



Betreff:

öffentlich

Leitbild für die Entwicklung der Landeshauptstadt Potsdam

Erstellungsdatum 25.07.2002

Eingang 02: _____

Geschäftsbereich/FB: Oberbürgermeister

Beratungsfolge:		Empfehlung	Entscheidung
Datum der Sitzung	Gremium		
28.08.2002	Hauptausschuss		

Beschlussvorschlag: Die Stadtverordnetenversammlung möge beschließen:

Entwurf für das Leitbild zur Entwicklung der Landeshauptstadt Potsdam und die vorgeschlagene
Verfahrensweise

Ergebnisse der Vorberatungen
auf der Rückseite

Entscheidungsergebnis

Gremium: _____

Sitzung am: _____

<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mit Stimmen- mehrheit	Ja	Nein	Enthaltung
<input type="checkbox"/> Lt. Beschlussvorschlag		<input type="checkbox"/> Beschluss abgelehnt		
<input type="checkbox"/> abweichender Beschluss DS Nr.:				
<input type="checkbox"/> zurückgestellt		<input type="checkbox"/> zurückgezogen		

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Entscheidungsergebnis:	
Gremium:	
Sitzung am:	
Beratungsergebnis:	
Gremium:	
Sitzung am:	
Beratungsergebnis:	

Finanzielle Auswirkungen?

Ja

Nein

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

ggf. Folgeblätter beifügen

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich I

Geschäftsbereich II

Geschäftsbereich III

Geschäftsbereich IV

Begründung:

1 Situation

Der Stadtverwaltung liegen gegenwärtig mehrere unterschiedliche und sich zum Teil überschneidende Konzepte zur Entwicklung der Landeshauptstadt vor.

Dies sind:

- Die 11 Grundsätze der Stadtentwicklung, Leitlinie der Stadterneuerung (1992)
- Das Leitbild - 13 Grundsätze für das Stadtmarketing (November 1995)
- Das Leitbild für die Wirtschaftsentwicklung und Wirtschaftsförderkonzept der Landeshauptstadt Potsdam (Mai 1998)

Diese Dokumente wurden von der Verwaltung erarbeitet oder in Auftrag gegeben. Dies geschah in demokratischen Prozessen im Ergebnis intensiver Diskussionen mit fachlich und politisch relevanten Gremien und Gruppen in Federführung oder unter Mitwirkung von externen Experten. Grundlage dieser Dokumente waren fundierte Bestandsaufnahmen und Analysen der Stärken und Schwächen der Landeshauptstadt. Die Dokumente wurden sehr umfassend und unter Vernachlässigung von Prioritäten angelegt. Sie haben teilweise an Aktualität verloren und sind nur noch bedingt praktikabel.

Der Entwurf des Leitbildes nimmt die wesentlichen Aussagen dieser Konzepte auf, ebenso die Ergebnisse der wichtigen Potsdamer Foren seit 1999 zur Entwicklung in der Landeshauptstadt und die vom Deutschen Städtetag 2001 verabschiedete Resolution zum Leitbild für die Stadt der Zukunft. Er definiert auf dieser Basis die Grundsätze für die Entwicklung der Landeshauptstadt Potsdam.

2 Ziel und Aufgabe

Der Entwurf des Leitbildes soll im Zusammenhang mit den vom Geschäftsbereich Stadtentwicklung und Bauen vorgelegten Potsdam - Leitlinien der Stadtentwicklung" diskutiert und der Stadtverordnetenversammlung zum Beschluss vorgelegt werden. Leitbild und Leitlinien ergänzen sich: das Leitbild definiert das Ziel, die Leitlinien formulieren den Weg und die Methodik.

Das Leitbild dient nach seinem Beschluss durch die Stadtverordnetenversammlung als Führungsinstrument für Politik und Verwaltung sowie als Richtlinie konzeptionellen und praktischen Handelns. Es ist damit Grundlage weiter führender Konzepte und entsprechender Maßnahmenkataloge zu Schwerpunktbereichen städtischer Handlungsfelder.

