



**Betreff:**  
**Touristischer Marketingplan 2017**

öffentlich

**bezüglich**  
**DS Nr.: 15/SVV/0477**

Erstellungsdatum	14.11.2016
Eingang 922:	14.11.2016

Einreicher: FB Kommunikation, Wirtschaft und Beteiligung

Beratungsfolge:

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

30.11.2016	Hauptausschuss
------------	----------------

**Inhalt der Mitteilung:**

Der Hauptausschuss nimmt zur Kenntnis:

Mit Beschluss der Stadtverordnetenversammlung vom 1. Juli 2015 (DS 15/SVV/0477) wurde die Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing und Tourismusinformaton bis längstens zum 31.12.2017 betraut.

Damit verbunden ist die jährliche Erstellung eines Marketingplanes für das Folgegeschäftsjahr. Gemäß Beschluss des Hauptausschusses (DS 04/SVV/0178) ist dieser dem Hauptausschuss zur Kenntnisnahme vorzulegen.

Der vorliegende „Touristische Marketingplan 2017“ wurde von der Potsdam Marketing und Service GmbH unter Mitwirkung der Landeshauptstadt Potsdam, insbesondere durch die Bereiche Wirtschaftsförderung und Marketing, erarbeitet.

Begleitend erfolgt die Abstimmung mit den touristischen Leistungsträgern im Rahmen einer gemeinsamen Sitzung der touristischen Arbeitsgruppen im November 2016.

Der Tourismusbeirat berät den Marketingplan 2017 in seiner Sitzung am 25. November 2016. Das Ergebnis wird mündlich mitgeteilt.

**Finanzielle Auswirkungen?**

Ja

Nein

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

**Fazit finanzielle Auswirkungen:**

Die im „Touristischen Marketingplan 2017“ dargestellten Maßnahmen und Projekte sind mit dem Wirtschaftsplan 2017 der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) finanziell untersetzt.

In der Darstellung der finanziellen Auswirkungen sind unter Ziffer 5 die Abweichungen gegenüber der mittelfristigen Planung des Doppelhaushalts 2015/2016 gegenüber dem Entwurf des Haushaltsplanes 2017 dargestellt.

Der Finanzierungsbedarf für Tourismusmarketing und Touristeninformation 2017 ist im Entwurf des Haushaltsplans 2017 im Produktkonto 5750000.5315000 ausgewiesen.

Der Zuschussbedarf für 2017 steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushaltsplan 2017.

Oberbürgermeister

Geschäftsbereich 1

Geschäftsbereich 2

Geschäftsbereich 3

Geschäftsbereich 4

**Anlage:**

Touristischer Marketingplan 2017

**Darstellung der finanziellen Auswirkungen der Mitteilungsvorlage**

**Betreff:** Touristischer Marketingplan 2017

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 Bezeichnung: Förderung des Fremdenverkehrs .

5. Wirkung auf den Ergebnishaushalt:

Angaben in EUro	Ist-Vorjahr	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Gesamt
<b>. Ertrag</b> laut Plan	30.866	18.100	18.100	18.100	18.100	18.100	18.100
<b>Ertrag</b> neu			0	0	0	0	
<b>Aufwand</b> laut Plan	1.123.617	1.141.200	1.171.300	1.173.600	1.176.200	1.176.200	5.838.500
<b>Aufwand</b> neu		1.141.200	1.414.600	1.225.100	1.228.300	1.177.600	6.186.800
<b>Saldo Ergebnishaushalt</b> laut Plan	-1.092.751	-1.123.100	-1.153.200	-1.155.500	-1.158.100	-1.158.100	-5.748.000
<b>Saldo Ergebnishaushalt</b> neu		-1.123.100	-1.414.600	-1.225.100	-1.228.300	-1.177.600	-6.168.700
<b>Abweichung zum Planansatz</b>		0	-261.400	-69.600	-70.200	-19.500	-420.700

5. a Durch die Maßnahme entsteht keine Ent- oder Belastung über den Planungszeitraum hinaus bis in der Höhe von insgesamt Euro.

6. Wirkung auf den investiven Finanzhaushalt:

Angaben in Euro	Bisher bereitgestellt	lfd. Jahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Folgejahr	Bis Maßnahmeende	Gesamt
<b>Investive Einzahlungen</b> laut Plan								
<b>Investive Einzahlungen</b> neu								
<b>Investive Auszahlungen</b> laut Plan								
<b>Investive Auszahlungen</b> neu								
<b>Saldo Finanzhaushalt</b> laut Plan								
<b>Saldo Finanzhaushalt</b> neu								
<b>Abweichung zum Planansatz</b>								

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

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

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

In der Darstellung der finanziellen Auswirkungen sind unter Ziffer 5 die Abweichungen gegenüber der mittelfristigen Planung des Doppelhaushalts 2015/2016 gegenüber dem Entwurf des Haushaltsplanes 2017 dargestellt.

Der Finanzierungsbedarf für Tourismusmarketing und Touristeninformation 2017 ist im Entwurf des Haushaltsplans 2017 im Produktkonto 5750000.5315000 ausgewiesen.

Der Zuschussbedarf für 2017 steht unter dem Vorbehalt der Beschlussfassung über den Haushaltsplan 2017.

**Anlagen:**

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

# Touristischer Marketingplan 2017



## Inhalt

<b>1</b>	<b>Vorbemerkung</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Ziele und touristische Marketingstrategie</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Positionierung Potsdams als Tourismusdestination</b> .....	<b>7</b>
	3.1 Touristische Marke Potsdam .....	7
	3.2 Jahreskampagne 2017 „Stadt trifft Kirche“ .....	8
<b>4</b>	<b>Marketing</b> .....	<b>10</b>
	4.1 Zielgruppen .....	10
	4.2 Produktentwicklung .....	11
	4.3 Vertrieb .....	12
	4.4 Kommunikation .....	12
	4.5 Binnenkommunikation .....	13
	4.6 Strategische Allianzen .....	14
<b>5</b>	<b>Maßnahmen und Beteiligungsmöglichkeiten</b> .....	<b>15</b>
	5.1 Printpublikationen .....	15
	5.2 Buchbare Angebote .....	16
	5.3 Serviceleistungen .....	17
	5.4 Internetauftritte .....	19
	5.5 Messen .....	21
	5.6 Verkaufsreisen .....	22
	5.7 FAM-Trips .....	22
	5.8 Leserreise Busblickpunkt .....	22
	5.9 Auslandsmarketing .....	23
	5.10 Presseaktivitäten und Newsletter .....	25
	5.11 Gruppen Service und Tagungs Service .....	26
<b>6</b>	<b>Wir über uns</b> .....	<b>28</b>
	6.1 Ansprechpartner .....	29
	6.2 Allgemeine Kontakte .....	30
<b>7</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>31</b>
<b>8</b>	<b>Impressum</b> .....	<b>32</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zielsystem der Landeshauptstadt Potsdam .....	5
Abbildung 2: Eine Familienmarke .....	11
Abbildung 3: Printpublikationen der PMSG 2017 bis 2018.....	15
Abbildung 4: Potsdam Berlin WelcomeCard 2017, vorläufiger Flyer .....	17

## 1 Vorbemerkung

Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige in Potsdam. Die Potsdamer Kulturlandschaft mit ihren Schlössern und Parkanlagen, die natürliche und wasserreiche Landschaft sowie das historische und architektonische Erbe der Stadt sind die Grundlage für diese Erfolgsgeschichte.

