichnet. Der Potsdam Tourismus Service ist bislang hauptsächlich über das Netzwerk Tagungen/MICE in diesem Bereich aktiv.

Die Potsdamer Kulturlandschaft wird zunehmend von Wasser- und Radtouristen aufgesucht. Insbesondere für den Bereich des **Aktivtourismus** ist die **gemeinsame Vermarktung mit den Umlandgemeinden und dem ländlichen Raum** wünschenswert. Ein gutes Beispiel für die erfolgreiche Zusammenarbeit im Bereich Wassertourismus ist die wassertouristische Initiative WIR, in der Potsdam Mitglied ist sowie Potsdams Beteiligung im Netzwerk des Landes „Aktiv in der Natur“.

Voraussetzung für ein erfolgreiches Marketing ist die permanente **Verbesserung der Service- und Angebotsqualität in der gesamten Dienstleistungskette**. Übergeordnetes Ziel ist die Entwicklung der gesamtstädtischen Attraktivität. Der PTS wird gemeinsam mit der Tourismusakademie Brandenburg die „ServiceQualität Deutschland“ weiter in Potsdam vorantreiben. Der Potsdam Tourismus Service hat sich in 2014 erneut rezertifizieren lassen. Ferner unterstützt der PTS ausdrücklich die Initiative "Potsdamer Gastlichkeit" im Rahmen seiner Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen.

Für ein erfolgreiches Marketing ist eine **enge Zusammenarbeit mit allen relevanten Akteuren** erforderlich. Der PTS arbeitet in den verschiedenen Arbeitsgruppen und dem Tourismusbeirat mit den touristischen Leistungsträgern im engeren Sinne zusammen. Eine noch stärkere Einbindung des Einzelhandels und der Gastronomie ist ein wichtiges Ziel in der weiteren Vermarktung.

5 Gremien und Binnenkommunikation

5.1 Newsletter "Potsdam Ticker"

Inhalt:	aktuelle Nachrichten zu touristischen Aktivitäten in Potsdam, anstehende Termine (Messen, Pressekonferenzen), Ankündigung von Beteiligungsmöglichkeiten bei Messen, Serviceinformationen für alle am Tourismus beteiligten Partner.
Erscheinungstermin:	quartalsweise oder nach Bedarf
Auflage:	Versand an rund 250 Mail-Adressen
Vertrieb:	E-Mail an Leistungsträger, Verwaltung, Fachpublikum
Ansprechpartner:	Birgit Kunkel, Tel.: 0331-298 73 250, E-Mail: birgit.kunkel@potsdamtourismus.de

5.2 Bereich "Intern" auf www.potsdamtourismus.de

Inhalt:	Informationsplattform, u. a. mit Downloadmöglichkeiten für den Marketingplan, Protokolle der Arbeitsgruppensitzungen, Potsdam-Ticker, PTS-Infos und Ansprechpartner etc.
Ansprechpartner:	Bettina Wedde, Tel.: 0331-275 58 69 E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

5.3 Tourismusbeirat und Arbeitsgruppen

Tourismusbeirat des PTS

Für die Marketingplanung steht dem PTS der Tourismusbeirat unter Vorsitz des Oberbürgermeisters beratend zur Seite. Zu den Mitgliedern des Tourismusbeirates gehören gemäß Satzung:

- Jann Jakobs, Oberbürgermeister
- Dr. Heinz Buri, Marketingdirektor Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg
- Barbara Nitsche, IHK Potsdam
- Eckard Schaaf, Vorsitzender des TV Potsdam-Havelland e. V.
- Gertraud Schmack, Vertreterin der ERFA-Gruppe
- Jan Lehmann, Sprecher der AG Individual- und Gruppentourismus
- N.N, Sprecher/IN der AG Kulturtourismus
- Jutta Braun, Sprecherin der AG Tagungen und Kongresse
- Arndt Gilka-Bötzow, Vorsitzender der DEHOGA Potsdamer Kulturlandschaft
- Dieter Hütte, Geschäftsführer des PTS
- Bettina Wedde, Projektkoordinatorin des PTS

AG Potsdam (große Runde Potsdamer Leistungsträger)

Die AG Potsdam setzt sich aus den Mitgliedern der verschiedenen AG und weiterer Leistungsträger zusammen und dient der AG-übergreifenden Information, insbesondere der Marketingplanung.

Termin: einmal jährlich

Ansprechpartner: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69

AG Tagungen und Kongresse

Die AG Tagungen und Kongresse setzt sich aus Vertretern der Tagungshotellerie, Eventstätten und den Wissenschaftseinrichtungen zusammen und hat das Anliegen, den Tagungsstandort Potsdam zu fördern. Die Aktivitäten der AG sind mit dem Netzwerk MICE verzahnt worden.

Termine: Termine über das Netzwerk MICE

Sprecherin der AG: Jutta Braun, Kongresshotel am Templiner See

Ansprechpartner des PTS: Nannette Neitzel, Tel.: 0331-27 558 200

AG Individual- und Gruppentourismus

Die AG Individual- und Gruppentourismus setzt sich aus den verschiedenen touristischen Anbietern Potsdams sowie Vertretern der Hotels zusammen. Ziel ist die Förderung des Individual- und Gruppentourismus.

Termine: nach Bedarf

Ort: rotierend bei den AG-Teilnehmern oder beim PTS

Sprecher der AG: Jan Lehmann, Weisse Flotte

Ansprechpartner des PTS: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69

AG Kulturtourismus

Die AG setzt sich aus Veranstaltern von kulturellen Events sowie Vertretern der Hotellerie und Gastronomie zusammen. Ziel der AG ist es, überregional vermarktbar

Veranstaltungen oder Angebote zu bündeln und den touristischen Leistungsträgern für ihre Angebotsgestaltung zugänglich zu machen.

Termine: nach Bedarf

Ort: rotierend bei den AG-Teilnehmern oder beim PTS

Sprecher/IN der AG: bedarf der Neuwahl

Ansprechpartner des PTS: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69

Bei allgemeingültigen Themen haben sich die AG verständigt, gemeinsam zu tagen.

Alle interessierten Partner können sich an den Arbeitsgruppen beteiligen. Wenn Sie eine persönliche Einladung zu den Arbeitsgruppensitzungen erhalten möchten, kontaktieren Sie bitte den Bereich Projektkoordination Potsdam.

Sonstiges

Darüber hinaus nimmt der PTS bzw. die Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Potsdam an den Sitzungen der folgenden Interessensvertretungen teil:

- ERFA-Gruppe (Interessengemeinschaft von Potsdamer Hotels)
- DEHOGA Potsdamer Kulturlandschaft
- AG Innenstadt

6 Marketingaktivitäten der Landeshauptstadt Potsdam (LHP)

6.1 Aktivitäten des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit / Marketing der Landeshauptstadt Potsdam im Jahr 2015 (touristisch relevante Auswahl)

Schwerpunkt der Arbeit des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit/Marketing der Landeshauptstadt Potsdam bleibt die Profilierung der Marke Potsdam mit den Schwerpunkten Wissenschaft, Film und Geschichte/Tradition/UNESCO-Welterbe sowie Lebensqualität der Stadt, um damit im Sinne einer konsistenten und nachhaltigen Kommunikation auch Grundlagen für die touristische Vermarktung Potsdams zu schaffen. Im Kontext der Markenschwerpunkte werden die ländlichen Ortsteile Potsdams verstärkt in die Kommunikation sowie die Produktentwicklung einbezogen. Anstelle von Themenjahren werden Jahreskampagnen realisiert, die sich an den Markenschwerpunkten orientieren.

Schwerpunkt des Jahres 2015 „Potsdam bewegt“

Den Veranstaltungsrahmen bilden der Neujahrsempfang des Oberbürgermeisters am 23. Januar 2015 und das Festkonzert anlässlich der 25jährigen Zugehörigkeit weiter Bereiche Potsdams zum UNESCO-Welterbe am 18. Dezember 2015.

Der Fokus liegt 2015 auf dem Thema Lebensqualität mit den Komponenten Sportangebote und Mobilität sowie den bewegenden Momenten in der Geschichte Potsdams. Eine ganze Reihe von Veranstaltungen ist diesen Themen zuzuordnen. Unmittelbar nach dem Neujahrsempfang folgt am 24. Januar ein Fest in der historischen Mitte unter dem Titel „Unterwegs im Licht: Potsdam bewegt“, innerhalb dessen die Kulturakteure der Potsdamer Mitte ein komplexes Programmangebot für Bewohner und Besucher der Stadt zusammengestellt haben, um ganz bewusst in einer Zeit mit einer geringeren Veranstaltungsdichte Besuchsanreize zu schaffen. Weitere wichtige Veranstaltungen, die bewusst unterschiedliche Komponenten miteinander verbinden, sind der mit zusätzlichen Programmangeboten bestückte Saisonauftakt des Fanfarenzuges am 1. Mai, das Brückenfest auf der Humboldtbrücke am Brückentag (Freitag, 15. Mai), der UNESCO-Tag in der Russischen Kolonie mit dem Schwerpunkt Tanz am Sonnabend, 6. Juni, der Schlösserlauf am Sonntag, 7. Juni sowie der Aktionstag Nachhaltige Mobilität am Sonntag, 20. September 2015. Diese Veranstaltungen richten sich an Bewohner wie Gäste

gleichermaßen. Das gilt auch für Führungen über das Gelände des Luftschiffhafens, die von Ende April bis Anfang Oktober regelmäßig angeboten werden. Im Kontext der Potsdamer Dreiklangs – der Verbindung aus Jazz, offenen Galerien und dem Tag des Offenen Denkmals am 2. Wochenende im September – werden mit Blick auf das UNESCO-Jubiläum die im Jahr 2014 aufgelegten Sonderführungen durch weniger bekannte UNESCO-Areale wiederholt. Den besonders bewegenden Momenten in der Geschichte Potsdams mit den Schwerpunkten 70 Jahre Kriegsende und Potsdamer Abkommen, 330 Jahre Edikt von Potsdam sowie 25 Jahre Wiedervereinigung sowie Zugehörigkeit zum UNESCO-Welterbe sind Veranstaltungen bzw. Sonderausstellungen im Bildungsforum sowie im Potsdam Museum – Forum für Kunst und Geschichte gewidmet.

Offizielles Stadtportal www.potsdam.de in Fremdsprachen

Das im Jahr 2014 komplett neugestaltete Stadtportal www.potsdam.de steht ab 1. Februar zusätzlich in den Sprachen englisch und russisch zur Verfügung und wird zur Kommunikation touristischer Inhalte genutzt. Die Hotelbuchung des PTS ist prominent platziert. Die touristischen Angebote sind komprimiert unter „Potsdam entdecken. Für die Landeshauptstadt wichtige, weil prägende kulturelle bzw. touristische Veranstaltungen und Projekte, werden prominent platziert. Die neue Website verfügt über ein responsive Design und ist damit für mobile Anwendungen geeignet. Das offizielle Facebook-Profil der Landeshauptstadt Potsdam wird ausgebaut und auch für die Vermittlung touristischer Inhalte genutzt.

Printprodukte

Die 25jährige Zugehörigkeit zum UNESCO-Welterbe war Anlass für die 2. Auflage des „UNESCO-Atlas“ in deutscher und englischer Sprache, der einen komprimierten und plakativen Überblick über die UNESCO-Areale liefert. Die „Schlecht-Wetter-Flyer“ unter dem Titel „Potsdam bei Regen und Schnee“, die Angebote unterschiedlicher kultureller und touristischer Leistungsträger zusammenfasst und deutlich macht, dass Potsdam zu jeder Jahreszeit eine Reise wert ist, steht in einer 2. aktualisierte Auflage zur Verfügung. Die Imagebroschüre „Lust auf mehr Potsdam“ wurde unter dem Titel „Zwischen Welterbe und Innovation“ neu aufgelegt. Die Neuauflage, die auch in englischer und französischer Sprache vorliegt, berücksichtigt die Entwicklungen in der Potsdamer Mitte. Der kostenpflichtigen Broschüre mit einem Stadtplanausschnitt liegt ein am Markenkonzept

orientiertes neues Konzept zu Grunde. Der WissenschaftsAtlas steht in einer überarbeiteten zweisprachigen Auflage zur Verfügung. Auch nach dem Jubiläumsjahr Friedrich 300 steht der Flyer „Friedrich II. – König und Bauherr“ zweisprachig (deutsch und englisch) als Erläuterung für die Führung per Handy sowie der App zur Verfügung. Neu im Portfolio der Printprodukte ist ein Flyer mit den kulturellen Highlights und sportlichen Highlights, der in den Touristinformationen ausgelegt und mit den Infopaketen des PTS verschickt wird.

Der Bereich Öffentlichkeitarbeit/Marketing stellt folgende Printprodukte zur Verfügung:

- Imageflyer „Lust auf mehr Potsdam“, C 6-Format, 14 Seiten, deutsch, englisch, französisch, italienisch, polnisch, russisch, chinesisch, spanisch, japanisch, holländisch, Einleger in ungarischer Sprache – kostenlos
- Imagebroschüre „Zwischen Welterbe und Innovation“, A4-Format, 24 Seiten, deutsch, Neuauflage 2013, auch in Englisch und Französisch, 2,00 €
- Landeshauptstadt Potsdam – Der grüne Stadtplan, A5-Format, deutsch, englisch, 3. erweiterte Auflage, 2,50 €
- Broschüre „Erlebnis Welterbe“, Format: 23 x 25 cm, 80 Seiten, deutsch/englisch, 2. Auflage, 7,50 €
- Flyer „Friedrich II. – König und Bauherr“, ein Stadtrundgang durch Potsdam mit dem Mobiltelefon, C6-format, 2012, deutsch, englisch – kostenlos
- WissenschaftsAtlas, deutsch/englisch, C6-Format, 5. erweiterte Auflage, 2013 – kostenlos
- UNESCO-Atlas, C 6-Format, Seiten, deutsch, englisch - kostenlos
- Kulturhighlights 2015, 2 Seiten deutsch - kostenlos
- Sporthighlights 2015, 2 Seiten, deutsch - kostenlos
- Potsdam bei Regen und Schnee, C 6-Format, 48 Seiten, deutsch - kostenlos
- Potsdamer Mitte 2015, C 6-Format, 12 Seiten, deutsch, englisch - kostenlos

Historischer Parcours:

Um Besucher und Bewohner an die Stadt zu binden und sie ggf. zu einem längeren Verweilen zu animieren, wurde mit der Installation eines historischen Parcours begonnen. Den Auftakt bildeten 2014 die drei Stadttore, an denen Informationstafel angebracht wurden, die komprimierte Informationen über die Bauwerke sowie Telefonnummern für fremdsprachige Hörbeiträge und QR-Codes für weiterführende Informationen enthalten. Im Jahr 2015 werden an zehn weiteren Gebäuden die entsprechenden Tafeln installiert. Das Gestaltungsraster ist auch für die Nutzung durch private Eigentümer vorgesehen. Im Kontext der Installation der Informationstafel am Jägertor erfolgte die Entwicklung eines Gestaltungsrasters für das touristische Wegeleitsystem sowie dessen Umsetzung. Der Stadtplan auf der vorhandenen Tafel wurde grundsätzlich erneuert und inhaltlich vertieft, die bisher nicht genutzte Rückseite der Tafel wurde mit Informationen zur Geschichte der

Barocken Stadterweiterung versehen. Das Gestaltungsraster ermöglicht die kostengünstige schrittweise Erneuerung des touristischen Wegeleitsystems.

Weihnachtliches Potsdam:

Die 2007 von der Landeshauptstadt Potsdam in Kooperation mit den Veranstaltern der Weihnachtsmärkte entwickelte und erfolgreich positionierte Dachmarke „Weihnachtliches Potsdam“ wird fortgeführt. Mit Flyern, Plakaten und Anzeigen wird in Potsdam sowie im regionalen Rahmen für die vielfältigen, auch kulturellen Veranstaltungen in den Monaten November/Dezember geworben. Der im Jahr 2008 erstmalig aufgelegte Schokoladen-Adventskalender wird auch 2015 produziert, der Vertrieb erfolgt in Regie der AG Innenstadt.. Die Spendenaktion „Klingender Advent“, deren Erlös für die musikalische Früherziehung von Kindern eingesetzt wird, wird mit allen Werbemitteln kommuniziert. Eine Ausdehnung der Werbung für das „Weihnachtliche Potsdam“ in das übrige Bundesgebiet oder ins Ausland ist nur über die Generierung zusätzlicher Finanzmittel/Partner möglich. Nach den guten Erfahrungen der vergangenen drei Jahre wird eine DIN-lang-Karte mit den wichtigsten Terminen zum Thema Weihnachtliches Potsdam bereits zum RDA 2015 aufgelegt.

Werbung für Potsdam in Opole (Polen)

Wie schon in den vergangenen Jahren, wird der Bereich Öffentlichkeitsarbeit/Marketing auch 2015 gezielt touristische Werbung für Potsdam in den Partnerstädten der Landeshauptstadt veranlassen. Dazu dient in erster Linie die Präsenz bei der Reise- und Tourismusmesse in Opole. Die Nachfrage nach Angeboten, die in polnischer Sprache aufbereitet sind, ist sehr hoch.