3 Verfahrensweise

Dem Hauptausschuss wird folgende Verfahrensweise vorgeschlagen:

- Diskussion des Entwurfs in externen Arbeitskreisen mit der IHK, dem Tourismus-Marketing-Forum und dem Stadtforum

Termin: bis Oktober 2002

- Vorlage des überarbeiteten Entwurfs in der Stadtverordnetenversammlung

Termin: 4. Dezember 2002

Anlage:

Entwurf des Leitbildes

Leitbild für die Entwicklung der Landeshauptstadt Potsdam (Entwurf)

Potsdam - eine Stadt mit Tradition und Zukunft

Das Leitbild - Vision und Führungsinstrument

Die Entwicklung der Landeshauptstadt Potsdam erfordert visionäre und realistische Ziele, zukunftsorientierte Strategien und klare Prioritäten - kurz: ein Leitbild. Das Leitbild ist Grundlage für die Entwicklung der Stadt. Es definiert Ziele und Aufgaben für die wesentlichen Handlungsfelder und ist für die Akteure der städtischen Entwicklung Maßstab und Korrektiv. Es ist für die Politik und die Verwaltung ein wichtiges Führungsinstrument.

Das Leitbild muss untersetzt werden durch spezifische Konzepte mit entsprechenden Maßnahmekatalogen für die wesentlichen Gebiete städtischer Entwicklung. Es erfolgreich umzusetzen, erfordert breiten Konsens aller Handelnden. Dieser Konsens braucht intensive Kommunikation und Koordination. Das Leitbild basiert auf einer sorgfältigen Analyse der Stärken und Schwächen Potsdams. Es ist Ergebnis eines umfangreichen Dialogs mit Organisationen, Verbänden, Unternehmen und der Bürgerschaft. Es berücksichtigt die durch die Verwaltung bisher beauftragten Studien, die Ergebnisse der wichtigen Potsdamer Foren seit 1999 zur Entwicklung in der Landeshauptstadt sowie die vom Deutschen Städtetag 2001 verabschiedete Leipziger Resolution zum Leitbild für die Stadt der Zukunft. Das Leitbild ist nicht starr und auf Dauer festgeschrieben. Es ist das Ergebnis eines Prozesses, und es wird auch künftig prozessorientiert gestaltet. Es wird an der Entwicklung Potsdams und Deutschlands sowie an den europäischen und globalen Veränderungen gemessen und aktualisiert. Das Leitbild gilt zunächst für den Zeitraum bis zum Jahr 2012.

Potsdam - eine Marke mit Alleinstellungsmerkmal

Potsdam ist die Stadt der Schlösser und Gärten, der Medienwirtschaft und der Wissenschaft und Forschung. Die Landeshauptstadt ist den positiven Werten ihrer Traditionen verpflichtet, und sie ist in ihrer Entwicklung auf die Zukunft orientiert. Dazu gehört die offensive und konstruktive Auseinandersetzung mit deren wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Herausforderungen. Potsdams Qualität wird bestimmt durch den Einklang von preußisch geprägtem Weltkulturerbe und zukunftsorientierter Wirtschaft und Wissenschaft, von der Funktion als Landeshauptstadt Brandenburgs und der einzigartigen Lage am Wasser und in der Region der Metropole Berlin. Dieser Einklang begründet Potsdams gegenwärtiges Erscheinungsbild und Potsdams Perspektive. Er ermöglicht die spezifische Potsdamer Lebensqualität, und er ist für Investoren ein starker Anreiz, in zukunftsfähigen Marktsegmenten gut bezahlte Arbeitsplätze mit hoher Wertschöpfung zu schaffen. Ausdruck dieser Qualität und Perspektive ist das klare und unverwechselbare Entwicklungsprofil der Landeshauptstadt Potsdam.