Das Prädikat UNESCO-Welterbe, der Ausbau der Potsdamer Mitte, die Nähe zur Tourismusmetropole Berlin und der Ruf des Filmstudios Babelsberg verstärken darüber hinaus die touristische Bedeutung der Landeshauptstadt Potsdam.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH übernimmt als städtische Gesellschaft die Vermarktung der touristischen und kulturellen Service- und Angebotsleistungen der Reisedestination Potsdam seit 01.01.2016. Das Jahr 2016 war maßgeblich durch den Aufbau einer neuen Unternehmens- und Servicestruktur, eines leistungsfähigen und qualifizierten Teams sowie durch die Optimierung von Standorten und Prozessen geprägt.

Die für die Landeshauptstadt Potsdam erarbeitete neue Tourismuskonzeption 2025 und die Realisierung, der in der Landestourismuskonzeption Brandenburg festgelegten Ziele und Maßnahmen, werden die Arbeit der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zukünftig bestimmen. Außerdem sind auf der Grundlage der Marke Potsdam und in enger Abstimmung mit der Landeshauptstadt die Entwicklung der touristischen Marke Potsdam und die Festlegung einer mittelfristigen Marketingstrategie für die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH vordringliche Aufgaben für die Gesellschaft in den nächsten Jahren.



Raimund Jennert



Eckhard Schaaf

Geschäftsführung  
PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH



## 2 Ziele und touristische Marketingstrategie

Ziele des touristischen Marketings für die Landeshauptstadt Potsdam sind in der Tourismuskonzeption 2025 festgelegt. Folgende Zielbereiche zur Weiterentwicklung des Tourismus der Landeshauptstadt Potsdam lassen sich benennen:

Positive Tourismusentwicklung

---

Fokussierung auf chancenreiche Themen

---

Steigerung der Qualität der Infrastruktur und der Angebote

---

Verbesserung der Tourismusakzeptanz

---

Ausbau des MICE-Standortes

---

*Abbildung 1: Zielsystem der Landeshauptstadt Potsdam*

*Quelle: vgl. BTE, 2016, S. 109*

Die Tourismuskonzeption 2025 enthält darüber hinaus drei Szenarien, die als plausible Zukunftsbilder systematisch aus der gegenwärtigen Situation heraus entwickelt wurden. Sie unterteilen sich in ein

- optimistisches Szenario,
- realistisches Szenario und
- pessimistisches Szenario.

Die zukünftige Marketingstrategie der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH hängt zum einen von der Beschlussfassung der Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt zur Tourismuskonzeption 2025 ab und zum anderen von der Entscheidung zur Fortführung des Tourismusmarketings und –services nach Ende des aktuellen Betrauungszeitraumes bis 31.12.2017.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH versteht sich als Partner der regionalen Leistungsträger bei der Entwicklung von Konzepten und Produkten zur touristischen Vermarktung Potsdams. Die touristischen Akteure werden in laufende Prozesse und in die aktive Produktgestaltung eingebunden.

Die Aufgabe der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH für das Jahr 2017 besteht darin, eine aus der Tourismuskonzeption 2025 resultierende, mittelfristige Marketingstrategie zu entwickeln. Dies erfolgt in Kooperation mit der Landeshauptstadt und auf der Basis des Markenleitbildes der Landeshauptstadt Potsdam. Hierbei ist die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH auf die Mitarbeit der neu zu strukturierenden Arbeitsgruppen (vgl. 4.5 Binnenkommunikation) angewiesen.

Parallel zur mittelfristigen Marketingstrategie wird der touristische Markenentwicklungsprozess für die Landeshauptstadt Potsdam aktiv vorangetrieben. Grundlagen für die Entwicklung der Marke Potsdam werden in der Tourismuskonzeption 2025 gelegt. Die Markenentwicklung wird in enger Kooperation mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH erfolgen. Die Zielgruppen und Erlebniswelten, welche in der Markenentwicklung für das Land Brandenburg definiert sind, spiegeln sich hier in wichtigen Bereichen wider (vgl. TMB 2015 und BTE, 2016).

### 3 Positionierung Potsdams als Tourismusdestination

#### 3.1 Touristische Marke Potsdam

Die touristische Marke Potsdam zählt in die Markenarchitektur des Landesmarketing und somit in die Familienmarke Brandenburg ein: „**Brandenburg ist die aktive Naturbühne und kultivierte Landschaftsinszenierung Berlins am Wasser.**“

Die Marke Brandenburg wird durch drei Werte bestimmt: natürlich, kultiviert und beruhigend.

Bei der gemeinsamen Erarbeitung einer Positionierung mit touristischen Partnern im Herbst 2016 wurden folgende Erlebniswelten für die Reiseregion Potsdam definiert:

#### *Kultur erleben*

Kultur erleben steht z. B. für UNESCO-Welterbe Potsdam, Events vor historischen Kulissen und auf Naturbühnen, Preußisches Arkadien, Stadtgeschichte/Traditionen, Kunst, Film- und Industriekultur und Kulturgeschichte.

#### *Wasser entdecken*

Wasser entdecken steht z. B. für Kultur erleben mit Wasserblick, Aktiv sein auf und am Wasser, Bootsurlaub und Urlaub am Wasser.

(Vgl. TMB, 2016)

Dementsprechend wurden auch in der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt die folgenden **Profilthemen** festgelegt (vgl. BTE, 2016):

#### **Kultur**

- Historisch gewachsene europäische Kultur-Landschaft
- UNESCO-Welterbe-Stadt mit international ausstrahlendem Highlight Schloss Sanssouci
- Zeugnisse historischer Gebäude von Preußischer Königszeit hin zur jüngeren Geschichte (20. Jh.)
- Vielfalt, fortwährender Wandel
- Geburts-/ Wirkungsstätte berühmter Persönlichkeiten

#### **Wasser**

- Die Lage an Seen der Havel bietet Gästen eine eindrucksvolle Kulisse mit Sichtachsen zu historischen Sehenswürdigkeiten
- Insellage der Stadt
- Mehrere Seen im Stadtgebiet
- Lage im größten europäischen Binnenwassersportrevier
- Aktive Erholung für Motorbootfahrer, Kanuten, Segler und Radler mit gut ausgebauter Infrastruktur

**Film**

- Größtes Filmstudio Europas
- Wiege des deutschen Films
- Seit 1912 im Fokus namhafter Filmemacher
- Filmpark Babelsberg
- Hohe Markenbekanntheit "Babelsberg" bzw. Chance für eigene Markenbildung

**MICE**

- Viele besondere Eventlocations
- Hohe Wissenschaftsdichte, bedeutender Hochschulstandort, innovative ansässige Unternehmen und Institute (SAP, Oracle)

Die Erlebbarkeit der genannten Profilt Themen hängt maßgeblich von der vorhandenen Infrastruktur und von den touristischen Angeboten in Potsdam ab. Dabei spielen Querschnittsthemen wie Barrierefreiheit, Serviceorientierung, Qualität, Nachhaltigkeit und das Thema Digitalisierung eine entscheidende Rolle. Diese sollten bei der Entwicklung der touristischen Marke für Potsdam Berücksichtigung finden. Der touristische Markenentwicklungsprozess wird nach dem in Kraft treten der Tourismuskonzeption 2025 durch die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH in enger Zusammenarbeit mit der Landeshauptstadt Potsdam weiter gestaltet.

**3.2 Jahreskampagne 2017 „Stadt trifft Kirche“**

Durch den Bereich Marketing der Landeshauptstadt Potsdam erfolgt im jährlichen Zyklus die Definition eines Jahresschwerpunkthemas. Das Thema "Stadt trifft Kirche" ist Potsdams Beitrag zum Reformationsjubiläum 2017.