Engagement für imageprägende Veranstaltungen

Veranstaltungen in den historischen Quartieren Potsdams, beispielsweise im Holländischen Viertel oder im Weberviertel, prägen auf besondere Weise das Image der Landeshauptstadt. Das studentische Filmfestival „sehsüchte“ orientiert sich auf eine spezifische Zielgruppe und ist zugleich ein Beispiel für Potsdam als interessanten und lebendigen Medienstandort. Die finanzielle Unterstützung für das Sinterklaasfest wird fortgesetzt. Für das Festival „sehsüchte“ wird das Preisgeld für den Publikumspreis zur Verfügung gestellt. Die imageprägenden Feste sind Bestandteil der Kommunikation.

Angebote im Bildungsforum

Aus der räumlichen Zusammenführung der Stadt- und Landesbibliothek Potsdam mit der Volkshochschule seit September 2013 sowie der Eröffnung der Wissenschaftsetage Anfang 2014 im neuen Bildungsforum in der Potsdamer Mitte entstand ein neuer Treffpunkt für interessante Veranstaltungen für Besucher und Bewohner der Landeshauptstadt Potsdam. Für Tagungen und Kongresse können Räume im Bildungsforum gebucht werden. Die Palette von Veranstaltungen im Bildungsforum wird durch die Etablierung eines Standortmanagements Bildungsforum/Potsdamer Mitte quantitativ und qualitativ erweitert.

Ausbau elektronischer Informationssysteme

An zeitgemäßen Informationssystemen sind in Potsdam zurzeit vorhanden:

- App „Potsdam Stadt“ in deutsch, englisch, italienisch, spanisch
- App „Potsdam mit Friedrich II. in deutsch und englisch
- Handy-Guide – Ihr Mobiltelefon als Reiseführer durch Potsdam in vier Fremdsprachen (italienisch, englisch, spanisch, französisch, außerdem: deutsch)
- Internetseite für die Reisevor- bzw. -nachbereitung unter www.potsdam.tomis.mobi in fünf Sprachen
- Informationen für das Smartphone unter der gleichen URL
- Infopoints der Verkehrsbetriebe, entstanden in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn und der Landeshauptstadt Potsdam
- Rund 230 POI zum Herunterladen für insgesamt 28 verschiedene Navigationsgeräte (jährliche Aktualisierung)
- Social-Media-Anwendungen (Facebook/Twitter), die auch über mobile Endgeräte abrufbar sind: <http://facebook.com/Potsdam.de> http://twitter.com/lh_potsdam
- Youtube Videos der Spurensuche Friedrich 300
- Youtube Videos über berühmte Wissenschaftler mit Potsdam-Bezug

Stadtplan- und Informationssystem

Der Potsdam-Stadtplan wird in Kooperation mit einem Verlag fortlaufend inhaltlich und gestalterisch aktualisiert sowie nutzungsrechtlich und finanziell gesichert. Dazu gehören neben der Einblendung in Printmedien auch die Umsetzung und Anbringung in City-Light-Anlagen und Aufstellern im öffentlichen Raum. Nach der Neuausschreibung erhielten

sieben Standorte neue Stadtpläne, die die Veränderungen in der kulturellen Angebotsvielfalt berücksichtigen.

Ansprechpartner: Bereich Öffentlichkeitsarbeit/Marketing der LHP
Dr. Sigrid Sommer, Tel.: 0331 289-1270
E-Mail: Marketing@Rathaus.Potsdam.de

6.2 Aktivitäten des Fachbereich Kultur und Museum der Landeshauptstadt Potsdam im Jahr 2015 (touristisch relevante Auswahl)

Der Fachbereich Kultur und Museen der LHP unterstützt und organisiert Veranstaltungen wie z.B. den jährlich am zweiten Septemberwochenende stattfindenden Potsdamer Dreiklang – die Verbindung aus Jazz, offenen Galerien und dem Tag des Offenen Denkmals und veröffentlicht Broschüren und Flyer, die u. a. von touristischem Interesse sind. Eine vorläufige Veranstaltungsübersicht findet sich im [Anhang IV](#).

Printprodukte:

Potsdamer und ihre Gäste erhalten folgende Broschüren kostenlos in den Tourist-Informationen Potsdams, in vielen Hotels, bei allen Partnern der „Kultur in Potsdam“ sowie weiteren ausgewählten Anbietern.

- NEU: Broschüre „Kunst im öffentlichen Raum“ – Teil 2 „Die Potsdamer Innenstadt“ erscheint im 1. Quartal 2015
- Flyer Neuer Kunstkalender 2015 – erscheint quartalsweise
- Broschüre Kultur in Potsdam 2015 – erscheint am 1.3.2015
- Flyer „Osterfesttage Potsdam“ – erscheint am 2.3.2015
- Flyer „Tag der offenen Ateliers“ – erscheint am 1.4.2015
- Flyer Potsdamer Dreiklang – Jazz im historischen Denkmal – erscheint am 10.8.2015
- bereits erschienen: Flyer „Stolpersteine in Potsdam“ (deutsch + englisch) Teil 1-6
- bereits erschienen: Flyer „WALK OF MODERN ART“
- NEU: Imagebroschüre Schiffbauergasse – erscheint Anfang März 2015
- Programmheft Schiffbauergasse – erscheint monatlich
- Flyer zum Saisonauftakt an der Schiffbauergasse – erscheint am 15.4.2015
- Flyer und Programmheft zur VA „Stadt für eine Nacht“ – erscheint am 1.6.2015

Ansprechpartner:

Fachbereich Kultur und Museum der LHP
Bianka Peetz-Mühlstein, Tel.: 0331 289-1944
E-Mail: bianka.peetz@Rathaus.Potsdam.de

Entwurf

7 Geplante Marktforschung

Planungs- und Reaktionszeiträume bei der Marktbearbeitung haben sich in den letzten Jahren weiter verkürzt. Gleichzeitig verändert sich das Konsumverhalten der Kunden durch neue Technologien in immer kürzeren Abständen. Um neue Trends zuverlässig und frühzeitig erkennen und verfolgen zu können, ist deshalb ein kontinuierliches Monitoring von aktuellen Marktforschungsdaten erforderlich.

Der Potsdam Tourismus Service der TMB beteiligt sich am Touristischen Fachinformationssystem (T-FIS) für Potsdam. T-FIS ist eine Online Plattform, die touristische Kennzahlen (eigene und Sekundärdaten) in unterschiedlichen Korrelationen schnell verfügbar und vergleichbar (Benchmarking) macht.

Dabei arbeitet die TMB mit der Fachhochschule Westküste zusammen, die nachfolgende Module entwickelt hat.

In Abhängigkeit von der Finanzierbarkeit wird eine Beteiligung am Destination Brand, einer Online Erhebung zur Ermittlung der Stärke einer touristischen Marke, der touristischen Themen bzw. des Profils/Images einer Stadt/Region erwogen. 2015 wird die Markenstärke von Destinationen untersucht und 2016 die Themenkompetenz.

Darüber hinaus wertet der PTS alle zur Verfügung stehenden Marktforschungsstudien aus, um aktuelle Trends und Entwicklungen im Städte- und Kulturtourismus bzw. für verschiedene Schwerpunkte wie MICE, Veranstaltertätigkeit etc. für Potsdam zu nutzen.

8 Printprodukte des Potsdam Tourismus Service

8.1 Potsdam-Katalog „Zu Gast in Potsdam“

Erscheinungstermine:	„Zu Gast in Potsdam 2015“: Anf. Jan. 2015 „Zu Gast in Potsdam 2016“: Nov./Dez. 2015
Auflage/ Format/ Farbe:	25.000/ DIN A4/ 4-farbig
Sprache:	deutsch/ englisch
Inhalt:	Zentrales Übernachtungsverzeichnis Potsdams mit Beherbergungsangeboten, die im Rahmen des Informations- und Reservierungssystems oder direkt beim Leistungsträger buchbar sind sowie touristische Angebote
Beteiligungsmöglichkeiten:	Einträge und/oder Anzeigen
Einträge:	<i>Übernachtungsanbieter</i> wie Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen/-häuser; <i>Serviceeinträge</i> für touristische Angebote (Schlösser & Gärten, Kunst & Kultur, Stadterkundungen, Erlebniswelten, Film, Wasser, Umgebung) direkt über PTS
Anzeigen:	Information und Akquisition durch kontur Werbeagentur (ab 2015)
Vertrieb:	Postversand bei Prospektanfragen, über die Tourist-Informationen in Potsdam und Flughafen BER, Internetauftritt www.potsdamtourismus.de , Veranstaltungen und Endverbraucher-Messen (u. a. ITB, Reisen Hamburg, CMT Stuttgart), Promotionsveranstaltungen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, PR- und Marketingmaßnahmen des PTS und der TMB im Ausland, Deutsche Zentrale für Tourismus e. V., Historic Highlights of Germany e. V., Oranje Route und UNESCO-Welterbestätten Deutschland
Ansprechpartner:	Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69, E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

8.2 Broschüre „Potsdam A-Z“ (inkl. Stadtplan)

Erscheinungstermin:	Neuaufgabe deutsch und englisch Anfang März 2015
Auflage/ Format/ Farbe:	deutsch 35.000/ englisch 20.000 DIN lang/ 4-farbig
Inhalt:	Serviceheft vor allem für Tagestouristen konzipiert, bietet umfassende Tipps und Hinweise in Form von konkreten Angeboten der touristischen Leistungsträger sowie Partner der Kultur, der Gastronomie und Shopping. Die Broschüre enthält darüber hinaus einen Stadtplan.
Beteiligungsmöglichkeiten:	Einträge für Print sowie Anzeigen Für Gastronomen Print und Online als Kombieintrag
Einträge:	Unternehmenseinträge in den Rubriken: Stadtbesichtigung, Schlösser, Parks und Gärten, Kultur, Erlebniswelten, Aktivtoure, Shopping, Gastronomie direkt über PTS
Anzeigen:	Information und Akquisition durch kontur Werbeagentur
Kosten:	ab November 2014 beim PTS
Vertrieb:	Verkauf in den Tourist-Informationen in der Brandenburger Straße 3, im Hauptbahnhof Potsdam, den fünf Infostores in Berlin, Tourist-Information am Flughafen Schönefeld, Postversand bei Prospektanfragen, Internetauftritt www.potsdamtourismus.de , Veranstaltungen und Endverbraucher-Messen (u. a. ITB, CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, Promotionsveranstaltungen), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, PR- und Marketingmaßnahmen des PTS und der TMB im Ausland, Deutsche Zentrale für Tourismus e. V., Historic Highlights of Germany e. V., Oranje Route und UNESCO-Welterbestätten Deutschland sowie über weitere Partner in Potsdam
Verkauf der Broschüre:	1,- Euro, Wiederverkäufer 0,70 Euro + MwSt.
Ansprechpartner:	Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69, E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

8.3 Flyer „Potsdam - Geführte Stadtrundgänge“ des PTS

Erscheinungstermin:	Februar 2015
Auflage/ Format/ Farbe:	100.000/ DIN lang/ 4-farbig
Sprachen:	deutsch/ englisch
Inhalt:	Thematische Stadtrundgänge
Vertriebs- und Marketingmaßnahmen:	auf allen nationalen und internationalen Endverbrauchermessen, Auslage in den Hotels und Tourist-Informationen, begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Postversand aus IVS für Potsdam-Interessierte
Ansprechpartner:	Nannette Neitzel, Tel.: 0331-27 558 200, E-Mail: nannette.neitzel@potsdamtourismus.de

8.4 Arrangement-Flyer „Potsdam-Specials“

Die verschiedenen Pauschalarrangements werden in dem Flyer „Potsdam-Specials“ beworben. Zusätzlich werden die Angebote auf einer extra Seite für jede Pauschale im Internet beworben. Neu ist die Pauschale „Potsdam Sanssouci Plus“.

Arrangementflyer:	Potsdam-Specials, Reiseangebote 2015
Inhalt:	Potsdam Pauschalen („Potsdam à la Card“, Potsdam Sanssouci Plus, Fahrradpauschale „Potsdam per Rad“, „Bausteine“)
Erscheinungstermin:	Anfang Januar 2015
Auflage/ Format/ Farbe:	25.000/ DIN lang/4-farbig
Sprache:	deutsch

Beteiligungsmöglichkeiten: kostenpflichtiger Kombieintrag von Hotels für Print/ Internet

Kosten: € 200,00 pro Hoteleintrag

Vertriebs- und

Marketingmaßnahmen: Versand der Flyer in Infopaketen an Prospektanfrager, über die Tourist-Informationen, Auslage bei den beteiligten Hotels, Internetauftritt www.potsdamtourismus.de + extra Internetseiten der Pauschalen, Potsdam Reiseplaner, Veranstaltungen und Endverbraucher-Messen (u.a. ITB, Reisen Hamburg, Promotionsveranstaltungen), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Pressemitteilungen an die Medien der Hauptquellmärkte

Ansprechpartner für die

Hoteleinträge: Yvonne Bleeck, Tel.: 0331-27 558 34,
E-Mail: yvonne.bleeck@potsdamtourismus.de

Redaktion: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69,
E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

8.5 Sales Guide Potsdam 2016/2017

Der Sales Guide Potsdam wird neu aufgelegt. Neben den klassischen Basisinformationen wie einer Karte zur Verortung, einer Übersicht von ausgewählten Sehenswürdigkeiten, der bebilderten Darstellung von Gruppenunterkünften und Restaurants ergänzen unterschiedlichste Programmbausteine die Broschüre.

Termin: Juni 2015

Gültigkeit: 2 Jahre

Auflage: ca. 5.000

8.6 Tagungs- und Eventplaner Potsdam 2015/2016

Erscheinungstermin:	April 2014 erschienen
Gültigkeit:	2 Jahre
Auflage:	10.000
Ansprechpartner:	Nannette Neitzel, Tel.: 0331-27 558 200, E-Mail: nannette.neitzel@potsdamtourismus.de

8.7 Publikationen aus Kooperationen

Wasserwanderkarte der Potsdamer und Brandenburger Havelseen

Als Gemeinschaftsprojekt der **WIR-Initiative** wird jährlich und ab 2015 zweijährlich die Wasserwanderkarte der Potsdamer und Brandenburger Havelseen herausgegeben. Die Wasserkarte enthält neben zahlreichen Serviceinformationen für Wassersportler ausgewählte Routenvorschläge für Kanuten, Segler und Motorbootfahrer.

9 Produkte des PTS

9.1 Thematische / Saisonale Angebotspakete

Neben dem originären Geschäft der Vermittlung von Beherbergungsleistungen in den Kategorien Hotels, Pensionen, Privatzimmer, Ferienwohnungen und -häuser gehören Angebotspakete zu einem wesentlichen Bestandteil der vermittelbaren Leistungen im Informations- und Reservierungssystem (IRS).

Angebotspakete zu folgenden Themen, die in die gezielte Außenkommunikation eingebunden werden können, werden regelmäßig abgefragt und über die Onlineplattformen und über die Buchungsstellen vermittelt:

- Feiertagsangebote
- Stadtpauschalen
- Kulturpauschalen
- Preisangebote z.B. Winterliche Arrangements
- Aktivpakete z.B. Rad, Wasser
- Angebote zu Kulinarik
- Wellnesspauschalen
- Angebote zu Sonderveranstaltungen z.B. Potsdamer Schössernacht

Gern nehmen wir Ihre Angebote zum Verkauf über das IRS und für die Onlinebuchung auf. Es gelten die vertraglich vereinbarten Konditionen des Potsdam Tourismus Service.

Ansprechpartner: Yvonne Bleeck, Tel.: 0331-27 558 34,
E-Mail: yvonne.bleeck@potsdamtourismus.de

9.2 Pauschalarrangement „Potsdam à la Card“

Das ganzjährig buchbare Hotel-Kultur-Arrangement umfasst folgende Leistungen:

- zwei Übernachtungen
- Postdam & Berlin WelcomeCard
- Altstadttrundgang

Als zusätzlicher Verkaufsanreiz für die Nebensaison ist die Mehrzahl der Hotels im Juli und August sowie von November bis Februar ohne Mehrkosten mit einer Zusatznacht buchbar

(Saison-Special 3 für 2). Mehrere Hotels bieten überdies Sonderkonditionen für Minigruppen an.

Das Pauschalarrangement wird in dem Flyer „Potsdam-Specials“ beworben. Zusätzlich wird das Angebot auf einer extra Seite im Internet auf www.potsdam-ala-card.de beworben.

Beteiligungsmöglichkeiten: kostenpflichtiger Kombieintrag von Hotels für Print/ Internet;

Kosten: siehe S. 33

Ansprechpartner: Yvonne Bleeck, Tel.: 0331-27 558 34,

E-Mail: yvonne.bleeck@potsdamtourismus.de

9.3 Pauschalarrangement „Fahrradwochenende Potsdam“

Die Pauschale beinhaltet folgende Leistungen:

- 2 Übernachtungen (Fr-So, April-Oktober)
- Leihfahrrad
- Geführte Fahrradtour
- Informationsmaterial

Die Pauschale wird u.a. in dem Arrangement-Flyer „Potsdam-Specials“ (S.33) sowie auf einer extra Seite im Internet auf

<http://www.potsdamtourismus.de/reiseangebote/potsdamer-fahrradwochenende.html>

beworben.