Dieses Profil wird bestimmt durch:

Tradition - das UNESCO-Weltkulturerbe, Preussen, Toleranz, die historische Stadtentwicklung und Denkmalpflege; **I**
nnovation - die Film-, TV- und IT-Wirtschaft, Biotechnologie, Wissenschaft und
 Forschung;
Dynamik - die Metropolregion, das Wachstum der Wirtschaft und der Bevölkerung, die Orientierung auf Europa und Potsdams Integrationsfunktion;

Lebensqualität - Kultur, Bildung, Sport, Wohnen, Wasser, Landschaft, ökologische Orientierung. Diese vier Faktoren bestimmen den Markenkern Potsdams. Sie sind in dieser Kombination gleichzeitig das Alleinstellungsmerkmal der Stadt und der Marke Potsdam. Ihre Ausprägung und Wirkung dominieren Potsdams künftige Entwicklung. Diese marken- und imagebildenden Qualitäten Potsdams zu bewahren und weiter zu entwickeln, ist Grundlage und Bedingung, dass Potsdam im Wettbewerb der Standorte mithalten kann und die mit den formulierten Zielen verbundenen Erfordernisse erfüllt.

Die Marke Potsdam - Merkmale und Exklusivität

Die Einzigartigkeit der Marke Potsdam beruht auf einer Reihe invarianter Einzelfaktoren. Die Schlösser und Gärten begründen als Kern des Potsdamer UNESCO-Weltkulturerbes auch künftig den internationalen Ruf und die Anziehungskraft unserer Stadt. Sie sind und bleiben der entscheidende Magnet für Potsdam als attraktives Tourismusziel und ein wesentlicher Faktor Potsdamer Tradition. Sie bilden einen Maßstab für die städtebauliche Entwicklung der Landeshauptstadt. Die Medienwirtschaft ist mit Babelsberg als Wiege des deutschen Films seit je her ein Teil der Marke Potsdam. Die Entwicklung im traditionellen Babelsberger Studio-Bereich ist stabil. Die Medienstadt Babelsberg ist mit ihrer Vielzahl kreativer Firmen ein renommierter Ort für internationale Filmproduktionen. Sie hat sich darüber hinaus zu einem leistungsfähigen Fernseh-Standort entwickelt.

Aussichtsreich erweitert wird die traditionelle Medienbranche in Potsdam zunehmend durch Unternehmen und Institute der IT- und Software-Wirtschaft. Sie bilden für die Landeshauptstadt ein wichtiges Wirtschafts- und Wachstums-Potenzial, nicht zuletzt durch die Erschließung neuer innovativer Standorte. Die Stadt unterstützt die Potsdamer Medienbranche intensiv. Dazu gehört das Engagement für eine bessere finanzielle Ausstattung der gemeinsamen Filmförderung der Länder Berlin und Brandenburg, für die Einrichtung neuer moderner Studio- und Bürokapazitäten, für einen starken gemeinsamen Landessender für Berlin und Brandenburg sowie für die Ansiedlung leistungsstarker Medienfirmen.

Ein wichtiger Bestandteil des Markenkerns als Wirtschaftsfaktor und als Zukunftspotenzial bildet die Potsdamer Wissenschafts- und Forschungslandschaft. Die Universität Potsdam, die Fachhochschule Potsdam, die Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ und die zahlreichen weltbekannten außeruniversitären Institute machen Potsdam, gemessen an der Zahl der Wissenschaftler und Studenten pro Einwohner, in Deutschland zur Wissenschaftsstadt Nummer Eins. Potsdam ist mit dieser Qualität für Unternehmen, die zum Entwicklungsprofil der Landeshauptstadt passen, ein attraktiver Standort. Durch diese Qualität hat Potsdam besonders für innovative Unternehmen in Zukunftsbranchen starke Anziehungskraft. Die Hochschulen setzen im öffentlichen Leben unserer Stadt wichtige Akzente, sie verkörpern im besonderen Maße Potsdams Zukunft. Es ist wichtig, Studenten für Potsdam zu begeistern und in der Stadt zu halten, Potsdam für Studenten auch als Wohnort attraktiv zu machen und die Hochschulen nach Kräften zu unterstützen.