Kirchen haben einen wichtigen Anteil am gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Leben der Stadt. Die Informations- und Veranstaltungsangebote des Stadtmarketings führen in bekannte und weniger bekannte Kirchen, bringen Themen dorthin, wo man sie nicht erwartet. Umgekehrt werden kirchliche Angebote zum Fokus anderer Akteure, Veranstaltungsorte und -formate (vgl. Stadt trifft Kirche, 2016). Im Folgenden sind einige Veranstaltungshöhepunkte im Reformationsjubiläum 2017 dargestellt:

**9. Januar**

Augustana Choir celebrates Reformation: Konzert des Augustana Choir aus Sioux Falls  
Nikolaikirche Potsdam

**21. Januar**

Unterwegs im Licht – Stadt trifft Kirche  
Familienfest der kulturellen Akteure in der Potsdamer Mitte

**9. April bis 5. November**

Sonntäglicher Kirchengang (jeden 2. und 4. So im Monat)  
Geführter Rundgang zur Stadt- und Kirchengeschichte mit Besuchen Potsdamer Kirchen

**10. bis 22. April**

Osterfesttage Potsdam  
Verschiedene Orte

**24. bis 28. Mai 2017**

Deutscher Evangelischer Kirchentag  
Potsdamer Mitte

**10. Juni**

UNESCO-Tag in der Kirche und auf dem Friedhof Bornstedt  
Bornstedt

**2. September**

Nacht der Freiheit. Ein Fest der Religionen.  
Nikolaikirche Potsdam

**9. bis 14. Oktober**

Themenwoche "Stadt trifft Kirche" Führungen, Vorträge und Lesungen  
Bildungsforum Potsdam

**31. Oktober**

Gottesdienst aller Stadtgemeinden zum Reformationsjubiläum  
Nikolaikirche Potsdam

**14. Dezember**

Adventssingen Potsdamer Chöre  
Nikolaikirche Potsdam

## 4 Marketing

### 4.1 Zielgruppen

In der Tourismuskonzeption 2025 wurden die Zielgruppen der Markenkonzepion der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH dahingehend untersucht, inwiefern diese zu Potsdam passen. In einem Workshop der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zur touristischen Landesmarke wurden die Zielgruppen, ihre Lieblingsgäste sowie Zukunftsgäste, entsprechend der Marktforschung der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, definiert (vgl. TMB, 2015). Unter Berücksichtigung der Profilt Themen (vgl. 3.1 Touristische Marke Potsdam) und statistischer Daten liegt der Schwerpunkt in der Landeshauptstadt Potsdam auf den folgenden beiden Zielgruppen:

#### ***Intellektuelle Kulturliebhaber***

„Ich brauche körperliche und geistige Aktivitäten, um vom Arbeitsleben abzuschalten oder meinen Ruhezustand zu genießen“. Dieses Motto bewegt die Zielgruppe der „Intellektuellen Kulturliebhaber“. Der Besuch von kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen sowie die Wahrnehmung von naturräumlichen Angeboten bilden das Spektrum ihrer Urlaubsaktivitäten. Diese Zielgruppe ist eher aktiv im Urlaub. Sie achtet auf Komfort, aber auch auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und zieht Übernachtungen in Hotels vor (vgl. TMB, 2015).

- Durchschnittlich 53 Jahre
- Paare und Singles
- Überdurchschnittliches Reisebudget
- Fordert gute, bodenständige Qualität
- Geistig belebende Aktivitäten im Vordergrund (BTE, 2016, S. 117)

#### ***Eventorientierte Smartshopper***

„Ich möchte so viel wie möglich erreichen und erleben und mein Leben abwechslungsreich gestalten. Dafür sind mir Konsumtrends wichtig – vor allem dann, wenn ich mir besondere Erlebnisse leisten kann.“ Das ist das Motto der „Eventorientierten Smartshopper“, die ebenfalls sehr statusorientiert leben. Besuche von Events und Veranstaltungen, Aufenthalt in der Natur und der Besuch historischer/kultureller Sehenswürdigkeiten stehen im Vordergrund ihrer Aktivitäten. Die Zielgruppe ist eher aktiv im Urlaub. Sie präferiert Privatunterkünfte, Ferienwohnungen oder Campingplätze, wohnt aber auch in Hotels (vgl. TMB, 2015).

- Durchschnittlich 46 Jahre
- Singles, Paare, 4+ Personen
- Unterdurchschnittliches Reisebudget
- Stark betonte Eventorientierung
- Städtereise, auch Sport- und Aktivurlaub (BTE, 2016, S. 117)

Die Konzentration auf chancenreiche Zielgruppen und die Fokussierung auf potenzialträchtige Themen durch die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH bilden die Basis für ein zielgruppenorientiertes und erfolgreiches Themenmarketing.

#### 4.2 Produktentwicklung

Die Produktentwicklung für das Jahr 2017 basiert weitgehend auf einer Fortführung etablierter Produkte und Leistungen, die um thematische Erweiterungen und zielgruppenorientierte neue Produkte ergänzt werden.

Um die Profilierung zu forcieren und ein klares Bild der Destination Potsdam zu erzeugen, werden innerhalb des touristischen Markenbildungsprozesses Leitprodukte zusammen mit Potsdamer Partnern entwickelt.

Leitprodukte (TMB, 2015, S. 15) sind „besondere Empfehlungen“ der Marke für Gäste, die

- als Leuchttürme stellvertretend für ähnliche Angebote stehen,
- in Summe die touristischen Erfahrungen einer Reise oder eines Ausfluges bilden,
- künftigen Gästen Orientierung geben und Vorbild für Produktentwicklung sind,
- Assoziationen zur Marke schaffen und klare Bilder im Kopf der Gäste erzeugen.

Ein Leitprodukt ist eine touristische Erfahrung, die dem Gast lang in positiver Erinnerung bleiben sollte. Das Produkt ergibt sich aus der stimmigen Kombination von Kern-, Service- und Ambienteleistungen. Leitprodukte sollten folgende Attribute beinhalten:

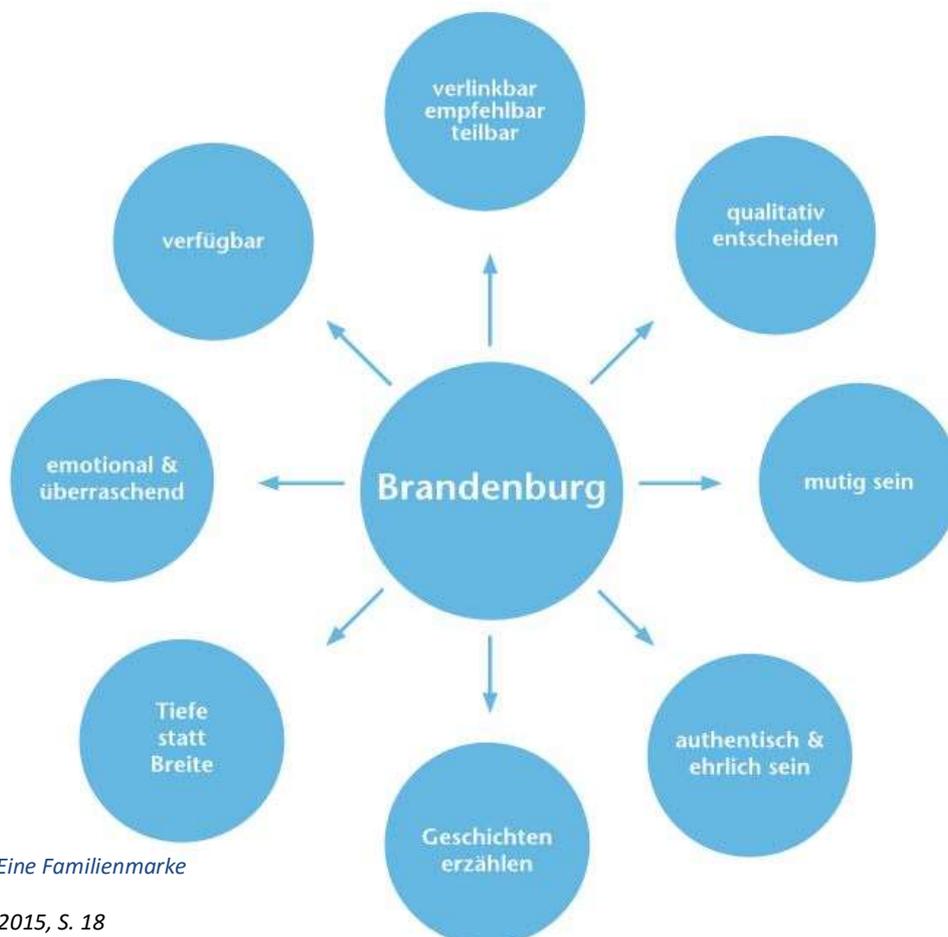


Abbildung 2: Eine Familienmarke

Quelle: TMB; 2015, S. 18

Im Rahmen der mittelfristigen Marketingstrategie wird die Produktstrategie für Potsdam weiterentwickelt werden.