9.4 Neu: Pauschalarrangement „Potsdam Sanssouci Plus“

Das ganzjährig buchbare Schlösser-Arrangement umfasst folgende Leistungen:

- 2 Übernachtungen im DZ inkl. Frühstück
- Sanssouci+ Ticket (berechtigt an einem Tag zum einmaligen Besuch fast aller

Schlösser der Stiftung Preußische Schlösser & Gärten in Potsdam einschließlich Schloss Sanssouci; beim Kauf des Tickets wird eine feste Einlasszeit im Schloss Sanssouci gebucht)

- Ein Abendessen in Ihrem Hotel (an einem Tag Ihrer Wahl)

Die Pauschale wird u.a. in dem Arrangement-Flyer „Potsdam-Specials“ (S.33) sowie auf einer extra Seite im Internet auf <http://www.potsdamtourismus.de/reiseangebote/potsdam-sanssouci.html> beworben.

Ansprechpartner: Yvonne Bleeck, Tel.: 0331-27 558 34
E-Mail: yvonne.bleeck@potsdamtourismus.de

9.5 Bahnhof Potsdam

In Kooperation mit und über den Berliner Reiseveranstalter „Stadt und Land Reisen GmbH“ gibt es für Übernachtungsanbieter die Möglichkeit, eine Kombination aus Übernachtung/Frühstück sowie der An- und Abreise mit der Bahn im Rahmen einer Reisepauschale anzubieten.

Das Angebot umfasst mindestens 3 Übernachtungen sowie die Hin- und Rückfahrt mit der Bahn zu einem Preis, Verlängerungsnächte sind zubuchbar. Neben dem Aufenthalt in einem Hotel ist die Reise mit dem ICE – ohne Zugbindung– ab allen deutschen Bahnhöfen im Preis inbegriffen (mit Anschlussfahrt nach Potsdam).

Näheres über die Konditionen und Teilnahmebestimmungen erfahren Sie über:

Ansprechpartner: Rene Heise, Tel.: 0331-29 873 12
E-Mail: rene.heise@potsdamtourismus.de

9.6 Stadtrundgänge

Der PTS legt für Individual- und Gruppenreisende Stadtrundgänge auf, mit denen die klassischen, touristischen Themen bedient werden. Darüber hinaus bietet der PTS Stadtrundgänge an, die sich den touristisch relevanten Themenjahren widmen.

Ansprechpartner: Nannette Neitzel, Tel.: 0331-27 558 200
E-Mail: nannette.neitzel@potsdamtourismus.de

9.7 City Card: Potsdam & Berlin WelcomeCard

In Kooperation mit visitBerlin wird auch in 2015 die gemeinsame City Card Potsdam & Berlin WelcomeCard herausgegeben. Das Produkt umfasst ein ÖPNV-Ticket und ein Rabattheft mit Angeboten touristischer Leistungsträger aus Potsdam und Berlin. Für den Vertrieb in Potsdam stellt der PTS einen Pocket Guide im Layout von Potsdam her. In diesem Guide sind alle Partner mit ihrem Angebot beschrieben. Der Inhalt des Guides

„Potsdam & Berlin WelcomeCard“ ist identisch mit dem Guide der normalen Berlin WelcomeCard. Lediglich der Umschlag wird speziell für Potsdam gestaltet. Als Werbemittel wird den Wiederverkäufern ein Flyer als Streuartikel zur Verfügung gestellt.

Verkaufspreise 2015:

BWC ABC 48 Stunden:	Gesamtpreis: 21,50 €
BWC ABC 72 Stunden:	Gesamtpreis: 28,70 €
BWC ABC 5 Tage:	Gesamtpreis: 39,50 €

Einkaufspreise für Wiederverkäufer 2015

Wiederverkäufer erhalten 10% Rabatt

Laufzeit:	Januar – Dezember 2015
Auflage Pocket Guide:	15.000 Exemplare im Potsdam Design 600.000 Exemplare der Berlin WelcomeCard
Sprache:	deutsch/ englisch
Inhalt:	touristische Bonuskarte für Potsdam/ Berlin mit 2/ 3/ 5- Tagesticket der öffentlichen Verkehrsmittel in Potsdam und Berlin und zahlreichen Rabatt- und Bonusangeboten touristischer Leistungsträger aus Potsdam und Berlin
Beteiligungsmöglichkeiten:	für Leistungsanbieter aus den Bereichen Tourismus, Shopping, Erlebnisswelten, Gastronomie, Kultur; Akquisition der Potsdamer Partner über den PTS
Kosten 2015:	<i>BASIS-Partnerschaft:</i> kostenlose Darstellung in einem 1/3 Listeneintrag im Pocket Guide, <i>PLUS-Partnerschaft:</i> ½ Seite mit Foto oder Logo im Pocket Guide, 360,- Euro zzgl. MwSt. <i>PREMIUM-Partnerschaft:</i> 1 Seite mit Foto und Logo im Pocket Guide, 1.020,- Euro zzgl. MwSt.
Vertrieb:	über Potsdamer Tourist-Informationen, einige beteiligte Partner, Hotels und Privatvermieter in Potsdam, Reiseveranstalter, Pressearbeit, Vertrieb über Informations-

und Vermittlungsservice PTS und www.potsdamtourismus.de
sowie Distributionskanäle visitBerlin

Ansprechpartner: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69,
E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

10 Werbung und Kampagnen

10.1 Anzeigen in PTS-Eigenmedien (Kataloge/ Broschüren/ Flyer)

Leistungsträger und für den Tourismus relevante Unternehmen haben die Möglichkeit, Anzeigen in den PTS-Eigenmedien, d.h. in Katalogen, Broschüren und/ oder Flyern zu schalten. Die Anzeigenformate und Preise für die Publikationen können bei Interesse angefordert werden.

Ansprechpartner PTS: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69
bettina.wedde@potsdamtourismus.de;
kontur Werbeagentur: Renate Adolph, Mobil: 0171/522 30 65
E-Mail: renate@adolph.de

10.2 Mediaplanung des PTS

Kooperation mit Reiseveranstaltern

Der PTS fördert – im Einklang mit dem verfügbaren Budget – die Darstellung Potsdams in den Reiseveranstalterkatalogen (online und offline). Hierzu zählen:

- Ameropa-Katalog „Städte entdecken“; Jahreskatalog
- ITS-Städtereisen Katalog; Jahreskatalog

Kooperation mit Punkt3 Verlag

Kooperation des PTS mit dem Punkt 3 Verlag zur Darstellung von Potsdam-Angeboten und touristischen Highlights. Potsdam hat in allen Ausgaben der S-Bahn-Kundenzeitung Punkt3, die zwei Mal im Monat erscheint, eine feste Spalte. Die Zeitung wird von der punkt 3 Verlag GmbH herausgegeben und entsteht in Kooperation mit DB Regio

Regionalbereich Berlin/ Brandenburg, der S-Bahn Berlin GmbH sowie der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH.

Inhalt:	Der PTS hat in jeder Ausgabe der S-Bahnzeitung Punkt 3 eine feste Spalte für redaktionelle Beiträge zu touristischen Angeboten (Veranstaltungen, Museen, Führungen etc.) in Potsdam zur Verfügung.
Zielgruppe:	ÖPNV Nutzer in Berlin und Brandenburg; potentielle Tagesgäste Potsdams
Umfang:	2x monatlich
Auflage:	140.000 Exemplare, die an 100 Bahnhöfen der S-Bahn und Regionalverkehr in Berlin und Brandenburg kostenlos ausliegen sowie in Haushalten ausgewählter Berliner Bezirke verteilt.

11 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Medienstrategie des PTS basiert auf der Identifizierung von journalistisch interessanten Themen, um eine möglichst breite Medienakzeptanz und -präsenz zu erzielen. Im Konkreten werden so gezielt touristische Angebote (Veranstaltungen, Tipps etc.) in den Focus gerückt und können Themen neu positioniert werden. Verstärkt werden die neuen Medien in die Kommunikation einbezogen und gefördert.

Beteiligungsmöglichkeiten: für Leistungsanbieter aus den Bereichen Tourismus, Shopping, Erlebnisswelten, Gastronomie, Kultur;
Akquisition der Potsdamer Partner über den PTS

- Informieren Sie uns über neue Angebote und Produkte, die Sie auf den Markt bringen.
- Stellen Sie uns Ihre Leistungen für Pressevertreter zur Verfügung.

Ansprechpartner für die folgenden Aktivitäten im Bereich Presse/ Öffentlichkeitsarbeit

Nationale Presse:

Birgit Kunkel, Tel.: 0331-298 73-250, E-Mail: birgit.kunkel@potsdamtourismus.de

Patrick Kastner, Tel.: 0331-298 73-253, E-Mail: patrick.kastner@potsdamtourismus.de

Internationale Presse:

Regina Zibell, Tel.: 0331-298 73- 252, E-Mail: regina.zibell@potsdamtourismus.de

Entwurf

Pressereisen

Der PTS bietet Journalistenreisen an, um Journalisten die touristischen Angebote Potsdams vorzustellen. Dabei werden aktuelle thematische Bezüge (z. B. Themenjahre, Events, Jubiläen) als Anlässe genutzt oder Themen, die in der touristischen Vermarktung fokussiert werden sollen, mit entsprechenden Angeboten vorgestellt. Hierbei können sich insbesondere Partner aus den Bereichen Kultur, Hotellerie und Gastronomie in die Gestaltung der Programme mit einbringen.

Gruppenpressereise 2015:

Termin: Im Juni 2015 bietet der PTS in Kooperation mit der TMB eine Gruppenpressereise an

Dauer: Zwei Tage

Thema: Im Fokus steht das DZT-Jahresthema „25 Jahre Deutsche Einheit“. Ziel der Reise ist es, den Journalisten die authentischen Orte der jüngeren Zeitgeschichte zu präsentieren.

Darüber hinaus organisiert der PTS individuelle Pressereisen für einzelne freie Journalisten oder Redakteure mit konkretem Redaktionsauftrag. Die Anfrage danach hat in den letzten Jahren stark zugenommen, weswegen hier ein Schwerpunkt der Pressearbeit liegt. Die Programme werden je nach Interesse und Zielgruppe des jeweiligen Journalisten/Mediums zusammengestellt.

Blogger

Die Medienlandschaft ist seit mehreren Jahren einem starken Wandel unterworfen. Dank der technischen Möglichkeiten ist es heute innerhalb kürzester Zeit möglich, eine eigene Internetseite zu erstellen und mit Inhalten zu füllen. Dieser technische Fortschritt hat auch maßgeblichen Einfluss auf die Akteure in der Medienlandschaft und auf die Pressearbeit der touristischen Akteure. Neben den Redakteuren aus Zeitungen und Zeitschriften sowie Radio- und Fernsehstationen kommt nun noch eine weitere Gruppe hinzu, die zielgerichtet angesprochen werden muss: die Blogger.

Die Bloggerszene in Deutschland wächst seit zwei Jahren rasant, darunter gibt es auch eine ganze Reihe von Reisebloggern mit eigenen Blogs. Die Bedeutung der Reiseblogger liegt in ihrer Vernetzung mit ihren Lesern. Hat ein Reiseblog eine gute Reputation erlangt,

so wird die Berichterstattung über bestimmte Destinationen als besonders glaubwürdig wahrgenommen.

Reiseblogger bevorzugen eine individuelle Ansprache. Das persönliche Erlebnis in Form von Pressereisen ist hier von großer Bedeutung. Bei der Programmgestaltung ist es wichtig, die Arbeitsweise der Blogger zu kennen, um die Programmpunkte darauf abzustellen. Die Blogger nehmen ihr Publikum quasi mit auf die Reise und lassen die Leser an ihren Erlebnissen teilhaben. Sie werden in der Regel direkt in den sozialen Netzwerken geteilt. Der PTS organisiert auch für Blogger individuelle Reisen. Die betriebenen Blogseiten werden vorab auf ihre Relevanz überprüft.

Pressekonferenzen/ Pressegespräche

Inhalt: Präsentation der aktuellen touristischen Entwicklungen und Perspektiven in Potsdam, ausgewählter, neuer Produkte, Kommunikation von Sonderthemen und Veranstaltungshöhepunkten

Termin: nach Bedarf bzw. Anlass und in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Potsdam

Hintergrundgespräche mit der regionalen Presse

Inhalt: Bei den Gesprächen werden aktuelle Entwicklungen erläutert und Hintergründe beleuchtet.

Termin: bei aktuellen Anlässen in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Potsdam

Zielgruppe: Redaktionen regionaler Print- und Funkmedien

Pressenewsletter der TMB

Inhalt: Potsdam wird in jedem TMB Pressenewsletter mit mindestens einem Beitrag zu aktuellen Themen (Neuigkeiten, Hintergrundgeschichten, Veranstaltungen; Ausstellungen etc.) integriert.

Zielgruppe, <i>national</i> :	regionale, überregionale und nationale Print-, Funkmedien und Onlineausgaben aus den Redaktionen Reise und Kultur; ca. 1000 Empfänger
Erscheinungsweise:	regional monatlich, überregional einmal pro Quartal
Zielgruppe, <i>international</i> :	internationale Print-, Funkmedien und Onlineausgaben aus den Redaktionen Reise, Kultur, Lifestyle und special themes (Gärtenmagazine etc.)
Erscheinungsweise:	je nach Themen, 2 x jährlich (April und Oktober), per mail,
Sprachen:	englisch, polnisch, deutsch

Internationalisierung des Presseverteilers

Inhalt:	Der Verteiler wird kontinuierlich um Kontakte zu ausländischen Redaktionen aus den wichtigsten Auslandsmärkten erweitert. Internationale Presseaktivitäten in Kooperation mit der DZT sowie HHoG und UNESCO e.V. werden genutzt, um neue Pressekontakte zu knüpfen.
---------	---

Pressemitteilungen PTS

Inhalt:	Erstellung von exklusiven Pressemitteilungen zu aktuellen Anlässen, Themen und Veranstaltungen nach Bedarf und Medieninteresse
Anzahl:	aus aktuellem Anlass, abhängig von Relevanz; Versand per mail
Zielgruppe:	regionale, überregionale und nationale Print-, Funkmedien und Onlineausgaben aus den Redaktionen Reise und Kultur

Rechercheunterstützung

Inhalt:	Unterstützung von Recherchen touristischer Themen, u.a. durch Bereitstellung von Text- und Fotomaterial, Hintergrundgespräche, Kontaktvermittlung
---------	---

Anzahl: fortlaufend
Zielgruppe: regionale, überregionale und nationale Medien aller Sparten

Gewinnspiel-Pool

Inhalt und Beteiligung: Leistungsträger stellen kostenlos Gewinne, wie Übernachtungspakete zur Verfügung, die bei redaktionellen Veröffentlichungen in Printmedien, im Internet und bei Rundfunk- als auch bei Fernsehbeiträgen verlost werden

Anzahl: nach Anlass, auf Anfrage der Pressestelle

Zielgruppe: Radio- und Fernsehsender, Tageszeitungen und Zeitschriften, insbesondere Yellow-Press

Foto-Archiv

Nutzung: Das TMB Fotoarchiv wird als Online Fotoarchiv geführt. Für Journalisten werden nach Anmeldung und Nutzungsdarstellung beschränkte Zugangsrechte durch die Presseabteilung erteilt. Die Nutzung ist für journalistische Zwecke kostenfrei. Touristische Partner erhalten im Fotoarchiv einen eigenen Bereich, von dem ebenfalls Bilder heruntergeladen werden können.

Medienkooperationen in Zusammenarbeit mit der TMB

Termin: temporär zu Veranstaltungen, z. B. Messen (ITB) und im Rahmen von TMB-Kampagnen, an denen sich der PTS beteiligt

Inhalt: Redaktionelle Beiträge in den Kooperationsmedien sowie TMB-Kampagnenmedien (z.B. Magazin)

Beteiligungsmöglichkeiten: Weitergabe von Informationen und Themenvorschlägen für redaktionelle Beiträge, Interviewpartner, Sponsoring bei Gewinnspielen

12 Messen und Promotionaktionen im Inland

Der Umfang der nachfolgenden Messen und Promotion-Veranstaltungen ist abhängig von der Beteiligung der Potsdamer Leistungsträger und der damit verbundenen Refinanzierungsmöglichkeit.

12.1 Endverbraucher-Reisemessen

Ansprechpartner: Bettina Wedde, Tel.: 0331-27 558 69,
E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

CMT Stuttgart 2015

Termin: 17.-25.01.2015

Ort: Stuttgart

Beteiligungsmöglichkeiten: für Potsdamer Leistungsträger als Anschließer am Potsdam-
Stand des Landesauftrittes Brandenburg oder
Prospektservice

Kosten: 1.900 € zzgl. MwSt. für gemeinsamen Doppelcounter am
Potsdam-Stand, eigene Firmierung des Anschließers möglich
Prospektservice 160,- Euro zzgl. MwSt.