Die Förderung der Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft ist Teil des zukunftsorientierten Marketings der Stadt. Denn Wirtschaft braucht Wissenschaft, und Wissenschaftsförderung ist Wirtschaftsförderung. Dazu gehört die Unterstützung von Ausgründungen (spin-offs) und die Werbung mit wissenschaftlicher Kompetenz am Standort. Verhandlungen der Stadt mit Investoren belegen, dass eine leistungsstarke Wissenschaftslandschaft einen ebenso hohen Stellenwert hat wie die Standortfaktoren Lage, Wachstum und Lebensqualität. Die Stadt muss sich deshalb permanent dafür einsetzen, dass das Land und der Bund die Ausgaben für Wissenschaft und Forschung mittel- und langfristig erhöhen und dass damit Strukturanpassungen an den Hochschulen verbunden werden. Wertschöpfungsintensive Bereiche wie die Natur- und Ingenieurwissenschaften sowie die Informatik, die Medienwirtschaft und die Informationstechnologie sind hier besonders relevant. Mit deren Ausbau steigen auch die Chancen für Existenzgründungen, die Keimzellen wirtschaftlichen Fortschritts, und für die Entwicklung eines Netzwerks Wissenschaft - Wirtschaft.

Die Marke Potsdam - gelebte Vielfalt und Qualität

Große Bedeutung für die Marke Potsdam haben die differenzierte Ausprägung und die Leistungsfähigkeit wesentlicher städtischer Handlungsfelder wie Kultur, Bildung, Sport, städtebauliche Entwicklung und Denkmalpflege, ökologische Orientierung. Potsdams kulturelles Leben muss den Ansprüchen gerecht werden, die an Potsdam als Landeshauptstadt, als attraktiver Wohnort und als zugkräftige Tourismusdestination gestellt werden. Dies erfordert vielfältige und hochwertige, auf die Erwartungen der Bewohner und der Gäste Potsdams gerichtete, auch international ausstrahlende Einrichtungen und Angebote.

Dazu gehören das städtische Museum und das Haus der Brandenburgisch - Preußischen Geschichte als attraktive Ausstellungsorte, die Landeseinrichtung Filmmuseum, die Musikschule, leistungsstarke und stabile freie Träger, das Hans Otto Theater mit einem neuen Haus und einem attraktiven Programm, das Konzert - und Veranstaltungshaus Nikolaisaal als Heimstatt Potsdamer Chöre und der Kammerakademie Potsdam, Festivals und Veranstaltungen wie die Musikfestspiele Potsdam Sanssouci, die Internationalen Studentenfilmtage, die Potsdamer Tanztage und die Potsdamer Schössernacht. Dazu gehören ebenso der Filmpark, das Krongut Bornstedt sowie öffentliche Feste und Veranstaltungen, die den Charakter und den Markenkern unterstreichen können. Der hohe Anspruch an Qualität und Vielfalt der Angebote gilt auch für den Bereich Bildung. Er betrifft sowohl die staatlichen als auch die privaten Schulen und ebenso zeitgemäße Angebote zur Weiterbildung wie aus dem Bereich der Bibliothek. Bildung ist ein wichtiger Standortfaktor. Die damit verbundenen Erwartungen und Erfordernisse müssen künftig verstärkt die Angebote und die Vermarktung dieses Bereichs bestimmen.

Zu den Qualitätsmerkmalen der Landeshauptstadt Potsdam gehört ein breites und hochwertiges, auch international wirksames Spektrum im Bereich des Sports. Potsdam hat als traditionsreiche Sportstadt auf diesem Gebiet besondere Pflichten und besondere Möglichkeiten. Dieser Anspruch bezieht sich auf die aktive wie auf die passive Nutzung der Angebote, und er gilt im Bereich des Breiten- wie des Leistungssports und auch für Eliteeinrichtungen wie die Sportschule und den Olympiastützpunkt.