#### 4.3 Vertrieb

Für den Vertrieb des touristischen Angebots der Destination Potsdam werden die folgenden Vertriebswege genutzt:

- **Tourist Informationen** mit Prospektfachaussagen für PMSG-Produkte sowie Produkte und Tickets von Potsdamer Partnern
- **Informations- und Reservierungsservice** für Individual-, Gruppen- sowie Geschäftskunden
- **Versand von Informationspaketen**
- **Websites unterschiedlicher Zielgruppen:** [www.potsdamtourismus.de](http://www.potsdamtourismus.de), [www.tagen-in-potsdam.de](http://www.tagen-in-potsdam.de), [www.gruppenreisen-in-potsdam.de](http://www.gruppenreisen-in-potsdam.de) sowie die korrespondierenden englischen Domains
- **Websites Dritter:** [www.potsdam.de](http://www.potsdam.de), [www.potsdamer-brandenburger-havelseen.de](http://www.potsdamer-brandenburger-havelseen.de)
- **Veranstaltungskalender** (z.B. TMB-Veranstaltungskalender, Märkische Allgemeine, Events)
- **Online-Buchbarkeit von Stadtrundgängen**
- **Messeauftritte**
- **Einträge/Werbung/Anzeigen** sowohl digital als auch analog
- **Kooperationen:** TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Berlin Tourismus & Service GmbH (visitBerlin)
- **Nationale touristische Partner** (z. B. Historic Highlights of Germany e.V., UNESCO Welterbestätten e.V., DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.)
- **B2B Vertragskooperationen** (z. B. SPSG Stiftung Preußischer Schlösser und Gärten)

#### 4.4 Kommunikation

Neben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, PR-Aktionen und den verschiedenen eigenen Printpublikationen, liegt ein klarer Schwerpunkt einer zielgruppen- optimierten online-Kommunikation über die touristischen Websites und in Form einer elektronischen Direktkommunikation mit Newslettern und Mailings.

Insbesondere über die touristischen Websites der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH können die im Rahmen der touristischen Marketingplanung 2017 definierten Zielgruppen (vgl. 4.1 Zielgruppen) informiert und differenziert angesprochen werden.

In den sozialen Medien können alle Informationen auf [www.potsdamtourismus.de](http://www.potsdamtourismus.de) von den Nutzern der Website auf diversen Kanälen (z.B. Facebook, Twitter, Google+) geteilt werden. Für 2017 geht die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eine Zusammenarbeit mit der Landeshauptstadt Potsdam ein, um die touristischen Inhalte über die Kanäle der Landeshauptstadt zu verbreiten. Darüber hinaus ist die Erarbeitung einer langfristigen Social Media Strategie im Jahr 2017 geplant.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH vermarktet die von der Landeshauptstadt Potsdam entwickelten Apps und Hörbeiträge. Mit dem Download einer der Apps kann sich der Gast mit dem eigenen mobilen Endgerät durch Potsdam führen lassen. Die Apps sind verfügbar in den folgenden Sprachen:

- Deutsch
- Englisch
- Spanisch
- Italienisch.

Alternativ zur App können die Audiobeiträge auch per Telefonabruf von Gästen ohne Smartphone für den Stadtrundgang genutzt werden.

#### **4.5 Binnenkommunikation**

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH beteiligt touristische Akteure an der Entwicklung von Strategien und Produkten. Dazu ist angedacht, die bestehenden Arbeitsgruppen (AG Tagungen und Kongresse, AG Individual- und Gruppentourismus, AG Kulturtourismus) im Jahr 2017 neu zu strukturieren. Folgende thematische Arbeitsgruppen werden in der Tourismuskonzeption 2025 vorgeschlagen:

- AG Kultur
- AG Wasser
- AG Film
- AG MICE
- AG Erlebnisorientierung & Qualität
- AG Digitalisierung

Die Arbeitsgruppen sollen der Weiterentwicklung von touristischen Produkten und Serviceleistungen, einer Vernetzung und besseren Abstimmung von Partnern sowie einer effizienten Arbeitsweise dienen.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH wird im Jahr 2017 die Beratung von touristischen Leistungsträgern, Anbietern und Vertriebspartnern weiterführen, um die Schaffung attraktiver Produkte und Serviceleistungen anzuregen oder an veränderte Nachfrageinhalte anzupassen.

Die Webseite [www.potsdam-marketing.de](http://www.potsdam-marketing.de) an die touristischen Leistungsträger gerichtet, bietet die Möglichkeit, sich über aktuelle Marketingaktivitäten, über Termine sowie die Ergebnisse der Arbeitsgruppensitzungen zu informieren. Neben aktuellen Kontaktdaten und Öffnungszeiten des Service Centers, der Tourist Informationen und des Gruppen Service sind auch alle Ansprechpartner der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH auf dieser Webseite zu finden.

Um den kommunikativen Austausch mit touristischen Partnern weiter zu verbessern, wird die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH im Jahr 2017 die Plattform des Clustermanagement Tourismus [www.tourismuscluster-brandenburg.de](http://www.tourismuscluster-brandenburg.de) nutzen. Das

Tourismusnetzwerk ist eine Abteilung der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und bezieht sich, neben der Innovationsstrategie der Länder Berlin-Brandenburg (innoBB), in seiner Ausrichtung auf die Landestourismuskonzeption Brandenburg und die strategische Marketingplanung 2012-2016 (vgl. Cluster Tourismus, 2016).

#### **4.6 Strategische Allianzen**

Für die Erreichung der Marketingziele nutzt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eine Reihe von Mitgliedschaften und Kooperationen. Besondere Bedeutung kommt hierbei der Zusammenarbeit mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und der Berlin Tourismus und Kongress GmbH (visitBerlin) zu.

##### **Mitgliedschaften**

- Deutscher Tourismus Verband e.V.
- Historic Highlights of Germany e.V.
- Landestourismusverband Brandenburg e.V.
- UNESCO-Welterbestätten e.V.

##### **Kooperationen/Netzwerke**

- Netzwerk „Aktiv in der Natur“
- „W.I.R.“-Wassertourismusinitiative Revier Potsdamer und Brandenburger Havelseen

##### **Partnerschaften**

- Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V., Kreisverband Potsdamer Kulturlandschaft
- DZT – Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.
- ERFA-Gruppe der Potsdamer Hotels
- Potsdam Guide e.V.
- Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- Tourismusverband Potsdam e.V.