Mindestteilnehmerzahl: 2 Unteranschießer, bereits gebucht

Reisen Hamburg 2015

Termin: 04.-08. Februar 2015

Ort: Hamburg

Beteiligungsmöglichkeiten: für Potsdamer Leistungsträger als Anschließer am Potsdam-
Stand des Landesauftrittes Brandenburg oder
Prospektservice

- Kosten:
 - 1.800 € zzgl. MwSt. für gemeinsamen Doppelcounter am Potsdam-Stand, eigene Firmierung des Anschliebers möglich
 - Prospektservice 160,- Euro zzgl. MwSt.
- Mindestteilnehmerzahl: 1 Unteranschieber

ITB Internationale Tourismus Börse 2015

weltgrößte internationale Tourismusmesse mit drei Fachbesuchertagen

- Termin: 04.-08. März 2015
- Ort: Berlin
- Zielgruppe: Fachpublikum, Endverbraucher
- Beteiligungsmöglichkeiten: für Potsdamer Leistungsträger als Anschlieber auf der Ausstellungsfläche der Landeshauptstadt Potsdam des gemeinsamen Messestandes von Brandenburg und Berlin
- Kosten:
 - Anschlieberpauschale ca. 2.750,- Euro zzgl. MwSt.
 - Prospektservice 200,00 € zzgl. MwSt.
- Anmeldeschluss: Dezember 2014 für Anschlieber

12.2 Promotionaktionen

Bei den folgenden Promotionsaktionen der TMB erwägt der PTS – abhängig von der Finanzierbarkeit und Beteiligung – eine Teilnahme. Prospektservice über PTS für Leistungsträger kann nur nach Absprache angeboten werden.

Brandenburgischer Reisemarkt 2015

- Termin: Frühjahr: 28. März 2015; Herbst: 26. September 2015, jeweils 10.00 bis 17.00 Uhr
- Ort: Berliner Ostbahnhof
- Kosten: pro Stand: 370,- € zzgl. MwSt. (Frühjahr), 305,- € zzgl. MwSt. (Herbst)
- Ansprechpartner: Regio-Punkt Berlin, Petra Brachmann-Yabroudi,

Tel. 0 30-24 72 96 29, info@regiopunkt.de

TMB, Ramona Kesch, Tel. 03 31-2 98 73 37,
ramona.kesch@reiseland-brandenburg.de

Berliner Reisemesse in Spandau 2015

Termin: 19./20. September 2015
Ort: Berlin-Spandau (Mercedes-Center)
Anmeldeschluss: 28. Februar 2015
Kosten: 890,- € zzgl. MwSt. inkl. Wochenmarktstand und Marketingumlage (Stand: Juli 2013)
Ansprechpartner: DERPART Reisebüro Spandau, Uwe Rösler, Tel. 0 30-3 33 50 75, Fax 0 30-3 33 40 49
TMB, Ramona Kesch, Tel. 03 31-2 98 73 37,

Promotionaktion in Kooperation mit Partner für Spandau anlässlich des Brandenburg-Tages in Spandau

Termin: 25. April 2015
Ort: Berlin, Spandau 11.00 bis 18.00 Uhr
Zielgruppe: Endverbraucher
Programm: Schwerpunkt ist die Erlebniswelt „Wasser entdecken“ im Rahmen der Jahreskampagne anlässlich der BUGA Havelregion 2015
Anmeldeschluss: Angebotsunterlagen mit Termin für den Anmeldeschluss liegen ab Dezember 2014 bei der TMB vor (Download der Unterlagen auch unter www.tmb-intern.de)
Kosten: Anschließerpauschale inkl. Marketingumlage: ca. 695,- € zzgl. MwSt. (Endpreis ab Dezember 2014)
Ansprechpartner: TMB, Jens Beuchler, Tel. 03 31-2 98 73 40,
jens.beuchler@reiseland-brandenburg.de
ramona.kesch@reiseland-brandenburg.de

12.3 Prospektservice

Der PTS bietet für alle Messen und Promotionveranstaltungen im Inland einen Prospektservice an.

Inhalt: 250 A4 bzw. 400 DIN–lang Materialien zur Auslage am Potsdam-Stand inkl. Beratung durch PTS- Standpersonal für alle Messen und Präsentationen. Auf der ITB beinhaltet die Auslage 400 A4 bzw. 500 DIN– lang Materialien zur Auslage am Potsdam-Stand inkl. Standpersonal-Beratung.

Kosten: siehe jeweilige Messe

Vorschau Messen 2016

CMT Stuttgart: 16. - 24. Januar 2016

Reisen Hamburg: Februar 2016

ITB Berlin: 09. – 13.März 2016

T&C Leipzig: 16. – 20. November 2016

13 Marketingmaßnahmen im Ausland

13.1 Quellmärkte

Hauptquellmärkte¹ für Potsdam sind die Niederlande, Vereinigtes Königreich, Schweiz, Österreich und Dänemark. Gefolgt von den USA und Polen - beides Quellmärkte mit hohen Wachstumsraten beim Incoming im vergangenen Jahr.

Insgesamt sind auch für Potsdam die wachsende Bedeutung der osteuropäischen Länder und Russland auffällig.

Weitere relevante Märkte für Potsdam sind Italien, Spanien und Frankreich.

13.2 Strategie des PTS zur Bearbeitung der ausländischen Märkte

Potsdam stützt sich bei der Bearbeitung der ausländischen Märkte vor allem auf das *Auslandsmarketing des Landes*, welches Potsdam als international wirkenden „Leuchtturm“ vermarktet (Strategien, Themen und Maßnahmenplanung siehe TMB-Marketingplan unter www.tmb-intern.de). Den Kern aller Maßnahmen des Auslandsmarketings bilden die PTS-Messebeteiligungen am Auslandsmarketing der TMB. Diese werden durch weitere Maßnahmen wie Presseveranstaltungen, Pressedienste, Studienreisen für Pressevertreter und Reiseveranstalter, PR-Beiträge, Akquisitionsreisen, Mailings und Maßnahmen des Onlinemarketings flankiert.

Die bisherigen, für Potsdam relevanten Themenfelder des TMB-Auslandsmarketings wie Schlösser und Gärten, Zeitgeschichte, Radtourismus und Film werden weiterhin beworben. Dies geschieht jeweils in Kombination mit Werten der beiden TMB-Faszinationsfelder „Kultur erleben“ und „Wasser entdecken“ und insbesondere in Kombination mit dem Kommunikationsanker Berlin. Die Werbebotschaften und die Kommunikation orientieren sich an der TMB-Markenstrategie.

Über das Landesmarketing hinaus setzt Potsdam eigene Marketingmaßnahmen in weiteren Märkten um und beteiligt sich an Aktivitäten der *Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)* sowie im Rahmen seiner Mitgliedschaften bei den *Historic Highlights of Germany e. V.*, dem *UNESCO Welterbestätten e. V.* sowie der *AG Oranierroute* an deren Marketingaktivitäten.

¹ basierend auf Zahlen des Stat. Landesamtes zu den Gästeankünften

Schwerpunkthemen der touristischen Vermarktung für Brandenburg/Potsdam im Jahre 2015

Das DZT-Jahresthema Tradition und Brauchtum wird 2015 in die Kommunikation in den Ländern Niederlande, Österreich, Schweiz, Polen, Dänemark und Schweden aufgenommen.

In Großbritannien wird gemeinsam mit der SPSG und dem PTS das Thema „Royal Heritage“ beworben.

Die Vermarktung des Themas „Radtourismus“ wird 2015 in den Niederlanden, der Schweiz und Tschechien fortgeführt.

In den skandinavischen Ländern wird neben Standardthemen wie „Potsdam“, „Spreewald“ und „Golf“ die gezielte Bewerbung des Themas „Zeitgeschichte“ (25. Jahrestag der Wiedervereinigung 2015) fortgeführt.

13.3 Geplante Maßnahmen

Presse- und Trade Präsentationen

Termin: n. n. 2015

Zielgruppen: Reisejournalisten und Reiseveranstalter in den Ländern Schweiz, UK, Polen, Israel u.a.

Träger der Maßnahme: DZT/ TMB/ PTS

Beteiligungsmöglichkeiten: auf Anfrage

Ferienmesse Wien

Termin: 15. – 18. Januar 2015

Ort: Wien

Zielgruppe: Fachbesucher und Endverbraucher

Teilnahme/ Stand: gemeinsame Präsentation TMB mit PTS im Deutschlandstand

FESPO Zürich

Termin: 29. Januar – 02. Februar 2015

Ort: Zürich
Zielgruppe: Fachbesucher und Endverbraucher
Teilnahme/ Stand: gemeinsame Präsentation TMB mit PTS im Deutschlandstand

Germany Travel Show

Termin: 10. Februar 2015
Ort: London
Zielgruppe: Fachbesucher
Teilnahme/ Stand: gemeinsame Präsentation des PTS mit der SPSG

GTM – 41. Germany Travel Mart 2015 in Erfurt und Weimar

bedeutendster Workshop für das Incoming-Geschäft Deutschlands

Termin: 26.- 28. April 2015
Ort: Erfurt/ Weimar
Zielgruppe: internationale und deutsche Einkäufer der Reisebranche
Teilnahme/ Stand: PTS als Unteranschließer am TMB-Stand

ZEW Zentraleuropaworkshop 2015

Termin: Oktober 2015
Ort: Voraussichtlich Leipzig
Zielgruppe: Fachbesucher aus Österreich, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Bulgarien, Rumänien, Kroatien, u.w.
Teilnahme/Stand: TMB präsentiert den letztjährigen Ausrichter Potsdam am TMB-Stand gemeinsam mit der SPSG

Workshop Frankreich (Fachbesucher) – unter Finanzierungsvorbehalt

Termin:	15. Oktober 2015
Ort:	Paris
Zielgruppe:	Fachbesucher
Teilnahme/ Stand:	gemeinsame Präsentation der TMB mit PTS und SPSPG

Darüber hinaus wird der PTS auf folgenden Messen und Workshops des Reiselandes Brandenburg mit Prospekten durch die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH vertreten sein.

- Vakantiebeurs Utrecht
- MATKA Helsinki
- Reismarkt Amsterdam (Fachbesucherworkshop)
- Fiets en Wandelbeurs
- Ferie for alle Herning
- Busworkshop Prag (Fachbesucherworkshop)
- Picknick an der Oder Stettin
- Deutschland-Präsentation Warschau
- Tourismusmesse Opole
- Partnerakquisitionsveranstaltung in Linz und Innsbruck (Fachbesucherworkshop)
- Deutschland Workshop Brüssel (Fachbesucherworkshop)
- Nordosteuropaworkshop (Fachbesucherworkshop)
- Presseworkshop Amsterdam (Fachbesucherworkshop)
- Tour Salon Poznan
- DZT-Roadshow in Warschau, Kattowitz, Poznan (Fachbesucherworkshop)
- Reisesalon Wien
- Vagabond Kopenhagen

Weitere Maßnahmen mit Beteiligungsmöglichkeiten der TMB:

- Exklusivnewsletter Trade in Polen, Österreich, Schweiz, Tschechien;
Beteiligungskosten: 150,- €/Beitrag
- MICE-Mailing in Dänemark; 300,- €/Beilage
- Marketingpaket Polen; 2.500,- €/Partner
- Marketingpaket Tschechien; 2.500,-€/Partner

Detailliertere Informationen zum Auslandsmarketing der TMB:

Martin Fennemann: Tel.: 0331-298 73 77,

E-Mail: martin.fennemann@reiseland-brandenburg.de

Kontakt PTS:

Bettina Wedde, Tel.: 0331- 275 58 69,

E-Mail: bettina.wedde@potsdamtourismus.de

Weiterhin ist der PTS im Rahmen seiner Mitgliedschaft bei den **Historic Highlights of Germany** auf den verschiedenen Messen / Workshops bzw. Schulungen in den Märkten Großbritannien, Italien, USA, Japan, China, Südkorea vertreten:

Die Aktivitäten der HHoG verlagern sich insgesamt stärker von Präsenz- zu Online-Maßnahmen für Trade und Presse. Auch der Bereich Consumer Online-Marketing wird, orientiert an der Zunahme des Individualreiseverkehrs und der größer werdenden Bedeutung von Empfehlungsmarketing, verstärkt. Schlüsselveranstaltungen wie USTOA, VEMEX, WTM, TTG Incontri werden im Zweijahresrhythmus eingeplant.

Potsdam ist außerdem über seine Mitgliedschaft im Verein **UNESCO Welterbestätten e.V.** vertreten. Schwerpunktmärkte des Vereins sind Frankreich, Italien, USA und Großbritannien.

14 Tourismus-Service

Zum Tourismus-Service gehören die Bereiche Tourist-Informationen & Ticketing, Informations- und Vermittlungsservice (IVS), Informations- und Reservierungssystem (IRS) und Potsdam Convention & Group Travel Office (Organisation von Tagungen und Programmgestaltung für Gruppen).

14.1 Informations- und Reservierungssystem (IRS)

Das IRS bietet über eine zentrale Brandenburg-Datenbank die Grundlage für die Darstellung und Vermittlung von Buchungen touristischer Angebote aus dem Beherbergungsbereich und anderer touristischer Leistungsträger. Der Potsdam Tourismus Service ist langjähriger IRS-Partner innerhalb des Buchungsverbandes Brandenburg und partizipiert von den damit verbundenen Vertriebsleistungen. Das IRS findet dabei seinen Einsatz in den Touristinformationen in Potsdam, dem Informations- und Vermittlungsservice (Call Center) sowie auf den Onlinebuchungsplattformen von Potsdam (siehe hier z.B. www.potsdamtourismus.de oder www.potsdam.de).

Beteiligungsmöglichkeiten für touristische Leistungsträger

Für die grundsätzliche Teilnahme und zur Darstellung im landesweiten IRS fallen keine Kosten an. Über verschiedene Onlinebuchungsplattformen werden die Leistungen über www.potsdamtourismus.de und über andere Internetauftritte (u. a. www.potsdam.de, www.reiseland-brandenburg.de und www.berlin.de usw.) vermittelt. Gegenwärtig verzeichnet die „Online-Buchungsplattform“ rund 30.000 Nutzer (Visits) im Monat. Erst bei erfolgreich vermittelten Buchungen fällt die vereinbarte Provision auf den Endpreis von derzeit 10 % zzgl. der gesetzl. MwSt. an, die monatlich zur Abrechnung kommen.

Voraussetzung für die Buchbarkeit ist die Bereitstellung von Preisen und Kontingenten für den direkten Buchungszugriff. Für die Online-Datenpflege zur Verkaufssteuerung durch den Anbieter stehen zwei Möglichkeiten zur Verfügung:

1. Nutzung des Online-Pflege-Tools: Die Datenpflege wird durch Sie eigenständig vorgenommen. Der Zugang ist kostenfrei und wird vom PTS zur Verfügung gestellt.
2. Sie nutzen bereits ein Channel-Management-System und lassen dieses für die Preis- und Kontingentpflege an das PTS Reservierungssystem anschließen. Die

Anbindung seitens des PTS ist kostenfrei. (I. d. R fallen für Sie für die Anbindung Kosten durch den Channel-Management Systemanbieter an.)

Darstellungs-/ Nutzungsmöglichkeiten

Modul 1 - Angebot für Leistungsanbieter, die eine eigene Internetseite betreiben

Wenn Sie eine eigene Internetseite haben, besteht die Möglichkeit, die Online-Buchbarkeit Ihrer gepflegten Kontingente auch auf der eigenen Internetseite darzustellen und für die direkte Buchung für den Besucher anzubieten. Die Einrichtung dieser „eigenen“ Online-Buchungsmaske erfolgt in Abstimmung und auf Basis einer Vereinbarung mit dem PTS.

- Die Kosten für die Einrichtung und den laufenden Support durch die TMB betragen einmalig 50,- €.
- Für die getätigten Buchungen wird eine Jahrespauschale berechnet, diese richtet sich nach Anzahl der angebotenen Einheiten. (Preis auf Anfrage)

Modul 2 - Nutzung eines Belegungsplans zur Verwaltung Ihrer Buchungen und Eigenbelegungen

Dieses Angebot ist unabhängig davon, ob Sie eine eigene Internetseite haben oder nicht. Über diesen Belegungsplan können Sie einfach alle Ihre Buchungen im Überblick darstellen, verwalten und auf die vorhandenen Einheiten in Ihrem Haus verteilen. Der Zugang hierzu wird ebenfalls über das Online-Datenpflege-Tool ermöglicht.

- Für die Nutzung dieses Moduls wird ein pauschalierter Jahresbeitrag nach Anzahl der verfügbaren Einheiten berechnet (Preise auf Anfrage)

Vertriebskooperationen

Onlinebuchung als Affiliate für touristische Vertriebspartner

Für sonstige tourismusnahe Vertriebspartner Veranstalter in Potsdam besteht die Möglichkeit, eine Kooperationspartnerschaft zur Nutzung einer Onlinebuchung mit dem PTS zu schließen. Über dieses Affiliate-Programm erhält der Kooperationspartner eine farblich und inhaltlich angepasste Onlinebuchungsfunktion zur Einbindung auf der eigenen Homepage.

Teilnahme an Vertriebskooperationen für Leistungsanbieter

Im Rahmen bestehender Kooperationsverträge zwischen PTS und anderen deutschlandweiten Onlinebuchungsplattformen profitieren Sie zusätzlich bei erfolgreichen Vermittlungen für Ihre angebotenen Leistungen über diese Vertriebspartner. Die Teilnahme an solchen Vertriebskooperationen ist im Rahmen des bestehenden Vermittlungsvertrages geregelt und wird über die üblichen Provisionsabrechnungen über den PTS abgerechnet.