Eine wesentliche Rolle für die Zukunft unserer Stadt hat ihre städtebauliche Entwicklung unter verantwortungsvollem, Potsdam angemessenen Umgang mit der Denkmalpflege. Schwerpunkte sind dabei die Wiedergewinnung der historischen Stadtmitte als Herz der Stadt mit dem Projekt Stadtschloss als Kernaufgabe, die Entwicklung der Innenstadt zum Einkaufs- und Erlebnisbereich sowie die funktionale und gestalterische Aufwertung der Neubaugebiete. Hinzu kommen der Ausbau der Verkehrswege und der Infrastruktur sowie Projekte mit Initialwirkung und Strahlkraft wie der Campus Jungferndamm, die Schiffbauergasse und die Speicherstadt. Damit wird ein wichtiger Standortfaktor - die Qualität Potsdams als hochwertiger Wohnort für unterschiedliche Zielgruppen und besonders für Besserverdienende - weiter verbessert.

Ein grundlegendes Ziel für Potsdams Entwicklung ist eine hohe wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. Diese bedarf einer engen Abstimmung mit der Landesregierung und der besonderen Unterstützung der kleinen und mittleren Unternehmen als dem Motor innovativer Entwicklungen. Sie wird vor allem von den zu Potsdams Entwicklungsprofil passenden wertschöpfungshaltigen Bereichen bestimmt. Von diesen Wertschöpfungspotenzialen profitieren auch die anderen Wirtschaftsfelder der Stadt. Wie die Funktion Potsdams als Verwaltungsstadt befördern sie die Entwicklung als regionales Dienstleistungszentrum sowie als Handwerks- und Gewerbestandort. Dies gilt vor allem für den Tourismus als Wirtschaftssektor mit hohem Wachstumspotenzial und besonderer Bedeutung für Potsdam. Beim Ausbau dieser Bereiche besteht eine wichtige Aufgabe darin, an die mit der BUGA erreichte Qualität anzuknüpfen und die mit der Osterweiterung Europas verbundenen Chancen zu nutzen.

Die nachhaltige Entwicklung Potsdams erfordert ein zeitgemäßes, integriertes Marketing - das heißt vernetzte, mit der Landesregierung und den anderen Partnern der Stadt abgestimmte, sowohl national als auch international ausgerichtete Aktivitäten. Dazu gehört als wesentliches Mittel wirkungsvollen Marketings eine intensive PR-Arbeit. Die aktive und zielgerichtete Binnen- und Außendarstellung fördert das notwendige bürger- und unternehmensfreundliche Klima und stärkt das Wir-Gefühl. Sie fördert die Identifikation der Bewohner und der Unternehmen mit ihrer Stadt und trägt dazu bei, die Ziele und Aufgaben der Entwicklung wirkungsvoll zu vermitteln. Sie ist ein maßgeblicher Beitrag zur Darstellung Potsdams als attraktiver Wohn-, Tourismus- und Wirtschaftsstandort und zur Etablierung Potsdams als visionsstarke Marke.

Die in den genannten Bereichen entwickelten Aktivitäten führen zu einem vielfältigen öffentlichen Leben. Dies soll allen Interessierten zugänglich sein, in seine Entwicklungsprozesse sollen möglichst viele Schichten und Gruppierungen einbezogen werden. Dies ist für die Zukunft Potsdams ebenso von Bedeutung wie der Grundsatz, die Entwicklung der Stadt an den übergreifenden wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Veränderungen sowie an den Erfordernissen des Gemeinwohls zu orientieren und sozialen Gegensätzen entgegen zu wirken und vorzubeugen. Darin liegt die Chance, den Prozess der Entwicklung und das öffentliche Leben unserer Stadt zu einem Merkmal Potsdamer Lebensqualität zu machen. Auch dies ermöglicht und stärkt die Identifikation mit unserer Stadt und trägt dazu bei, dass angestammte Bewohner wie neu Hinzugezogene Potsdam als liebens- und lebenswerte Stadt annehmen, als ihre Heimat.