## 5 Maßnahmen und Beteiligungsmöglichkeiten

### 5.1 Printpublikationen

Maßnahmen	Format	Sprache	Auflage in Stk.	Erscheinungs-termin	Buchung möglich ab	Geltungs-dauer	Beteiligungsmöglichkeiten	Realisierung
Gruppenreiseplaner	Broschüre	DE	3.000	Okt 2016	-	2 Jahre	Akquise abgeschlossen	Ja
Tagungs- und Eventsplaner	Broschüre	DE	1.000	Okt 2016	-	2 Jahre	Akquise abgeschlossen	Ja
Unterkunftsverzeichnis 2017	Broschüre	DE / EN	25.000	Dez 2016	-	1 Jahr	Akquise abgeschlossen	Ja
Begleitheft 2017 inkl. Stadtplan mit zwei Routenvorschlägen	Broschüre	DE EN	25.000 7500	Dez 2016	-	1 Jahr	Akquise abgeschlossen	Ja
Potsdam & Berlin WelcomeCard 2017	Booklet	DE / EN	8.000	Dez 2016	-	1 Jahr	Akquise abgeschlossen	Ja
Potsdam & Berlin WelcomeCard 2017	Flyer	DE / EN	25.000	Dez 2016	-	1 Jahr	Akquise abgeschlossen	Ja
„Geführte Stadtrundgänge“ 2017	Flyer	DE / EN	80.000	Jan 2017	Nov 2016	1 Jahr	Einträge	Ja
„Geführte Stadtrundgänge“ 2017	Hotel-einleger	DE	10.000	Feb 2017	Nov 2016	1 Jahr	Keine	Ja
Potsdam für Gäste aus Berlin 2017 - <b>NEU</b>	Diverse	DE / EN	100.000	Aug 2017	Mai 2017	1 Jahr	Einträge	Bei entsprechender Beteiligung
Winterangebote in Potsdam 2017/18 - <b>NEU</b>	Flyer	DE	50.000	Sep 2017	Apr 2017	1 Jahr	Einträge	Bei entsprechender Beteiligung
Unterkunftsverzeichnis 2018	Broschüre	DE / EN	25.000	Dez 2017	Aug 2017	1 Jahr	Einträge und Anzeigen	Bei entsprechender Beteiligung
Begleitheft 2018	Broschüre	DE EN	25.000 7500	Dez 2017	Aug 2017	1 Jahr	Einträge und Anzeigen	Bei entsprechender Beteiligung
Potsdam & Berlin WelcomeCard 2018	Booklet	DE / EN	8.000	Dez 2017	Sep 2017	1 Jahr	Einträge	Ja
Potsdam & Berlin WelcomeCard 2018	Flyer	DE / EN	25.000	Dez 2017	Sep 2017	1 Jahr	-	Ja

Abbildung 3: Printpublikationen der PMSG 2017 bis 2018

Quelle: Eigene Darstellung

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH plant für das Jahr 2017 die Konzeption und Erstellung verschiedener neuer Printpublikationen für Endkunden und Partner der Reiseindustrie (vgl. Abb. 3).

Ab 2017 plant die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH im Rahmen des Cross Marketings, Kommunikationspakete zu schnüren und anzubieten. Dabei werden Einträge in Printpublikationen und Einträge auf der Webseite [www.potsdamtourismus.de](http://www.potsdamtourismus.de) gebündelt angeboten.

Darüber hinaus nutzt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH für den Service am Gast Printpublikationen der Landeshauptstadt Potsdam: Kulturhighlights, Imagebroschüre in drei Sprachen, Imageflyer in 10 Sprachen, Flyer Potsdamer Mitte, Potsdam bei Regen und Schnee, Weihnachtliches Potsdam.

Ansprechpartner für Printpublikationen der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist Christiane Schalk (vgl. Wir über uns).

## **5.2 Buchbare Angebote**

Für die konkrete Vermarktung erstellt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ergänzend zu den vielfältigen Angeboten der touristischen Leistungsträger gemeinsam mit Partnern für 2017 auch eigene Produkte und Angebote.

### **Öffentliche Stadtrundgänge**

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH bietet über das Jahr hinweg verschiedene öffentliche Stadtrundgänge an. Diese sind über das online-Reservierungssystem Reservix buchbar. Folgende Stadtrundgänge sind für 2017 geplant:

- Neujahrsspaziergang 2017
- Altstadttrundgang
- Osterspaziergang
- Sonntäglicher Kirchengang
- Babelsberg – Filmstars, Villen, Weltgeschichte
- Historische Mitte: Alter Markt, Landtag & Alte Fahrt
- Potsdamer Hinterhöfe – Anekdoten und Geschichten
- Wandeln in der Galerie des Königs
- Weihnachtlicher Altstadttrundgang

Ansprechpartner für die öffentlichen Stadtrundgänge der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist Nannette Neitzel (vgl. Wir über uns).

### **Potsdam & Berlin WelcomeCard**

Die Potsdam & Berlin WelcomeCard wird in Kooperation mit der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) in Berliner und Potsdamer Tourist Informationen, im touristischen Service Center der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sowie in ausgewählten Potsdamer Hotels angeboten. Zusätzlich wird die Potsdam & Berlin WelcomeCard 2017 online über [www.potsdamtourismus.de](http://www.potsdamtourismus.de) erwerbbar sein sowie über die Vertriebskanäle der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin).



Abbildung 4: Potsdam Berlin WelcomeCard 2017, vorläufiger Flyer

Quelle: Berlin Tourismus & Kongress GmbH, 2016

Die Potsdam & Berlin WelcomeCard beinhaltet das ÖPNV Ticket im Tarifbereich Berlin ABC. Es werden sechs verschiedene Preis- und Gültigkeitsstufen angeboten. In die Leistung der WelcomeCard ist zudem ein Booklet inkl. Stadtplan für Berlin und Potsdam inbegriffen.

Für die Jahre 2018/19 ist noch nicht entschieden, ob die touristischen Partner für ein Jahr oder für zwei Jahre an der Potsdam & Berlin WelcomeCard teilnehmen.

Ansprechpartner für die WelcomeCard ist Christiane Schalk (vgl. Wir über uns).

### 5.3 Serviceleistungen

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH betreibt einen Servicebereich, bestehend aus den Tourist Informationen, dem Service Center und dem Gruppen Service. Hier können gebündelt Informations- und Buchungsleistungen für touristische Angebote in Anspruch genommen werden.

#### Tourist Informationen

An zentralen Standorten haben Besucher der Landeshauptstadt Potsdam die Möglichkeit, sich über das touristische Angebot der Destination zu informieren und Buchungen für touristische Leistungsangebote (Unterkünfte, Veranstaltungstickets, Erlebnisangebote) wahrzunehmen.

**Tourist Information Im Hauptbahnhof**  
Bahnhofspassagen

**Tourist Information Am Alten Markt**  
Humboldtstraße 1

**Tourist Information Am Luisenplatz**  
Luisenplatz 3



Als Mitglied des Deutschen Tourismus Verbands e.V. (DTV) hat die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH alle drei Standorte vom DTV mit der „i-Marke“ prüfen und auszeichnen lassen. Diese Auszeichnung berechtigt dazu, mit dem vom DTV markenrechtlich geschützten weißen „i“ auf rotem Grund zu werben.

Die Service Qualität Deutschland Stufe 1 wurde im Jahr 2016 für alle drei Standorte der Tourist Informationen in Potsdam bestätigt.

Für die gesamte PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist 2017 geplant, die Service Qualität Deutschland Stufe 1 zu erlangen.

Ansprechpartner für die Tourist Informationen ist Stefanie Weißflog (vgl. Wir über uns).

**Telefonisches Service Center**

Mündliche und schriftliche Informations- und Reservierungsanfragen bearbeitet das Service Center der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Dieses ist von Montag bis Freitag: 09:00 – 18:00 Uhr sowie Samstag, Sonntag und Feiertag: 09:00 – 15:00 Uhr erreichbar.