14.2 Informations- und Vermittlungsservice Potsdam (IVS)

Der Potsdam Tourismus Service betreibt ein Service-Center als zentrale Informations- und Vermittlungsstelle für touristische Leistungen und Angebote in Potsdam. Der IVS ist mit professioneller Call-Center-Technik ausgestattet und verfügt über sechs Service-Arbeitsplätze mit direktem Zugang zum Informations- und Reservierungssystem (IRS). Zu den klassischen Aufgaben gehören:

- Abwicklung der telefonischen, schriftlichen und elektronischen Kundenkontakte
- Information und Beratung von Besuchern zum touristischen Angebot Potsdams
- Prospektanfragenerfassung und -bearbeitung (auch Online-Prospektbestellung)
- Zimmervermittlung (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Privatunterkünfte) sowie Verkauf von Pauschalangeboten
- Vermittlung von Stadtrundgängen und -fahrten und thematischen Führungen
- Verkauf von Tickets für Veranstaltungen und Sonderausstellungen
- Versendung Prospekte Dritter als Beilage zum Info-Paket Potsdam
- Ansprechpartner für die Datenpflege im Informations- und Reservierungssystem
- Klassifizierung nach den Richtlinien des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) für Übernachtungsanbieter (siehe Sterne)

Geschäftszeiten und Kontaktdaten Service Center:

- Tel. 0331-27 55 88 99 und 0331-27 55 80
- E-Mail service@potsdamtourismus.de; www.potsdamtourismus.de
- Montag - Freitag von 9.00 bis 19.00 Uhr

- Samstag/ Sonntag 9.00 bis 16.00 Uhr (November – März bis 14 Uhr)
- gesonderte Geschäftszeiten zu Feiertagen (9.00 – 16.00 Uhr)

Ansprechpartner

für *Hotels und Pensionen*: Yvonne Bleeck, Tel.: 0331-27 558 34

E-Mail: yvonne.bleeck@potsdamtourismus.de

für Privatvermieter, Irina Lübke, Tel.: 0331-27 558 0

Ferienwhg/-häuser: E-Mail: gastgeber@potsdamtourismus.de

Sterne – Signale für Qualität

Der PTS ist Lizenznehmer des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) für die Durchführung der Klassifizierung von Ferienhäusern, Ferienwohnungen und Privatzimmern. Auf der Grundlage bundesweit einheitlicher Kriterien werden die genannten Unterkunftsarten klassifiziert und das Klassifizierungsergebnis in der international bekannten Symbolik der Sterne bekannt gegeben. Zum einen geben diese Sterne dem Gast bei der Auswahl seiner Unterkunft einen zuverlässigen Hinweis auf die Qualität des Angebotes und die Möglichkeit des Vergleiches, zum anderen erhalten die Vermieter im Rahmen der Klassifizierung nützliche Hinweise zur Verbesserung ihres Angebotes. Die Teilnahme an der DTV-Klassifizierung ist freiwillig. Der PTS strebt gleichwohl aus den zuvor genannten Gründen an, dass möglichst viele Anbieter ihre Ferienunterkünfte und Privatzimmer klassifizieren lassen. Die DTV-Sterne werden im Verzeichnis der Gastgeber im Reiseplaner Potsdam, im IRS und in den Internetauftritten dargestellt.

Das Klassifizierungsergebnis ist für drei Jahre gültig. Für die Klassifizierung werden Gebühren erhoben. Zum einen wird die DTV-Lizenzgebühr in Höhe von derzeit 21,- Euro zzgl. MwSt. pro klassifizierter Wohneinheit erhoben, zum anderen eine Bearbeitungspauschale von derzeit 30,- zzgl. MwSt Euro für Vermieter mit PTS-Vermittlungsvertrag. Anbieter, die nicht über den PTS vermittelt werden, können sich ebenfalls durch den PTS klassifizieren lassen und zahlen eine Bearbeitungspauschale von derzeit 100,- Euro zzgl. MwSt.

Ansprechpartner: Irina Lübke, Tel.: 0331-27 558 854,

E-Mail: irina.luebke@potsdamtourismus.de

14.3 Offizielle Tourist-Informationen der Landeshauptstadt Potsdam

Filiale: Brandenburger Straße 3, 14467 Potsdam (BBS)

Services

- Information und Beratung von Potsdam-Besuchern zum touristischen Angebot Potsdams
- Zimmervermittlung (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Privatunterkünfte) sowie Vermittlung von Pauschalangeboten
- Verkauf von Tickets für eigenveranstaltete Stadtrundgänge sowie auf Provisionsbasis für Stadtrundfahrten- und Rundgänge Dritter
- Verkauf der Potsdam & Berlin WelcomeCard
- Verkauf von Tickets für die Schifffahrt (Weisse Flotte sowie Stern- und Kreisschifffahrt)
- Verkauf von Tickets für die SPSG (Tagesticket „sanssouci+“ und Jahreskarten für den Besuch von Schlössern der SPSG und Jahreskarten für den Parkeintritt)
- Verkauf von Fahrausweisen im Auftrag des VBB
- Verkauf von Fahrscheinen für einen Linienbusanbieter (BerlinLinienBus)
- Verkauf von City-Geschenk-Gutscheinen auf Provisionsbasis im Auftrag der AG Innenstadt e.V.
- Verkauf von Wertgutscheinen
- Verkauf von Reisegutscheinen für die TMB
- Verkauf von Postwertzeichen
- Verkauf von Angelkarten und Fischereiabgabemarken Land Brandenburg
- Vermittlung von Fahrrädern und Segways im Auftrag Dritter
- Verkauf von touristischen Karten, Büchern, Broschüren und Souvenirartikeln
- kostenpflichtige Auslage von Informationsmaterial touristischer und anderer relevanter Anbieter
- kostenfreie Auslage von Informationsmaterial für geförderte Kulturträger der Stadt Potsdam

Ticket-Service

Verkauf von Tickets für Veranstaltungen aus den Ticketplattformen CTS (Eventim), ReserviX und Eintrittskarten.de an. Zudem ist die Tourist-Information BBS Vorverkaufsstelle für BUGA-Tickets für die BUGA Havelregion 2015 aus dem Verkaufsmodul etix sowie für Nikolaisaal-Tickets aus dem Verkaufsmodul VOTE. Beide Tourist-Informationen verkaufen das Kombimuseumsticket für die Museen der historischen Innenstadt. Darüber hinaus vertreibt die Tourist-Information BBS auch die Karten von kleineren touristischen und kulturellen Partnern, die nicht über die großen Ticketportale buchbar sind. Hierzu sind die Tickets als Hardcopy oder Gutschein zu hinterlegen.

Öffnungszeiten:

Werktage:

April – Oktober	09.30 – 18.00 Uhr
November – März	10.00 – 18.00 Uhr

Samstag:

April – Oktober	09.30 – 18.00 Uhr
November – März	10.00 – 16.00 Uhr

Sonntag/ Feiertag:

April – Oktober	09.30 – 16.00 Uhr
November – März	10.00 – 14.00 Uhr

Heiligabend, 1. & 2. Weihnachtsfeiertag sowie Silvester jeweils 09.30 – 14.00 Uhr; Neujahr 12.00 -16.00 Uhr

Filiale: Tourist-Information im Potsdamer Hauptbahnhof

Die Tourist-Information im Hauptbahnhof basiert auf einem Kooperationsmodell zwischen der Weissen Flotte als Hauptmieter und der Landeshauptstadt Potsdam. Folgende **Leistungen** bietet die Tourist-Information am Hauptbahnhof:

- Information & Beratung von Besuchern zum touristischen Angebot Potsdams

- Zimmervermittlung (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Privatunterkünfte) sowie Verkauf von Pauschalangeboten
- Verkauf von Tickets für eigenveranstaltete Stadtrundgänge sowie auf Provisionsbasis für die Angebote Dritter (Stadtrundfahrten und -gänge)
- Verkauf von Tickets für die Weisse Flotte durch die Weisse Flotte
- Verkauf von Tickets für die SPSG
- Ticketservice für Theater, Konzerte, Festivals, Kabarett, Ausstellungen etc. sowie Fahrscheine für einen Linienbusanbieter
- Verkauf der Potsdam & Berlin WelcomeCard
- kostenpflichtige Auslage von Informationsmaterial touristischer und anderer relevanter Anbieter
- Verkauf von Souvenirs

Ticket-Service

Seit dem 16. Januar 2012 bietet die Tourist Information am Potsdamer Hauptbahnhof auch einen Ticket-Service für Veranstaltungen aus den webbasierten Ticketplattformen CTS (Eventim), ReserviX (z.B. auch Theaterschiff) und Eintrittskarten.de an. Zudem ist die Tourist-Information Vorverkaufsstelle für Nikolaisaal-Tickets aus dem Verkaufsmodul VOTE.

Öffnungszeiten:

Montag - Samstag.....	09.30 – 20.00 Uhr
Sonntag/ Feiertag.....	10.00 – 16.00 Uhr

Sonderöffnungszeiten:

Heiligabend, 1. & 2. Weihnachtsfeiertag sowie Silvester jeweils 09.30 – 14.00 Uhr
 Neujahr 10.00-14.00Uhr

Die Öffnungszeiten passen sich den Sonderöffnungszeiten der Bahnhofspassagen an (z.B. verkaufsoffene Sonntag oder auch verlängerte Öffnungszeiten in der Adventszeit).

ATIS (Anerkannte Tourist-Informationsstelle)

Beide Tourist-Informationen sind „Anerkannte Tourist-Informationenstellen“ (ATIS). Dieses Prädikat, verliehen durch den Deutschen Tourismus Verband e. V. (DTV), berechtigt den PTS bis 2014/15 mit dem vom DTV markenrechtlich geschützten weißen „i“ auf rotem Grund zu werben.

Service Qualität Deutschland

Die Tourist-Informationen Potsdam haben das Qualitätsgütesiegels Service Qualität Deutschland Stufe I in der Rezertifizierung erhalten.

Petra Kansy, Tourist-Information am Brandenburger Tor

Tel: 0331 - 505 88 38 , E-Mail: petra.kansy@potsdamtourismus.de

Ilona Mischlau, Tourist-Information im Hauptbahnhof Potsdam

Tel: 0331 - 27558 831, E-Mail: ilona.mischlau@potsdamtourismus.de

14.4 Potsdam Convention & Group Travel Office

Organisation von Tagungen und Programmgestaltung für Gruppen

Das Potsdam Convention & Group Travel Office ist Ansprechpartner und Dienstleister für Tagungs- und Geschäftskunden sowie Gruppenreiseveranstalter, Verbände, Vereine und Privatpersonen. Als kompetenter Partner bei der Planung und Organisation von Kongressen, Tagungen, Incentiveveranstaltungen bietet das Potsdam Convention Office einen Komplettservice für die Veranstaltungsorganisation.

Das Potsdam Group Travel Office ist Ansprechpartner für die Organisation von Gruppenreisen in Potsdam. Durchschnittlich 1.700 Gruppen betreut das Büro pro Jahr in Potsdam und im Umland.

Der Bereich bietet die folgenden Leistungen an:

- Gestaltung von maßgeschneiderten Ausflugs-, Rahmen-, Tages- und Mehrtagesprogrammen für Bus- & Reiseveranstalter, Vereine und private Gruppen
- Komplettorganisation von Event- und Incentive-Veranstaltungen inkl. Catering und Location, Anmietung zum Teil in historischem Ambiente

Dazu gehören u.a. die folgenden Bausteine:

- Vermittlung von Schiffs-Charter, Bus-Charter und Transfers
- Kontingentverwaltung und Online-Buchung von Hotelzimmern, Bereitstellung von Kongresstickets
- Vermittlung von gastronomischen Leistungen
- Vermittlung von über 60 Gästeführern in 15 Sprachen
- Durchführung von thematischen Stadtrundgängen für Individualkunden
- gemeinsame Weiterbildungsveranstaltungen mit der SPSG für frei- und nebenberufliche Gästeführer sowie Mitarbeiter
- Produktvorstellungen für Hotels (Informationen zu Gruppenangeboten, Individualkunden sowie Ideen für MICE-Kunden richten sich an Mitarbeiter aus den Bereichen des Front Offices, Marketing sowie der Veranstaltungs- und Gruppenabteilungen)
- individuelle Kundenberatung, Durchführung von Site Inspections
- Counterbetreuung auf Fachmessen

Verstärkung der Vertriebsmaßnahmen Inland in Kooperation mit der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg:

- Durchführung einer Site Inspection für Bus- & Reiseveranstalter (geplant: 13. KW 2015)
- 3-tägige Verkaufsreise zu Bus- & Reiseveranstaltern in ausgewählten Quellmärkten

Beteiligungsmöglichkeiten für Leistungsträger:

Hotels, gastronomische Betriebe und Anbieter touristischer Programme können ihre Angebote über diese Abteilung zusätzlich vermarkten. Die Zusammenarbeit wird über eine Provisionsvereinbarung geregelt. Für vermittelte Buchungen und alle Leistungen gewährt der Leistungsträger eine vereinbarte Provision, die bei 10 % zzgl. MwSt. liegt. Das Potsdam Convention & Group Travel Office ist sehr an einer Zusammenarbeit mit Leistungsträgern interessiert, die auf Provisionsbasis Komplettangebote anbieten.

Die **Programmbausteine** werden auf den Internetseiten (www.tagen-in-potsdam.de und www.gruppenreisen-in-potsdam.de) dargestellt.

Ansprechpartner: Nannette Neitzel, Tel.: 0331-27 558 200
E-Mail: nannette.neitzel@potsdamtourismus.de

15 Internet

15.1 Struktur des Internetauftrittes

Die touristische Internetseite www.potsdamtourismus.de befindet sich seit September 2004 im Netz. Die wichtigsten Bestandteile des Internetauftritts sind Buchungsmöglichkeiten, ein Potsdam-Veranstaltungskalender, Potsdam A-Z mit kartografischer Darstellung und aktuelle Angebote.

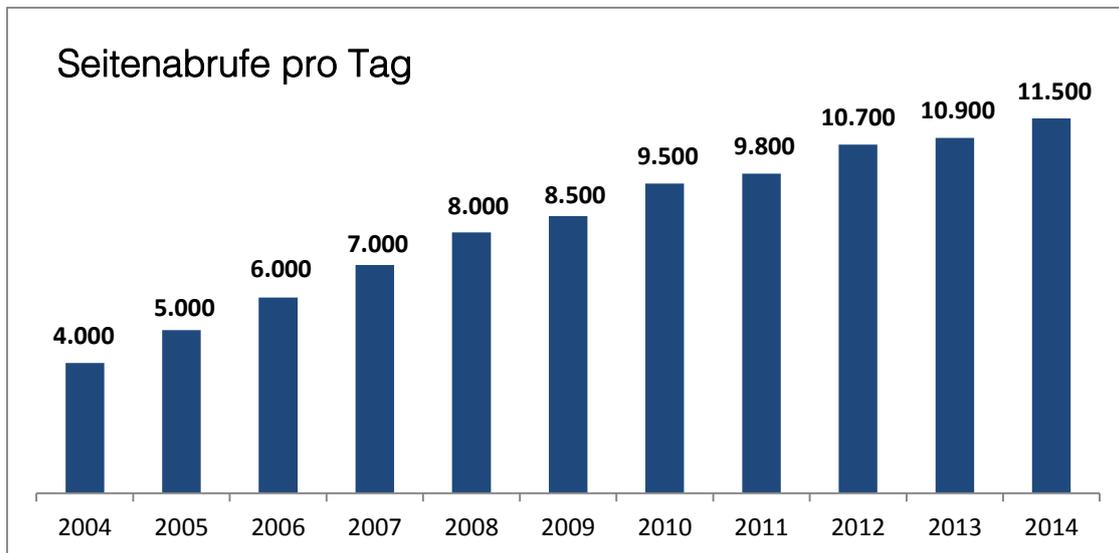
Der Internetauftritt www.potsdamtourismus.de ergänzt die vorhandenen Angebote von www.potsdam.de und www.reiseland-brandenburg.de durch die klare Fokussierung auf konkrete touristische Angebote.

Der Auftritt wird zusätzlich mit weiteren Domains beworben (z. B. www.tourismus-potsdam.de, www.events-in-potsdam.de). Die Website existiert auch in englischer und französischer Sprache. Darüber hinaus werden die speziellen Zielgruppenportale www.tagen-in-potsdam.de (dt./eng.) und www.gruppenreisen-potsdam.de (dt./eng.) betrieben.

Alle Potsdam-Informationen (vor allem touristische Infrastruktur und Veranstaltungen) können auch über die Brandenburg App (für IOS und Android) sowie die Website mobil.reiseland-brandenburg.de abgerufen werden.

15.2 Entwicklung der Nutzerzahlen

Die Nutzerzahlen der Auftritte haben sich seit der Einführung im September 2004 mehr als verdoppelt. Die Seiten haben gegenwärtig rund 11.500 Seitenabrufe täglich. Dies entspricht einer Steigerung von rund 10 % zum Vorjahr.



15.3 Online-Marketing

Die im Netz präsentierten Informationen werden intensiv vermarktet. Dies erfolgt insbesondere durch die Verlinkung der Sites oder einzelner Inhalte (z. B. Veranstaltungsdatenbank) mit großen Internetportalen. Die ständige Optimierung der Einträge in Suchmaschinen und Internet-Katalogen ist ebenfalls ein wichtiger Faktor bei der Vermarktung. Die Seite www.potsdamtourismus.de steht in der Suchmaschine www.google.de bei dem Suchbegriff „Potsdam“ an 3. Stelle.

Newsletter

Der Potsdam Reise-Newsletter wird einmal pro Monat an ca. 2.200 Abonnenten (Endkunden) versendet. Anbieter können einen Artikel im Newsletter für 50,00 Euro zzgl. MwSt. pro Ausgabe buchen. Zu speziellen Themen werden zudem zusätzliche Sonder-Newsletter versandt.