Die Marke Potsdam - eine Herausforderung für die Stadtverwaltung

Bei der Verwirklichung der für Potsdams Entwicklung wichtigen Ziele und Aufgaben ist die Stadtverwaltung besonders gefordert. Grundlage ihrer Aktivitäten ist die Reform der Stadtverwaltung zum aktiv gestaltenden bürgerorientierten „Unternehmen Stadt“ - das heißt zum modernen Dienstleister für die Bürger, Gäste und Unternehmen der Landeshauptstadt.

Ein weiterer maßgeblicher Aspekt ist die Sicherung der finanziellen Handlungsspielräume der Kommune. Dies ist die Grundlage, auch künftig alle wichtigen Aufgaben - freiwillige wie Pflichtaufgaben - bewältigen zu können. Dabei haben die Erhöhung der eigenen Einnahmen über die eigenen Steuern und die Landeszuweisungen wesentliche Bedeutung. Nicht zu vernachlässigen ist hierbei Potsdams Rolle als Oberzentrum und die Notwendigkeit weiterer Eingemeindungen. Um Potsdams Leistungsfähigkeit und Attraktivität gleichberechtigt zu entwickeln, muss die Stadtverwaltung ihre Arbeit der Komplexität der Aufgabenstellung anpassen und ihrer zentralen Rolle bei der städtebaulichen und kulturellen Entwicklung sowie bei der Wirtschaftsförderung und im Marketing gerecht werden. Sie muss den Markenkern erfahrbar machen und mit Leben füllen. Sie ist der gelebte USP (Unique selling proposition) des Standortes.

Die Rolle der Stadtverwaltung muss darauf gerichtet sein, die Entwicklungsprozesse planvoll und langfristig und in Abstimmung mit den Partnern zu steuern, Potsdams Stärken und Qualitäten zu nutzen und durch Orientierung auf zukunftssichere Bereiche auszubauen, das Entwicklungsprofil den Erfordernissen entsprechend zu aktualisieren und das Profil und die Aktivitäten der Stadt daran auszurichten, die Stadtverwaltung als modern strukturierten, serviceorientierten, bürger- und unternehmensfreundlichen Dienstleister erlebbar zu machen, ein vertrauensvolles Klima und eine leistungsfähige Infrastruktur herauszubilden und zu erhalten, das Erscheinungsbild Potsdams wirkungsvoll nach innen wie nach außen zu kommunizieren und die Stadt effizient zu vermarkten.

Die Marke Potsdam - ein Gemeinschaftswerk

Diese Ziele und Strategien kann die Stadtverwaltung nur in enger Abstimmung mit ihren Partnern verwirklichen. Vereine und Verbände, Unternehmen und Institutionen, Landesregierung und Landtag, Bewohnerinnen und Bewohner Potsdams, auswärtige Freunde und Partner unserer Stadt - sie alle müssen nach Maßgabe ihrer Möglichkeiten einbezogen werden. Wichtige Kampagnen und Projekte sind nur erfolgreich im Verbund; Netzwerke entstehen nur in Abstimmung und in Kooperation der richtigen Partner. Nur so wird erreicht, dass Potsdam sich von anderen Städten positiv abhebt und im Bewusstsein der Öffentlichkeit einen festen Platz als einzigartiger Standort findet. Dies ist der einzig erfolgversprechende Weg, das dargestellte Ziel zu erreichen und das Leitbild umzusetzen. Potsdam zukunftsfähig zu entwickeln, gelingt nur als Gemeinschaftswerk.