**Kontakt**

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99  
 Fax: +49 (0)331 275 58 58  
 E-Mail: [info@potsdamtourismus.de](mailto:info@potsdamtourismus.de)

Ansprechpartner für das Service Center ist Anne Robertshaw (vgl. Wir über uns).

**Beteiligungsmöglichkeiten in den Tourist Informationen / im Service Center**

Rubrik	Beteiligung	Kosten (zzgl. MwSt.)
<b>Prospektfachaussage in den Potsdamer Tourist Informationen</b>	Belegung eines Prospektfaches in allen Tourist Informationen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mietdauer ab 1-4 Monate</li> <li>Mietdauer ab 5-11 Monate</li> <li>Mietdauer ab 12 Monate</li> </ul>	115,00 € pro Monat 95,00 € pro Monat 75,00 € pro Monat
	Belegung ab zwei Prospektfächer pro Tourist Information: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mietdauer ab 1-4 Monate ab 2 Fächer</li> <li>Mietdauer ab 5-11 Monate ab 2 Fächer</li> <li>Mietdauer ab 12 Monate ab 2 Fächer</li> </ul>	100,00 € je Fach pro Monat 80,00 € je Fach pro Monat 60,00 € je Fach pro Monat
	Prospektfach für Potsdamer Veranstaltungen mit Provisionsregelung (mind. 10 %) und Online-Ticketvertrieb	Kostenfrei
<b>Infopaketversand</b>	Beilage zum Infopaket der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH	0,20 € pro Flyer pro ausgesandtem Infopaket

<b>Bildschirmpräsenz in den Potsdamer Tourist Informationen</b>	Angebot A (Angebot mit Standbild): 4-12 Wochen  Angebot B (Exklusives Angebot mit Stand- oder Bewegbild): 1-3 Wochen	60,00 € - 280,00 €  60,00 - 180,00 €
<b>Produkte in den Potsdamer Tourist Informationen</b>	Vertrieb von regional- und potsdamtypischen Produkten	Auf Anfrage (Kommissions- oder Provisionsabrechnung)
<b>Übernachtungsanbieter</b>	Eingabe der Stammdaten ins Buchungssystem nach abgeschlossenem Vermittlungsvertrag	Kostenfrei
	Darstellung und Buchbarkeit der angebotenen Leistungen über alle relevanten Vertriebskanäle der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH	10% Provision vom Endpreis für jede erfolgreich vermittelte Buchung
	Anschluss an den Brandenburger Buchungsverbund sowie weiterer Vertriebskanäle wie bestfewo.de	Kostenfrei, für Buchungen fällt die vereinbarte Provision an
<b>Anbieter von touristischen Bausteinen</b>	Darstellung und Buchbarkeit der angebotenen Leistungen über alle relevanten Vertriebskanäle der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH	10 % Provision vom Endpreis des Bausteins für jede erfolgreich vermittelte Buchung

#### 5.4 Internetauftritte

Das Online Marketing der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH soll zukünftig stärker ausgebaut werden. Bisher bestehen folgende Angebote:

Rubrik	Beteiligung	Kosten (zzgl. MwSt.)
<b>Veranstaltungsdatenbank</b>	Eingabe von bis zu 10 Veranstaltungen pro Jahr	Kostenfrei
	Eingabe ab 11 bis 50 Veranstaltungen	200,00 €
	5 Änderungen auf 50 Veranstaltungen	Kostenfrei
	Mehr als 5 Änderungen	15,00 € je angefangene Arbeitsstunde
	Platzierung einer Veranstaltung auf der Startseite <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a>	100,00 € je Veranstaltung für eine Woche
<b>Headerbilder</b>	Integration des Headerbildes auf ausgewählten Seiten von <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a> ; <a href="http://www.tagen-in-potsdam.de">www.tagen-in-potsdam.de</a> oder auf <a href="http://www.gruppenreisen-in-potsdam.de">www.gruppenreisen-in-potsdam.de</a>	30,00 € pro Monat (mind. 3 Monate)

<b>Eintrag von Tagungshotels, Tagungsstätten und Eventlocations auf <a href="http://www.tagen-in-potsdam.de">www.tagen-in-potsdam.de</a></b>	Eintrag mit Kontaktdaten, Website, Beschreibungstext, bis zu 10 Bilder	150,00 € pro Jahr
<b>DAMAS Brandenburg- Informationsdatenbank</b>	Dateneingabe (Text und Bild)	Kostenfrei
	Top-Einträge auf ausgewählten Seiten auf <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a>	200,00 € pro Halbjahr
<b>Übernachtungsangebote über <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a></b>	Angabe der Website des Übernachtungsanbieters	100,00 € pro Jahr
<b>Touristische Angebote über <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a></b>	Platzierung von redaktionellen Beiträgen des touristischen Angebots eines Leistungsträgers	Auf Anfrage
<b>Blogeintrag auf <a href="http://www.potsdamtourismus.de">www.potsdamtourismus.de</a></b>	Platzierung eines Blogbeitrags über einen Potsdamer Lieblingsort mit persönlicher Nennung und Abbildung (keine Eigenwerbung möglich)	Kostenfrei
<b>Potsdam Newsletter</b>	Platzierung eines Artikels	80,00 €
<b>Internationale Vermarktung der Übernachtungsangebote, touristische Bausteine oder Tagungstätten</b>	Übersetzung pro Leistung ins Englische	Einmalig 80,00 €

Unter der bereits etablierten Domain **www.potsdamtourismus.de** betreibt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ein touristisches Informations- und Buchungsportal für die Destination Potsdam. Die Inhalte des touristischen online Portals werden auf Deutsch angeboten. Das technische Design ist barrierefrei optimiert und responsive, d.h. die Ausgabe ist auf unterschiedlichsten Geräten (PC, Tablet, Smartphone) möglich.

Als wichtiger Bestandteil des Auslandsmarketings der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH wird die englische Webseite **www.potsdam-tourism.com** im Jahr 2017 grundlegend aufbereitet. Die Website sowie der derzeitige Content konnten von der TMB Tourismus-Marketing und Brandenburg im Jahr 2016 übernommen werden.

Die Websites **www.tagen-in-potsdam.de** sowie **www.gruppenreisen-in-potsdam.de** wurden im Zuge der Neuauflage des Gruppenreiseplaners und Tagungs- und Eventplaners aktualisiert. 2017 sieht eine komplett Überarbeitung der korrespondierenden englischen Domains vor.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH plant langfristig Relaunches der Seiten **www.tagen-in-potsdam.de**, **www.gruppenreisen-in-potsdam.de**, **www.potsdam-tourism.com** durchzuführen.

Unter **www.potsdam-marketing.de** betreibt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eine Partnerwebsite, die aktuelle Informationen zur PMSG, Marketingaktivitäten sowie Pressemitteilungen und weiteres zur Verfügung stellt (vgl. 4.5 Binnenkommunikation).

Ansprechpartner für die Internetauftritte ist Anne Robertshaw (vgl. Wir über uns).