Soziale Medien

Die Bearbeitung der sozialen Medien erfolgt über die Facebook-Seite der Landeshauptstadt Potsdam und Brandenburg („Erlebe Brandenburg“). Für die Kanäle Twitter, YouTube und Pinterest werden ebenfalls die Landeskanäle genutzt.

Es findet eine regelmäßige Zusammenarbeit mit Bloggern statt. Zudem wird der Landesblog blog.reiseland-brandenburg.de für die Integration von Potsdam-Inhalten genutzt.

15.4 Zusammenarbeit mit www.potsdam.de

Auf der städtischen Seite www.potsdam.de ist der Bereich Tourismus prominent platziert und es besteht für die Vermarktung der touristischen Produkte eine eigene Seite „Aktuelle Angebote“.

Ansprechpartner: Leiterin des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit/Marketing der LHP
Dr. Sigrid Sommer, Tel.: 0331-289 12 70

15.5 Kurzbeschreibung des Internetauftrittes

Onlinedarstellung/-buchbarkeit des Informations- und Reservierungssystem (IRS)

Über die Online-Buchungsfunktionalitäten können Übernachtungsleistungsträger dargestellt bzw. direkt gebucht werden. Die Auflistung erfolgt über den Eintrag in das Informations- und Reservierungssystem des Landes Brandenburg. Detailinformationen erhalten Sie im Kapitel Informations- und Reservierungssystem.

Veranstaltungsdatenbank

Die TMB-Veranstaltungsdatenbank ist der größte Internet-Veranstaltungskalender Brandenburgs. Die Veranstaltungen werden auf www.potsdamtourismus.de und www.reiseland-brandenburg.de sowie auf weiteren Portalen, wie z.B. www.brandenburg.de, www.meinestadt.de und www.berlin-airport.de ausgegeben.

Die Veranstaltungssuche können touristische Anbieter in Potsdam auf ihren Webseiten als Service-Tool mittels eines optisch anpassbaren iFrames für eine Gebühr von einmalig 100,- Euro zzgl. MwSt. einbinden. Der Zugang zur Datenbank für die Eingabe von Veranstaltungen ist für nicht-kommerzielle Anbieter kostenlos, für alle anderen Anbieter kostet das Login 50,- Euro zzgl. MwSt. pro Jahr. Weitere Details siehe 15.6.

Ausflugsdatenbank

In der Ausflugsdatenbank werden kommerzielle Ausflugstipps nach Potsdam detailliert dargestellt. Die Ausflüge werden vor allem im Bereich „Potsdam erleben“ auf den thematisch passenden Seiten (z.B. Sehenswertes, Familien etc.) ausgegeben. Ein Eintrag in die Ausflugsdatenbank kostet 100,- Euro zzgl. MwSt. pro Jahr.

Tipps

Um den Nutzwert für den Endkunden zu erhöhen, werden im Rahmen der redaktionellen Bearbeitung regelmäßig Restauranttipps, Hoteltipps, Preisspecials, Wochenendangebote etc. eingestellt.

15.6 Beteiligungsmöglichkeiten

Für touristische Leistungsträger gibt es verschiedene Möglichkeiten, Angebote auf www.potsdamtourismus.de zu integrieren. Im Folgenden werden die einzelnen Darstellungsformen und Konditionen aufgeführt.

Bereich in der Website	Kosten in Euro zzgl. MwSt.	Anmerkung
POI-Eintrag im Potsdam A-Z, Landkartensystem (landkarte-brandenburg.de), mobile Website, App	Neu: Eintrag kostenfrei Preselect-Eintrag (Platzierung auf den vorderen Positionen in Suchergebnislisten) 50,- Euro pro Jahr (Übernachtungsanbieter 100,- Euro pro Jahr)	Eintrag inkl. Kontaktdaten, Beschreibungstext, Link, 3-6 Bilder
kommerzielle Ausflüge in der Tagesausflugsdatenbank	100,- Euro pro Jahr	
Artikel auf der Homepage	75,- Euro pro Woche	

Artikel auf den Seiten Potsdam erleben/Stadtführungen und Stadtrundfahrten	500,- Euro pro Jahr/ 300,- Euro halbes Jahr	
Artikel auf der Seite Potsdam erleben/Sehenswertes	250,- Euro pro Jahr/ 150,- Euro halbes Jahr	
Artikel auf sonstigen Unterseiten von Potsdam erleben	100,- Euro pro Jahr/ 60,- Euro halbes Jahr	
Artikel auf der Seite Essen & Trinken/Restauranttipps	100,- Euro pro Jahr/ 60,- Euro halbes Jahr	
Artikel auf den Seiten Unterkünfte/Tipps (Hotels, Pensionen, Ferienwohnung/ -haus)	150,- Euro pro Jahr/ 90,- Euro halbes Jahr	Voraussetzung ist die Buchbarkeit der Angebote über das Informations- und Reservierungssystem des Landes Brandenburg
Artikel auf den Seiten Reiseangebote/Wochenendangebote, Preisspecials, Feiertagsangebote	150,- Euro pro Jahr/ 90,- Euro halbes Jahr	Voraussetzung ist die Buchbarkeit der Angebote über das Informations- und Reservierungssystem des Landes Brandenburg
Eintrag von Events in den Veranstaltungskalender	kostenfrei bis max. 10 Events pro Jahr	Datenlieferung via Online-Formular
Eintrag von Events in den Veranstaltungskalender über einen eigenen Zugang zur Veranstaltungsdatenbank	nicht-kommerzielle Anbieter kostenfrei, sonst 50,- Euro pro Jahr; für Veranstalter mit täglich stattfindenden Events 1,50 Euro pro Veranstaltung	unbeschränkte Eingabe von in Potsdam stattfindenden Veranstaltungen
Veranstaltungstipp auf der Seite Veranstaltungen/Aktuelle Tipps	50,- Euro pro Monat (maximale Laufzeit)	Veranstaltungen müssen in die Veranstaltungsdatenbank eingegeben sein
Promotionsseite unter Veranstaltungen/Jahreshöhepunkte	250,- Euro pro Jahr	für Kulturveranstaltungen mit überregionaler Bedeutung; Veranstaltungen müssen in die Veranstaltungsdatenbank eingegeben sein
Einbindung der Veranstaltungssuche auf der eigenen Website	einmalig 100,- Euro	iFrame (Formatierung der Farben, Schrift und Kategorien zur individuellen Anpassung)

- Tagungsportal www.tagen-in-potsdam.de: Tagungshotels, Tagungsstätten und Eventlocations können einen Eintrag im Tagungsportal www.tagen-in-potsdam.de buchen. Die Erstellung eines Eintrags kostet einmalig 200,- Euro. Der Eintrag wird parallel auf der Website www.tagen-in-brandenburg.de geschaltet. Ab dem jeweils nachfolgenden Jahr wird eine Marketingpauschale von 150,- Euro pro Jahr für alle Seiten erhoben. Zudem kann ein „Sponsored Eintrag“ gebucht werden. Diese Einträge erscheinen auf den vorderen Positionen in der Trefferliste und kosten

zusätzlich 300,- Euro pro Jahr. Über ein Redaktionssystem können die Daten von den Leistungsträgern jederzeit selbst gepflegt werden. Einträge im englischsprachigen Tagungsportal www.mice-potsdam.com werden mit einmalig 100,- Euro berechnet, inkl. Übersetzung der vorhandenen Daten.

- IT-Beratungsdienstleistungen werden zu einem Tagessatz von 500,- Euro angeboten (Konzepte für Websites, Analyse bestehender Websites, Expertisen/ Machbarkeitsanalysen, IT-Beratung)

Spezielle Anfragen, z.B. zur Bündelung mehrerer Maßnahmen, können jederzeit an Jan Hoffmann gerichtet werden.

Weitere Beteiligungsmöglichkeiten werden im Laufe des Jahres bekannt gegeben, z. B. über den Potsdam-Ticker.

Ansprechpartner: Jan Hoffmann, Tel.: 0331-298 73 70,
E-Mail: jan.hoffmann@potsdamtourismus.de

15.7 Onlinedarstellung/-buchbarkeit des Informations- und Reservierungssystem (IRS)

Die Online-Buchung für Beherbergungsbetriebe und sonstige touristische Leistungsträger für den Potsdam Tourismus Service findet auf der zentralen Potsdam-Website www.potsdamtourismus.de sowie rund 20 weiteren regionalen und lokalen Tourismuswebsites in Brandenburg statt. Die durchschnittlichen Zugriffszahlen auf die PTS Onlinebuchung liegen monatlich bei rund 20.000 bis 30.000 Nutzern.

Das Angebotsspektrum für die Online-Buchung umfasst hierbei Leistungen aus dem Übernachtungsbereich und von Pauschalangeboten.

Folgende Varianten – unterschieden nach Umfang, Funktionalität und Buchungsweg – stehen zur Auswahl:

- Kontingentbuchung über alle Vertriebswege (mit eigenständiger Kontingentpflege durch den Leistungsanbieter über Onlinezugang)

- Buchungsanfragen, die von der PTS zur Bestätigung an den Leistungsanbieter weitergeleitet werden (i.d.R. mit Verfügbarkeitspflege durch den Leistungsanbieter über Onlinezugang)

Der Grundeintrag für die Online-Buchung für selbstpflegende Anbieter ist kostenfrei.

Erweiterte Darstellung für Anbieter

Hier kann zusätzlich die Angabe der Internetseite und der E-Mail-Adresse zum eigenen Unternehmen ergänzt werden: Die Kosten pro Jahr betragen bis zu acht Betten 50,- €, bis zu 50 Betten 150,- €, über 50 Betten 300,- €.

Darstellung in der englischen Online-Buchung

Für eine internationale Vermarktung können Anbieter auch über www.potsdam-tourism.com dargestellt und gebucht werden. Hierzu müssen Teile der Stammdaten sowie die Leistungsangebote professionell übersetzt werden. Der PTS bietet dies pauschal für einmalig 100,- € an.

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

Ansprechpartner:

René Heise, Tel. 03 31-2 98 73 12

E-Mail: rene.heise@reiseland-brandenburg.de

16 Leistungspakete

Über die einzelnen Marketingaktivitäten hinaus, bietet der Potsdam Tourismus Service allen Leistungsträgern die Möglichkeit, für die folgenden Bereiche Pakete zu bestellen und teilweise damit Kosten einzusparen. Die ausgewiesenen Rabattierungen kommen jedoch nur zum Tragen, wenn die Paketleistungen in einer Gesamtbestellung beauftragt werden.

16.1 Internet-Pakete

Paket Erlebnis

Leistungen:

- Login für die Veranstaltungsdatenbank zur Eingabe von Events und Darstellung im Veranstaltungskalender
 - vier Veranstaltungstipps unter der Rubrik „Aktuelle Tipps“ (Laufzeit je 2 Wochen)
 - Eintrag in die Ausflugsdatenbank
 - Artikel auf der Homepage (Laufzeit 2 Wochen)
 - Artikel auf einer Unterseite der Rubrik „Potsdam erleben“
 - Artikel im Potsdam Reise-Newsletter
 - Beitrag im Reiseland Brandenburg Blog (blog.reiseland-brandenburg.de)
- Preis: 500,- Euro pro Jahr zzgl. MwSt. (entspricht 20 % Rabatt gegenüber Einzelbestellung)

Paket „Übernachtung“*

Leistungen:

- Artikel unter der Rubrik „Unterkünfte/Tipps“ (Hotels/Pensionen/Ferienwohnung/-haus)
- Artikel unter der Rubrik „Reiseangebote“ z.B. Preisspecials, Feiertagsangebote, Wochenendangebote etc., für insgesamt 24 Monate (bspw. 4 Angebote á 6 Monate oder 2 Angebote á 6 Monate und 1 Angebot á 12 Monate)
- Artikel auf der Homepage (Laufzeit 2 Wochen)
- Artikel im Potsdam Reise-Newsletter

Preis: 500,- Euro pro Jahr zzgl. MwSt. (entspricht 20% Rabatt gegenüber Einzelbestellung)

* Voraussetzung für das Paket Übernachtung ist die Buchbarkeit der Übernachtungsleistungen über das Informations- und Reservierungssystem des Landes Brandenburg

16.2 Versandservice – Versendung von Werbeflyern

Beilage von Flyern im Rahmen des Versandes von PTS-Informationsmaterial (Infopakete Potsdam), die über die Internet-Prospektbestellung, per Telefon, per E-Mail, per Post/ Fax eingehen. Die Preise für den Beilagenversand für das Inland richten sich nach Laufzeit, Menge, Gewicht und der jeweiligen aktuellen Auslastung sowie der thematischen Ausrichtung des Informationspaketes. (Preise auf Anfrage)

16.3 Prospekt-Auslageservice in den Tourist-Informationen

Das Informationsmaterial (Prospekte) wird durch den Potsdam Tourismus Service (nachfolgend PTS) in den Prospektfächern der Tourist-Informationen im vereinbarten Zeitraum während der jeweiligen Öffnungszeiten der Tourist Informationen zur unentgeltlichen Mitnahme für die Gäste zur Verfügung gestellt.

Vom Land Brandenburg oder der Stadt Potsdam geförderte Kulturträger sind von der Erhebung der Mietgebühren ausgeschlossen. Entsprechende Programm- bzw. Werbeflyer werden in gesonderten Prospektauslagen bei Platzverfügbarkeit platziert.

Die Besucher der Tourist Informationen Potsdam erhalten die Möglichkeit, die Prospekte innerhalb der jeweiligen Öffnungszeiten (s.u.) ohne Mengengrenzung mitzunehmen.

Eine Abnahme des Infomaterials durch die Besucher kann nicht garantiert werden.

Die Platzierung der Flyer wird nach organisatorischen Gesichtspunkten bzw. nach bestehenden Auslagemöglichkeiten durch die Tourist-Informationen Mitarbeiter festgelegt. Besondere Wünsche können hierbei nicht berücksichtigt werden.

Ein Rechtsanspruch auf Annahme des Auslageauftrags besteht nicht. Die Vermietung erfolgt nach Verfügbarkeit freier Prospektfächer.

Der PTS empfiehlt die Bereitstellung eines laminierten Titelblattes als Platzhalter für den Fall, dass alle Prospekte vorübergehend vergriffen sind.

Die Abmessung des Prospektes sollte DIN-Lang sein. (Andere Formate sind nur nach Absprache möglich)

Die Belieferung an die Tourist-Informationen ist durch den Auftraggeber selbst sicher zu stellen. Eine Erstausstattung in Höhe von ca. 300 Stück ist unaufgefordert bis spätestens einer Woche vor Vertragsbeginn zu erbringen, um einen pünktlichen Beginn der Auslage zu gewährleisten. Über erforderliche Nachlieferungen erhält der Anbieter eine Information durch die Mitarbeiter der jeweiligen Tourist-Informationen.

Beteiligungskosten* in der Tourist-Information im Hauptbahnhof (Hbf):

Prospekt DIN lang/A5/A6 in Einzelbelegung

Paket 1: Mietdauer ab 3 Monate à 95,00€/Monat* - ab 2 Fächer 85,00€ je Fach/Monat

Paket 2: Mietdauer ab 6 Monate à 75,00€/Monat* - ab 2 Fächer 60,00€ je Fach/Monat

Paket 3: Mietdauer ab 12 Monate à 55,00€/Monat* - ab 2 Fächer 45,00€ je Fach/Monat

Prospekt DIN A4 in Einzelbelegung

Paket 1: Mietdauer ab 3 Monate à 125,00 €/Monat

Paket 2: Mietdauer ab 6 Monate à 105,00 €/Monat

Paket 3: Mietdauer ab 12 Monate à 85,00 €/Monat*

Beteiligungskosten* in der Tourist-Information Brandenburger Straße (BBS):

Prospekt DIN lang/A5/A6 in Einzelbelegung

Paket 1: Mietdauer ab 3 Monate à 45,00€/Monat* - ab 2 Fächer 35,00€ je Fach/Monat*

Paket 2: Mietdauer ab 6 Monate à 40,00€/Monat* - ab 2 Fächer 30,00€ je Fach/Monat*

Paket 3: Mietdauer ab 12 Monate à 35,00€/Monat* - ab 2 Fächer 25,00€ je Fach/Monat*

Prospekt DIN A4 in Einzelbelegung

Paket 1: Mietdauer ab 3 Monate à 75,00 €/Monat*

Paket 2: Mietdauer ab 6 Monate à 70,00 €/Monat*

Paket 3: Mietdauer ab 12 Monate à 65,00 €/Monat*

Beteiligungskosten* in der TI Hbf + TI BBS:

Prospekt DIN lang/A5/A6 in Einzelbelegung

Paket 1: Mietdauer ab 3 Monate à 115,00€/Monat* - ab 2 Fächer 100,00€ je Fach/Monat*

Paket 2: Mietdauer ab 6 Monate à 95,00€/Monat* - ab 2 Fächer 80,00€ je Fach/Monat*

Paket 3: Mietdauer ab 12 Monate à 75,00€/Monat* - ab 2 Fächer 60,00€ je Fach/Monat*

Prospekt DIN A4 in Einzelbelegung

Paket 1: Mietdauer ab 3 Monate à 155,00 €/Monat*

Paket 2: Mietdauer ab 6 Monate à 135,00 €/Monat*

Paket 3: Mietdauer ab 12 Monate à 115,00 €/Monat*

*Alle Preise zzgl. der jeweils gültigen gesetzlichen MwSt. und für Prospekt DIN lang in Einzelbelegung und zum Vorteilspreis bei Anmietung ab 2 Fächer pro Tourist Information

17 Tourismusinitiativen im Land Brandenburg

17.1 Die touristischen Netzwerke

Das **Netzwerk „Tagung/MICE“** ist von der geförderten Phase in die selbständig finanzierte Phase eingetreten. Entsprechendes gilt für das **Netzwerk „Aktiv in der Natur“**, das diesen Weg bereits seit 2013 sehr erfolgreich geht. Hauptaufgabe der Netzwerke ist es, die brandenburgische Tourismuswirtschaft durch Bündelung von Knowhow und Finanzen zu stärken.

Die TMB hat die administrative Leitung des **Netzwerkes „Gesundheits- und Wellness-tourismus“**. Träger ist der VBT e.V. Eine Verlängerung der Förderung im Rahmen des Bund-Länder-Programms „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) bis 2017 wurde bewilligt.

Potsdam ist Mitglied im Netzwerk Tagung/MICE und „Aktiv in der Natur“.

17.2 NETZWERK MICE Brandenburg

Das Netzwerk MICE Brandenburg (Meetings-Incentives-Conventions-Events) versteht sich als Premiumpartner für das Thema „Tagen in Brandenburg“. Die teilnehmenden Partner erzielen einen strategischen Marktvorteil gegenüber den anderen Dienstleistern im Land und nutzen die sich daraus resultierenden Synergieeffekte.

Das Netzwerk entstand 2008 und wurde durch Mittel aus der GRW-Förderung unterstützt. Seit dem 1.05.2014 arbeitet es ohne Förderung eigenständig weiter.

Das Netzwerk organisiert sich in Arbeitsgruppen. Träger sind die Vorstandsmitglieder des VBT e.V. (Vereinigung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft). Die Themenschwerpunkte des Netzwerkes werden in drei Arbeitsgemeinschaften detailliert bearbeitet:

- Marketing
- Events/ interne Treffen/ Messen und Versammlungen
- Innovationen/ Technik/ Vertrieb

Das Netzwerk ist offen für neue Mitglieder, die aus unterschiedlichsten touristischen Bereichen stammen können. Es sind derzeit über 30 Partner Mitglied.

Kosten: auf Anfrage

Überblick der Netzwerkpartner unter:

<http://www.tagen-in-brandenburg.de/premiumpartner.html>

Ansprechpartner TMB: Nannette Neitzel, Netzwerkkoordinatorin, Tel. 03 31-2 98 73 200,
nannette.neitzel@reiseland-brandenburg.de

17.3 NETZWERK „AKTIV IN DER NATUR“

Die Reiseregionen Brandenburgs setzen sich im Netzwerk „Aktiv in der Natur“ für touristische Themen wie Rad-, Wasser- und Wandertourismus ein. Die Interessengemeinschaft ist als Sparte des Landestourismusverbandes Brandenburg e.V. organisiert.

Maßnahmenplanung 2015:

- Qualitätsentwicklung und Monitoring im Radtourismus (Überprüfung der „Qualitätsradrouten“ und weiterer Rad(fern)wege gemäß ADFC-Kriterien)
- Weiterentwicklung von regionalen Radtouren und Tagestouren (Entwicklung gemeinsamer, brandenburgweiter Standards und Services)
- Darstellung von radtouristischen Angeboten und Präsentation des Landes auf der Messe „VELO Berlin 2015“ (21.-22.03.2015)
- Zertifizierung von Wanderwegen nach Kriterien des Deutschen Wanderverbandes e.V.
- 66-Seen-Wanderweg: weitere Produkt- und Qualitätsentwicklung und gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen der Anrainer (u.a. Herausgabe Flyer und Relaunch Internetauftritt)
- Neuauflage der Revierkarten für Brandenburgs Wassersportregionen („Havel-Elbe“, „Oder-Havel“ und „Dahme-Spree“)

Die Finanzierung und Durchführung der aufgeführten Maßnahmen ist abhängig vom Votum der Mitglieder des Netzwerks „Aktiv in der Natur“ und der Kofinanzierung durch weitere Partner.

Kontakt: Landestourismusverband Brandenburg e. V.
c/o Tourismusverband Ruppiner Seenland e. V.

Kostja Gosau
gosau@ruppiner-reiseland.de

17.4 Das Cluster Tourismus

In der gemeinsamen Innovationsstrategie innoBB haben sich die Länder Berlin und Brandenburg auf Schwerpunkte (Cluster) für die wirtschafts- und innovationspolitische Ausrichtung verständigt. Das Land Brandenburg hat diese Strategie mit der innoBBplus um eigenständige Themenfelder ergänzt. Ziel dieser Strategien ist es, die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen durch Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu erhöhen, um die Wertschöpfung und Beschäftigung sowie die Attraktivität der Region zu steigern. Der Brandenburgische Tourismus ist Teil dieser Strategie.

Innerhalb des Clusterprozesses, der durch das Clustermanagement Tourismus bei der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH seit dem 1. Oktober 2012 initiiert und koordiniert wird, werden allen Akteuren der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft verschiedene Beteiligungs- und Unterstützungsleistungen angeboten.

Aktuelle Informationen dazu finden Sie unter: www.tourismuswirtschaft-brandenburg.de
oder direkt unter:

CLUSTERMANAGEMENT TOURISMUS
c/o Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
Am Neuen Markt 1, 14467 Potsdam
Tel. 0331-29873 570
cluster-tourismus@reiseland-brandenburg.de

17.5 Interkommunale Zusammenarbeit WIR

Als eine interkommunale Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Wassertourismus wurde die Wassertourismusinitiative Potsdamer- und Brandenburger Havelseen im Jahre 2006 gegründet. Mitglieder der WIR-Initiative sind folgende Städte und Gemeinden: Potsdam, Brandenburg an der Havel, Werder (Havel), Ketzin und die Gemeinden Schwielowsee, Kloster Lehnin und Groß Kreutz. Durch die Zusammenarbeit in der WIR-Initiative soll die

Entwicklung des Wassertourismus im Revier der Potsdamer- und Brandenburger Havelseen gefördert werden. Die Abstimmung der infrastrukturellen Entwicklung, die Weiterentwicklung des Internetauftritts www.potsdamer-brandenburger-havelseen.de, die Herausgabe von Printprodukten mit wasserspezifischem Inhalt sowie Messeauftritte und Pressearbeit gehören zu den Aktivitäten der Initiative. Für 2015 wird eine Kampagne zum Thema „Parks und Gärten“ anlässlich der BUGA in der Havelregion erarbeitet.

Ansprechpartner: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Wirtschaftsförderung
Stefan Frerichs, Tel.: 0331-289 28 20
E-Mail: stefan.frerichs@potsdam.de

17.6 „ServiceQualität Deutschland“ in Brandenburg

Das Qualitätsmanagementprogramm „ServiceQualität Deutschland“ bietet die Möglichkeit, Dienstleistungsqualität mit einfachen Instrumenten und geringen Kosten zu prüfen, zu sichern und zielgerichtet zu optimieren. Gleichzeitig wird die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren verbessert. Teilnehmen können alle Dienstleistungsbetriebe rund um die touristische Servicekette wie Tourismusorganisationen, Betriebe in Hotellerie, Gastronomie, Camping, Freizeit, Kultur, aber auch Einzelhandel, Arztpraxen, Banken, Versicherungen, Taxiunternehmen usw.. Seit April 2010 wenden alle Bundesländer das gleiche dreistufige System an. Über 24.500 Qualitäts-Coaches sind deutschlandweit ausgebildet, ca. 4.050 Unternehmen sind zertifiziert – davon 371 Betriebe allein in Brandenburg (Stand Dezember 2014). Damit ist „ServiceQualität Deutschland“ das führende Qualitätssymbol im touristischen Dienstleistungsbereich. Bei der Tourismusakademie Brandenburg sind alle Medien im neuen Corporate Design der Dachmarke „ServiceQualität Deutschland“ erhältlich (Flyer, Gästeinformation, Urkunde, Plakette, Aufkleber, Aufsteller, Internetauftritt).

Beispiele für die Zusammenarbeit mit den anderen Bundesländern sind:

- einheitliche Seminar- und Zertifizierungsabläufe
- länderübergreifende Anerkennung der QualitätsCoach/Trainer-Zertifikate
- ein gemeinsames stufenübergreifendes Online-Tool
- eine Internet-Datenbank aller Q-Betriebe und Q-Gemeinschaften auf www.q-deutschland.de
- gemeinsamer Newsletter „ServiceNews“ (erscheint vierteljährlich)

- gemeinsame Weiterentwicklung des Systems

Auch für Reiseveranstalter gewinnt das Q zunehmend an Bedeutung. Immer größer wird der Einfluss auf Hardwareklassifizierungen/-zertifizierungen, denn ein Q-Betrieb erhält z.B. Pluspunkte bei der DTV-Sterne-Bewertung für Ferienhäuser/Ferienwohnungen und Pluspunkte bei der Deutschen Hotelklassifizierung. Der europäische Dachverband der Hotels, Restaurants und Cafés (HOTREC) zeichnete das deutsche System aus. Somit können Q-Betriebe auch mit dem europäischen Q werben.

Stufe I: Einstieg in das Qualitätsmanagementsystem

Die Stufe I konzentriert sich auf die Qualitätsentwicklung. Im Fokus stehen Servicequalität und kontinuierliche Verbesserung und Kontrolle der innerbetrieblichen Prozesse. Die Teilnahme hilft Kosten sparen, denn mithilfe der im Seminar vorgestellten Instrumente werden betriebliche Abläufe durchleuchtet und systematisch Schwachstellen aufgedeckt. Optimierte Arbeitsabläufe, klare Regelungen und weniger Zeitaufwand für Routinetätigkeiten führen zu mehr Effizienz. Nach Prüfung des Antrages wird dem Unternehmen die Stufe I für drei Jahre zuerkannt. Dies signalisiert dem Gast, dass sich der Betrieb um die Verbesserung der Servicequalität bemüht.

Stand Dezember 2014 in Brandenburg: Seit 2003 konnten über 2.828 Touristiker zum QualitätsCoach ausgebildet werden. Mehr als 330 touristische Betriebe und Einrichtungen sind derzeit mit „ServiceQualität Deutschland“ Stufe I zertifiziert.

Beteiligungsmöglichkeit – Der Weg zu „ServiceQualität Deutschland“ Stufe I:

1. Schritt: Ausbildung zum QualitätsCoach

Leistungen: 1,5-tägiges Seminar (inkl. Seminarunterlagen, Leitfaden, CD-ROM, Tagungsgetränke, persönliches Qualitäts-Coach-Zertifikat)

Kosten: 255 €* durch Unterstützung des Landes (statt 295 €*) bei mindestens 10 Teilnehmern

Termine: www.tourismusakademie-brandenburg.de

2. Schritt: Zertifizierung des Betriebes (für drei Jahre)

Leistungen: Online-Tool, Antragsprüfung, Urkunde, Plakette, Werbemittel, Kennzeichnung in diversen Verzeichnissen, Eintrag in deutschlandweiter Datenbank

Kosten: Die Zertifizierungskosten des Betriebes für 3 Jahre sind abhängig von der Anzahl der Mitarbeiter (MA) und reduzieren sich durch Unterstützung des Landes Brandenburg auf:

- 250 €* (statt 295 €*) für Betriebe mit 1-5 MA,
- 325 €* (statt 395 €*) bei 6-20 MA und
- 400 €* (statt 495 €*) ab 21 MA.

* Alle Preise zzgl. MwSt.

Stufe II: Die Qualität umfassend überprüfen

Ist Stufe I erreicht, kann Stufe II angestrebt werden. Im Mittelpunkt stehen Qualitätssicherung und Verbesserung der Führungsqualität. Die Verfahrensweise ist ähnlich der Stufe I, wird aber ergänzt durch intensivere Maßnahmen wie den Einsatz einer Mystery-Person zur externen Überprüfung des Betriebes und den systematischen Befragungen von Kunden, Führungskräften und Mitarbeitern. Die erneute Dokumentation der Maßnahmen führt zur Verleihung der Stufe II, die dem Gast zeigt, dass der Betrieb bereits seit längerer Zeit Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung ergreift, die von der Prüfstelle anerkannt wurden.

Stand Dezember 2014 in Brandenburg: 192 Touristiker wurden in siebzehn Seminaren zu Qualitäts-Trainern ausgebildet. 31 Betriebe sind derzeit mit der Stufe II ausgezeichnet.

Beteiligungsmöglichkeit – Der Weg zu „ServiceQualität Deutschland“ Stufe II:

1. Schritt: Ausbildung zum QualitätsTrainer

Teilnehmer: zertifizierte Betriebe der Stufe I

Leistungen: 1,5-tägiges Seminar (inkl. Seminarunterlagen, Leitfaden, Tagungsgetränke, persönliches Qualitäts-Trainer-Zertifikat)

Kosten: 255 €* durch Unterstützung des Landes (statt 295 €*) bei mindestens 10 Teilnehmern

2. Schritt: Zertifizierung des Betriebes (für drei Jahre)

Leistungen: Online-Tool, Auswertung von Stärken-Schwächen-Profil sowie Kunden-, Führungskräfte-, Mitarbeiterbefragung, Mystery-Check, deutschlandweites Benchmarking, Durchführung Mystery-Check (ohne Reisekosten), Auswertungsbericht, Urkunde, Plakette, Werbemittel, Kennzeichnung, Eintrag in Datenbank

Kosten: 795 €* oder 945 €* je nach Branche

*** Alle Preise zzgl. MwSt.**

Stufe III: Umfassendes Qualitätsmanagement-System

Anerkannte und akzeptierte Qualitätsmanagementsysteme (QMS) und -ansätze bilden die Grundlage für ServiceQualität Deutschland Stufe III. Betriebe, die zum Beispiel mit einem gelebten QMS auf einem EFQM-Ansatz oder nach der DIN EN ISO 9001 zertifizierten System gute Erfahrungen gemacht haben, können bei ServiceQualität Deutschland zukünftig direkt in die Stufe III einsteigen. Durch den Nachweis eines zusätzlichen Blicks auf die ServiceQualität werden verschiedene QMS künftig bei SQD Stufe III anerkannt.

1. Zertifizierung neuer Betriebe (für 3 Jahre)

Sie haben bereits ein Qualitätsmanagement-System (QMS)

- Einreichung Ihres Nachweises über ein QMS
- Durchführung der SQD ServiceQuellenAnalyse

Wir begleiten Sie gerne

- Einführung eines QMS mit Hilfe von SQD-Beratern
- Audit durch ein bei der DAkkS akkreditiertes Zertifizierungsunternehmen
- Durchführung der SQD ServiceQuellenAnalyse

Kosten: auf Anfrage

2. Re-Zertifizierung bereits beteiligter Betriebe (für 3 Jahre)

Leistungen: Online-Tool, Auswertung SWOT-Analyse, Ziel- und Kennzahlenfestlegung, ServiceQuellenAnalyse, Kunden-, Mitarbeiter- und Führungskräftebefragung, Team- und Qualitätsversprechen – Nachhaltigkeitsbewusstsein, interne Audits, Gestaltung von Serviceabläufen, Auswertungsbericht, Urkunde, Plakette, Werbemittel, Kennzeichnung, Eintrag in Datenbank, Zertifikat, Nachbetreuung und ein Audittag

Kosten: Zertifizierung 3.950 € zzgl. MwSt.

Aktuelle Themen der Tourismusakademie Brandenburg

Die TAB bietet weitere Qualifizierungen an: z. B. Beschwerdemanagement, Controlling, E-Mails und Newsletter als Marketinginstrument nutzen, Kundenverblüffung, Online-Marketing, Mitarbeitermotivation, Reiserecht, Sattelfeste Gastgeber, Schreibwerkstatt, Social Media inkl. rechtlichem Streifzug, Spitzenleistung mit Spitzenleistern, Storytelling im Film, Telefontraining.

Die öffentlichen Termine sind unter www.tourismusakademie-brandenburg.de einsehbar.

Exklusive Seminare und Inhouse-Seminare

Alle Seminarangebote der Tourismusakademie werden auch exklusiv für einen bestimmten Teilnehmerkreis oder als Inhouse-Seminar für die Mitarbeiter eines Betriebes konzipiert. Termine und Preise auf Anfrage. Ansprechpartner: TAB, Karola Borchert, Tel. 03 31-2 98 73 785 karola.borchert@tourismusakademie-brandenburg.de

17.7 Barrierefreier Tourismus

Die Tourismusakademie Brandenburg veranstaltet bedarfsgerechte Qualifizierungen, Seminare und Workshops rund um das Thema „Barrierefreier Tourismus“. Alle Schulungen befassen sich mit der immer größer werdenden Gruppe von älteren Gästen, Gästen mit Mobilitäts- und Sinneseinschränkungen, Lernschwierigkeiten/„geistiger Behinderung“ sowie mit Allergien und speziellem Ernährungsbedarf. Die Veranstaltungen helfen den Betrieben, ihre Servicequalität für diese Gästegruppen zu verbessern und ihre Angebote weiterzuentwickeln.