### **5.5 Messen**

Auf den folgenden Messen präsentiert sich die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH als Anschließter mit eigenem Counter unter dem Dach der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH:

#### **Reisen Hamburg 2017**

Termin: 08. – 12.02.2017

Ort: Hamburg

Zielgruppe: Endverbraucher und Fachpublikum

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (190,00 € zzgl. MwSt.) und Standbeteiligung auf Anfrage

#### **ITB Berlin 2017**

Termin: 08. – 12.03.2017

Ort: Berlin

Zielgruppe: Endverbraucher und Fachpublikum

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (300,00 € zzgl. MwSt.) und Standbeteiligung auf Anfrage

#### **Brandenburgischer Reisemarkt 2017**

Termin: 1. April und 7. Oktober

Ort: Berliner Ostbahnhof

Zielgruppe: Endverbraucher

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (49,00 € zzgl. MwSt.) und Standbeteiligung auf Anfrage

#### **9. Brandenburg-Tag in Spandau 2017**

Termin: 22. April 2017

Ort: Marktplatz in der Altstadt von Berlin-Spandau

Zielgruppe: Endverbraucher

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (49,00 € zzgl. MwSt.) und Standbeteiligung auf Anfrage

#### **26. Berliner Reismesse in Spandau 2017**

Termin: 16. und 17. September 2017

Ort: Autohaus BMW Neffzger, Berlin-Spandau

Zielgruppe: Endverbraucher

Beteiligungsmöglichkeit: Prospektservice (49,00 € zzgl. MwSt.) und Standbeteiligung auf Anfrage

Zusätzlich beteiligt sich die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH durch die Inanspruchnahme eines Prospektservice und/oder durch personelle Beteiligung mit

verschiedenen Kooperationspartnern auf unterschiedlichen Messen wie der IRMA (Internationale Reha- und Mobilitätsmesse mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH), Beach&Boat (mit der WIR – Initiative), usw.

Ansprechpartner für Messekooperationen ist Christiane Schalk (vgl. Wir über uns).

### **5.6 Verkaufsreisen**

Verkaufsreisen mit Besuchen relevanter Partner der Reiseindustrie (Reiseveranstalter, Busreiseunternehmen, etc.) werden für 2017 als Marktaktivität geplant. Ziel ist es, dass die Landeshauptstadt Potsdam als Reiseziel in die Programme der Reiseveranstalter aufgenommen wird bzw. dass die Programme ausgebaut werden.

Termin: Frühjahr/ Herbst 2017

Ort: Süddeutschland/ Norddeutschland

Zielgruppe: Reiseindustrie

Beteiligungsmöglichkeit: Mitnahme 1 Potsdamer Partners

Kosten pro Termin: 480,00 € zzgl. MwSt. und Reisekosten

Ansprechpartner für Verkaufsreisen ist Nannette Neitzel (vgl. Wir über uns).

### **5.7 FAM-Trips**

FAM-Trips dienen dazu, Partner der Reiseindustrie mit der Destination Potsdam vertraut zu machen und nach Potsdam einzuladen. Sie werden von der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH gemeinsam mit Potsdamer Partnern geplant und durchgeführt. Ziel ist es, die Produktkenntnis sowie den Vertrieb der Reiseveranstalter zu erhöhen.

Termine: auf Anfrage

Ort: Potsdam

Art: Vorortbesichtigung/Kennenlernreise

Zielgruppe: Gruppenreiseveranstalter/MICE

Beteiligungsmöglichkeit: nach Absprache

Kosten pro Termin: Beteiligung durch Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsträger

### **5.8 Leserreise Busblickpunkt**

Gemeinsam mit dem Fachmagazin Busblickpunkt plant die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH eine Leserreise für Busveranstalter durchzuführen (inkl. zwei redaktionellen Beiträgen im Busblickpunkt). Ziel ist es, die Nachfrage für Gruppenreisen nach Potsdam zu stärken.

Termin: offen

Ort: Potsdam

Art: Leserreise

Zielgruppe: Gruppenreiseveranstalter

Beteiligungsmöglichkeit: auf Anfrage, Maßnahme ist nur bei Beteiligung von mind.

6 Partnern durchführbar

Kosten: Eigenanteil an Gesamtkosten sowie Beteiligung durch Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsträger

Ansprechpartner für Verkaufsfahrten ist Nannette Neitzel (vgl. Wir über uns).

### **5.9 Auslandsmarketing**

Es ist eine enge werbliche Zusammenarbeit, insbesondere für die Bearbeitung der ausländischen Märkte, mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH sowie ergänzend mit der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) geplant. Die primären Quellmärkte sind die Niederlande mit mehr als 5.000 Ankünften, Großbritannien, die Schweiz, Polen, Spanien und die USA mit mehr als 3.000 Gästeankünften in 2015 (vgl. BTE, 2016, S. 57).

#### **GTM Germany Travel Mart™**

Den größten Incoming-Workshop für das Reiseland Deutschland richtet die Bayern Tourismus Marketing GmbH gemeinsam mit der DZT vom 7. bis 9. Mai 2017 aus. Die Veranstaltung findet in Nürnberg statt. Deutsche Anbieter treffen mit den entscheidenden Einkäufern der internationalen Reisebranche zusammen. Ziel der Teilnahme ist, Kontakte aufzubauen und zu pflegen, um zu erreichen, dass Potsdam in die Programme der internationalen Reiseveranstalter aufgenommen wird. Dadurch sollen mehr ausländische Übernachtungen in Potsdam generiert werden.

#### **Historic Highlights of Germany e.V. – Vertriebsprojekt VIATOR**

Die Werbegemeinschaft Historic Highlights of Germany e.V. bringt gemeinsam mit dem Anbieter VIATOR ein gemeinsames Vertriebsprojekt auf den Weg, um über eine zeitgemäße, globale Plattform mit Angeboten und Destinationsinformationen vertreten zu sein.

Zielgruppengerechte Packages werden in einer zeitgemäßen OTA-Plattform (Online-Travel-Agency) präsentiert. Adressaten sind internationale Reiseveranstalter, die so einfach und bequem Packages für ihre Kunden buchen können. Themenschwerpunkte sind unter anderem Weihnachtsmärkte und Weinreisen. Passend zu den Themenkampagnen werden Hauptpackages eingestellt, die von Themenbausteinen ergänzt werden. Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH wird die Plattform nutzen, um das touristische Potsdamer Angebot im Ausland buchbar zu machen.

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH wird die Möglichkeiten der Auslandswerbung der Historic Highlights of Germany für die Märkte China, Japan, UK und USA nutzen und somit bei allen Maßnahmen laut HHoG-Marketingplan mit vertreten sein.

#### **UNESCO-Welterbe**

Präsentation der UNESCO-Welterbestätten in Potsdam über den UNESCO-Welterbe Deutschland e.V. auf der gemeinsamen Homepage [www.unesco-welterbe.de](http://www.unesco-welterbe.de) und in den Printpublikationen. Partizipation an den von der DZT unterstützten Marketingaktivitäten und Pressereisen.

**DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. Niederlande**

Mit rund 11,2 Mio. Übernachtungen generiert der niederländische Quellmarkt 15 % der gesamten weltweiten Auslandsübernachtungen in Deutschland. Deutschland ist das Reiseland Nummer 1 der Niederländer vor Frankreich, Spanien und Belgien.

In Kooperation mit der DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. der Niederlande sind vorläufige Marketingmaßnahmen für 2017 geplant:

- Luther 2017 - Jubiläum 500 Jahre Reformation
- „Kurz | Nah | Weg“

Die genannten Marketingmaßnahmen werden in erster Linie in den sozialen Medien und über Newsletter und Mailings gespielt.

Darüber hinaus beteiligt sich die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH an den Aktivitäten der Arbeitsgemeinschaft Oranieroute gemäß Oranieroute-Marketingplan 2017 (Werbegemeinschaft unter der Federführung der DZT Niederlande).