Seminare und Workshop zum Thema „Barrierefreier Tourismus“

Dauer: eintägige Veranstaltung

Inhalte: barrierefreier Tourismus in Brandenburg, Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen, Markt und Trends im barrierefreien Tourismus, die touristische Servicekette, praktische Übungen und vertiefende Themen wie z.B. zielgruppengerechtes Marketing, Gäste mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten, Leichte Sprache, demografischer Wandel und Tourismus etc.

Kosten: 135,- € zzgl. MwSt.
Ort: im ganzen Land Brandenburg
Termine: kontinuierlich
Exklusivseminare auf Anfrage möglich

Weiterhin besteht für touristische Leistungsträger die Möglichkeit, barrierefreie Angebote in den PTS-Printprodukten und der Internetseite www.potsdamtourismus.de sowie detailliert auf www.barrierefrei-brandenburg.de darstellen zu lassen. Voraussetzung dafür ist eine Erhebung des Angebotes vor Ort. Die Kosten für einen drei Jahre gültigen Eintrag betragen 50€ zzgl. MwSt.

Weitere Informationen: [www.tourismusakademie-brandenburg](http://www.tourismusakademie-brandenburg.de)

Ansprechpartner: Kerstin Lehmann, Tel. 03 31-2 98 73 786
Doreen Ludwig, Tel. 03 31-2 98 73 787
kerstin.lehmann@reiseland-brandenburg.de
doreen.ludwig@reiseland-brandenburg.de

18 Impressum

Herausgeber:

Potsdam Tourismus Service

der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

als Dienstleister der Landeshauptstadt Potsdam

Mit freundlicher Unterstützung der Landeshauptstadt Potsdam/ Bereich
Wirtschaftsförderung.

Kabinetthaus - Am Neuen Markt 1

14467 Potsdam

Tel. 0331 – 27 55 88 99

Fax 0331 – 27 55 879

E-Mail: tourismus-service@potsdam.de

Internet: www.potsdamtourismus.de

Redaktion:

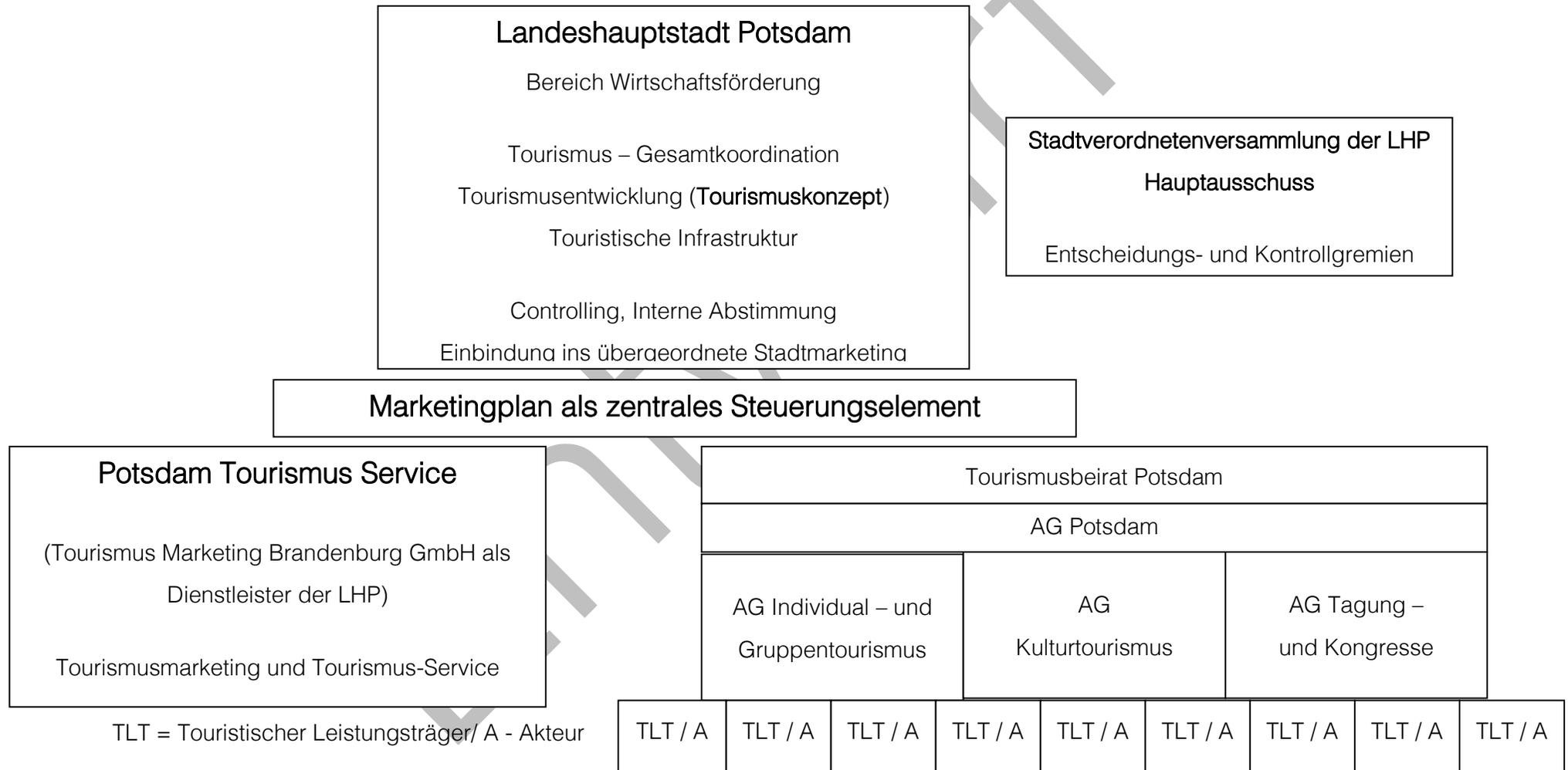
Potsdam Tourismus Service der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH mit
Landeshauptstadt Potsdam

Arbeitsstand: Oktober 2014

Redaktionsschluss: offen

Anhang

I Organigramm Organisation des Tourismus in Potsdam



II Vertriebswege des PTS

Für den Vertrieb der bestehenden Produktlinien bzw. der touristischen Angebote Potsdams stützt sich der PTS auf die folgenden Vertriebswege:

- Informations- und Vermittlungsservice des PTS
- Tourist-Information Brandenburger Straße
- Tourist-Information im Hauptbahnhof in Kooperation mit der Weissen Flotte
- Tourist-Information des Landes Brandenburg im Flughafen Schönefeld
- Infostores VisitBerlin
- PTS-Internetauftritte
- TMB-Internetauftritte
- offizielle Homepage der Landeshauptstadt Potsdam
- Messeauftritte, Promotionveranstaltungen, Events
- Fachmessen und Workshops
- Werbung, Anzeigen
- Medienarbeit
- Netzwerk MICE
- visitBerlin
- nationale touristische Partner wie Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), Historic Highlights of Germany e. V. (HHoG), UNESCO Welterbestätten e. V.
- TMB - Informations- und Buchungsservice
- „Punkt 3“ Verlag

III Kooperationen

Der Potsdam Tourismus Service arbeitet im Rahmen von Kooperationen kontinuierlich mit den touristischen Partnern zusammen. Die Kooperationen werden auf unterschiedliche Weise eingegangen und genutzt:

- über **Mitgliedschaften** (Deutscher Tourismusverband, Deutsche Zentrale für Tourismus, UNESCO Welterbestätten e. V., Historic Highlights of Germany e. V., Oranjeroute, R.D.A. Internationaler Bustouristik e. V., AG Innenstadt, „W.I.R.“ - Wassertourismusinitiative Revier Potsdamer und Brandenburger Havelseen, AG Städte mit historischen Stadtkernen)
- im Rahmen von **Partnerschaften/ Geschäftsbeziehungen** (z. B. Tourismusverband Potsdam Havelland e. V., Hotel- und Gaststättenverband Potsdamer Kulturlandschaft, ERFA-Gruppe, Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg und Partner aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie, Kultur und Einzelhandel sowie Reiseveranstalter wie Ameropa, REWE Touristik etc.)

Der Potsdam Tourismus Service ist offen für eine Zusammenarbeit mit allen Akteuren im Tourismus.

IV Auswahl Veranstaltungen 2015 (alle Termine und Titel unter Vorbehalt)

01. Januar	Neujahrskonzert mit dem Brandenburgischen Staatsorchester (Nikolaisaal)
15. Januar - 1. Februar	Made in Potsdam in der fabrik Potsdam
25. April-03. Mai	Baumblütenfest, Werder
22.-26. April	Sehsüchte – Internationales Studentenfilmfest, Thalia Arthouse Kinos
Mai-Sept.	Mondnacht am Belvedere auf dem Pfingstberg
3. Mai	Tag der offenen Ateliers (LHP, FB Kultur)
27. Mai-07. Juni	25. Potsdamer Tanztage
30./31. Mai	Potsdamer Antik-Meile
Juni-August	Nächtliche Schlösserimpressionen
06. Juni	UNESCO Welterbetag
07. Juni	11. Schlösserlauf
12.-28. Juni	Musikfestspiele Potsdam Sanssouci 2015 – „Musik und Gärten“
21. Juni	Fête de la Musique
03.-05. Juli	Stadtwerke-Festival
03.-05. Juli	Literaturfestival „Lit:Potsdam“
11./12. Juli	Stadt für eine Nacht, Erlebnisquartier Schiffbauergasse (LHP, FB Kultur)
17./18. Juli	Potsdamer Feuerwerksinfonie
25. Juli	Potsdamer Erlebnismacht
08. August	Lange Babelsberger Filmparknacht
14. August	Vorabendkonzert zur Schlössernacht, Park Sanssouci
15. August	Potsdamer Schlössernacht
05./06. Sep.	Töpfermarkt
11.-13. Sep.	Potsdamer Dreiklang – Jazz im historischen Denkmal (LHP, FB Kultur)
26./27. Sep.	Potsdamer Antik-Meile
24.-31. Okt.	Horrornächte Im Filmpark
03.-07. Nov.	UNIDRAM, Internationales Theaterfestival in Potsdam
20./21./ 26.-28. Nov.	Potsdamer Winteroper
Nov./ Dez.	diverse Weihnachtsmärkte

V Beteiligungsmaßnahmen auf einen Blick

Marketingmaßnahme	Zielgruppe (Schwerpunkt)						Beteiligung/Kosten (zzgl. MwSt.)	Termin	Seite	
	Presse	Reisebranche	Individualreisende	Übernachtungsgäste	Tagestouristen	Gruppen				
Print							redaktionelle Einträge	Anzeigen	Erscheinungstermin	
Potsdam-Katalog "Zu Gast in Potsdam" 2015 / 2016	X		X	X	X	X	PTS: Preise ab Juni 2015	über Runze & Casper	Jan 15 / Nov 15	31
Broschüre "Potsdam A-Z" (inkl. Stadtplan) 2015	X	X	X	X	X	X	PTS: ab 220,00 €	über Kontur	Mrz 15	32
Arrangement-Flyer "Potsdam-Specials" 2015			X	X			PTS: 200,00 €; für Hotels	über den PTS	Jan 15	33
Sales Guide Gruppenreisen 2017/18		X				X	PTS: Preise Anfang 2015	über Runze & Casper	Juni 2015	34
Potsdam & Berlin Welcome Card 2015			X	X	X		PTS: 0,00 € - 1020,00 €		Dez 14	35
Messen/Promotions							Beteiligung	Prospektservice	Messtermin	
ITB Berlin 2015	X	X	X	X	X	X	ca. 2.750,00 €	200,00 €	04. - 08.03.2015	47
CMT Stuttgart 2015	X	X	X	X	X	X	ca. 1900;00 €	160,00 €	17.-25.01.2015	46
REISEN Hamburg 2015	X	X	X	X		X	ca. 1.800,00 €	160,00 €	04. - 08.02.2015	46
Brandenburgischer Reisemarkt 2015	X		X		X	X	ab 305,00 €		28.03. und 26.09.2015	47
Berliner Reisemesse in Spandau 2015	X		X		X	X	890,00 €		19./20.09.2015	48
Brandenburg Tag in Berlin-Spandau	X		X		X	X	ca. 180,00 €		25.04.2015	48

Marketingmaßnahme	Zielgruppe (Schwerpunkt)						Beteiligung/Kosten (zzgl. MwSt.)	Termin	Seite
	Presse	Reisebranche	Individualreisende	Übernachtungsgäste	Tagestouristen	Gruppen			
Informations- und Reservierungsservice (IRS)									
Teilnahme am landesweiten IRS			X	X		X	Teilnahme kostenlos; 10% Provision für erfolgreiche Vermittlung		
Online-Buchungsmaske auf eigener Website			X	X		X	Einrichtungsgebühr: 50,00 €, pro Buchung 1,00 €		56/57
Belegungsplan			X	X		X	1,00 € pro Vorgang		
Erweiterte Online-Darstellung des Übernachtungsangebotes			X	X		X	bis 8 Betten: 50,00 € /Jahr bis 50 Betten: 150,00 € /Jahr > 50 Betten: 300,00 € /Jahr		70
Internetdarstellungen									
Eintrag in das Potsdam A-Z Landkartensystem	X	X	X	X	X	X	NEU: Eintrag kostenfrei/ Preslect-Eintrag (oberste Platzierung in Suchergebnisliste) 50,- € pro Jahr/ Übernachtungsanbieter 100,00 € pro Jahr		
Kommerzielle Ausflüge in der Tagesausflugsdatenbank	X	X	X	X	X	X	100,00 € pro Jahr		
Artikel direkt auf der www.potsdamtourismus.de	X	X	X	X	X	X	75,00 € pro Woche		
Artikel auf der Seite Potsdam erleben/ Stadtführungen und Stadtrundfahrten	X	X	X	X	X	X	500,00 pro Jahr/ 300,00 € für halbes Jahr		67/68
Artikel auf der Seite Potsdam erleben/ Sehenswertes	X	X	X	X	X	X	250,00 € pro Jahr/ 150,00 € für halbes Jahr		
Artikel auf sonstigen Unterseiten von Potsdam erleben	X	X	X	X	X	X	100,00 € pro Jahr/ 60,00 € für halbes Jahr		
Artikel auf der Seite Essen & Trinken/ Restauranttipps	X	X	X	X	X	X	100,00 € pro Jahr/ 60,00 € für halbes Jahr		

Marketingmaßnahme	Zielgruppe (Schwerpunkt)						Beteiligung/Kosten (zzgl. MwSt.)		Termin	Seite
	Presse	Reisebranche	Individualreisende	Übernachtungsgäste	Tagestouristen	Gruppen				
Internetdarstellungen										
Artikel auf den Seiten Unterkünfte/ Tipps (Hotels, Pensionen, Ferienwohnung/ -haus)	X	X	X	X		X	150,00 € pro Jahr/ 90,00 € für halbes Jahr		Voraussetzung: Buchbarkeit über IRS	68
Artikel auf den Seiten Reise-/Wochenendangebote, Preisspecials			X	X			150,00 € pro Jahr/ 90,00 € für halbes Jahr		Voraussetzung: Buchbarkeit über IRS	
Eintrag von Events in den Veranstaltungskalender	X	X	X	X	X	X	kostenfrei bis max. 10 Events pro Jahr		Datenlieferung via Online-Formular	
Eintrag von Events in den Veranstaltungskalender über einen eigenen Zugang zur Veranstaltungsdatenbank	X	X	X	X	X	X	50,00 € pro Jahr; tägliche Events 1,50 € pro Event; nicht-kommerzielle Veranstaltungen kostenfrei			
Veranstaltungstipp auf der Seite Veranstaltungen/ Aktuelle Tipps	X	X	X	X	X	X	50,00 € pro Monat (Monat = maximale Laufzeit)		Eingabe in Veranstalterdatenbank erforderlich	
Promotionsseite Veranstaltungen/ Jahreshöhepunkte	X	X	X	X	X	X	250,00 € pro Jahr		Eingabe in Veranstalterdatenbank erforderlich	
Einbindung der Veranstaltungssuche auf der eigenen Website	X	X	X	X	X	X	einmalig 100,00 €			
Leistungspakete										
Internet - Erlebnis							500,00 € / Jahr	Leistungsbeschreibung siehe		71
Internet – Übernachtung							500,00 € / Jahr	Leistungsbeschreibung siehe		72
Versandservice							auf Anfrage	Leistungsbeschreibung siehe		72
Prospektauslage in den Tis							ab 25,00 €	Leistungsbeschreibung siehe		73/74

Darstellung der finanziellen Auswirkungen der Mitteilungsvorlage

Betreff: Touristischer Marketingplan 2015

- 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: Förderung des Fremdenverkehrs.

5. Wirkung auf den Ergebnishaushalt:

Angaben in EUro	Ist-Vorjahr	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Gesamt
Ertrag laut Plan		0	0				
Ertrag neu		0	0				
Aufwand laut Plan		1.035.100					
Aufwand neu		1.035.100					
Saldo Ergebnishaushalt laut Plan		-1.035.100					
Saldo Ergebnishaushalt neu		-1.035.100					
Abweichung zum Planansatz		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
Investive Einzahlungen laut Plan								
Investive Einzahlungen neu								
Investive Auszahlungen laut Plan								
Investive Auszahlungen neu								
Saldo Finanzhaushalt laut Plan								
Saldo Finanzhaushalt neu								
Abweichung zum Planansatz								

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

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

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

Anlagen:

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