**Prospektservice der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg - Messebeteiligungen 2017**

Bei einer Vielzahl von Messen im Ausland ist die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH vertreten. Eine Beteiligung der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist in Form von Prospektauslage für die folgenden Messen geplant:

- Vakantiebeurs Utrecht (NL) (10.01. – 15.01.2017)
- Ferien Wien (A) (12.01. – 15.01.2017)
- Ferienmesse St. Gallen (CH) (20.01. – 22.01.2017)
- FESPO Zürich (CH) (26.01. – 29.01.2017)
- Tour Salon Poznan (PL) (17.02. – 19.02.2017)
- Ferie for alle Herning (DK) (24.02. – 26.02.2017)
- For Bikes Prag (CZ) (31.03. – 02.04.2017)
- Picknick an der Oder Stettin (PL) (13. - 14.05.2017)
- Johannismarkt Poznan/ Festival des guten Geschmacks (PL) (Juni 2017)/ (August 2017)
- Meerestaget Stettin/Tall Ship Race (PL) (Juni 2017)/ (05.08. - 08.08.2017)
- Vagabond Kopenhagen (DK) (Oktober 2017)

**Städtepartnerschaft**

In Kooperation mit der Landeshauptstadt Potsdam werden die touristischen Produkte in Opole in Polen im Mai 2017 vorgestellt.

Ansprechpartner für das Auslandsmarketing ist Christiane Schalk (vgl. Wir über uns).

### **5.10 Presseaktivitäten und Newsletter**

Für Medienvertreter und Reisefachredaktionen werden gezielte Informationen und Angebote auf der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH Webseite bereitgestellt sowie ein intensiver Kontakt aufgebaut und gepflegt. Weiterhin werden regelmäßig Newsletter und Pressemitteilungen an Pressekontakte versendet.

#### **Pressebereich auf der Webseite**

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH unterstützt Journalisten bei ihren Recherchen zu Potsdam unter [potsdam-marketing.de/presse/](http://potsdam-marketing.de/presse/). Auf der Webseite können sich Journalisten für den Newsletter der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH anmelden und somit in den Presseverteiler aufgenommen werden. Der Versand des Presse-Newsletters ist quartalsweise geplant.

Beteiligungsmöglichkeit: Zulieferung eines Presseartikels inkl. Bild  
Kosten: 80,00 € pro Newsletter zzgl. MwSt.

Zusätzlich stellt die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH umfangreiche Pressemappen inklusive Stadtplan, Reiseplaner und informativen Printprodukten sowie Recherchematerialien und weiterführenden Pressekontakten aus Potsdam zur Verfügung.

Aktuelle Presstexte sowie ergänzend Pressemitteilungen touristischer Partner über Potsdam werden zur freien Verfügung auf Deutsch und Englisch auf der Webseite veröffentlicht. Auch Statistiken und ein Fotonutzungszugang sind integriert.

Beteiligungsmöglichkeit: Zulieferung von Presstexten in DE/EN  
Kosten: 50,00 € pro Pressemitteilung für 6 Monate zzgl. MwSt.

#### **Pressereisen**

Die Durchführung von Pressereisen nach Potsdam erfolgt in enger Abstimmung mit touristischen Leistungsträgern und mit Partnern der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sowie mit der DZT - Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. und der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Aktuelle Informationen zu Pressereisen der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH sind auf [www.potsdam-marketing.de/presse](http://www.potsdam-marketing.de/presse) zu finden.

Über das ganze Jahr hinweg werden individuelle Pressereiseanfragen unter [presse@potsdamtourismus.de](mailto:presse@potsdamtourismus.de) entgegen genommen und organisiert. Insbesondere in den Sommermonaten ist eine erhöhte Nachfrage zu spüren. Für April 2017 ist eine thematische Pressereise mit max. 10 Teilnehmern geplant. Dabei stehen die individuelle Betreuung der Journalisten vor Ort und eine einladende Zusammenstellung des Programms in Potsdam im Vordergrund.

Beteiligungsmöglichkeit: Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsträger  
Kosten: auf Anfrage

#### **rbb**

In Kooperation mit dem rbb werden touristische Partner in dem Format *rbb um 4* im Rahmen einer wiederkehrenden Verlosung dem Publikum vorgestellt. Eine enge

Zusammenarbeit insbesondere mit der Potsdamer Hotellerie ist Voraussetzung für eine medienwirksame Vermarktung Potsdams.

Beteiligungsmöglichkeit: Bereitstellung von Sachleistungen der Leistungsträger  
Kosten: auf Anfrage

### **Redaktioneller Beitrag in der punkt 3 (DB Regio)**

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH liefert alle zwei Wochen für die Zeitung punkt 3 (DB Regio) eine 1/3 Seite redaktionellen Inhalt. Partner können sich mit touristischen Veranstaltungen oder Highlights beteiligen. Weitere Informationen sind unter [www.potsdam-marketing.de/marketing/](http://www.potsdam-marketing.de/marketing/) zu finden.

Beteiligungsmöglichkeiten:

Angebot A (Text bis zu 350 Zeichen mit Foto, Angabe Internetseite)

Kosten: 110,00 € zzgl. MwSt.

Angebot B (Text bis zu 350 Zeichen, Angabe Internetseite)

Kosten: 80,00 € zzgl. MwSt.

Ansprechpartner für den Pressebereich ist Christiane Schalk (vgl. Wir über uns).

### **5.11 Gruppen Service und Tagungs Service**

Ansprechpartner speziell für Gruppenreisen nach Potsdam ist der Gruppen Service der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Es werden Anfragen von Reiseveranstalter, Privatpersonen und Vereinen bearbeitet. Zu den Aufgaben gehören:

- Hotelvermittlungen und Abendveranstaltungen
- Organisation von Programmen, Tagesfahrten, Mehrtagesfahrten
- Vermittlung von Stadtrundfahrten, thematische Rundgänge
- Vermittlung von Transfers und Busanmietung

#### **Kontakt**

Gruppen Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 50

Fax: +49 (0)331 275 58 59

E-Mail: [gruppen@potsdamtourismus.de](mailto:gruppen@potsdamtourismus.de)

Internet: [www.gruppenreisen-in-potsdam.de](http://www.gruppenreisen-in-potsdam.de)

Der Tagungs Service ist der Ansprechpartner für Tagungen, Incentives und Meetings in Potsdam der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH. Zu den Aufgaben gehört:

- Vermittlung von Übernachtungen, Catering, Rahmenprogrammen
- Organisation von besonderen Events
- Vermittlung von Stadtrundfahrten & thematische Rundgänge
- Organisation von Abendveranstaltungen
- Vermittlung von Locations
- Vermittlung von Transfers und Busanmietung

**Kontakt**

Tagungs Service

Telefon: +49 (0)331 275 58 54

Fax: +49 (0)331 275 58 59

E-Mail: [tagen@potsdamtourismus.de](mailto:tagen@potsdamtourismus.de)

Internet: [www.tagen-in-potsdam.de](http://www.tagen-in-potsdam.de)

Beteiligungsmöglichkeit: Integration von provisionsfähigen Gruppenbausteinen für die Vermittlung durch den Gruppen Service und Tagungs Service  
Kosten: 10 % Provision für jede erfolgreich vermittelte Buchung

## 6 Wir über uns

Die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist ein Tochterunternehmen des städtischen Unternehmensverbundes ProPotsdam GmbH und wurden gemäß Beschluss der Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam vom 1. Juli 2015 mit der Wahrnehmung von Dienstleistungsaufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse in den Bereichen Tourismus- und Kulturmarketing mit Wirkung ab dem 1. August 2015 bis zum 31. Dezember 2017 betraut.

Die Biosphäre Potsdam GmbH ist die Tochtergesellschaft der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH und übernimmt für die PMSG als Dienstleistung die Buchhaltung und das Personalmanagement.

Organe der Gesellschaft sind die Gesellschafterversammlung und die Geschäftsführung. Für die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH ist, unter Berücksichtigung von saisonalen Schwankungen, ein Personalstamm von ca. 25-30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie ggf. saisonalen studentischen Aushilfen und Minijobs, notwendig.

Weiterhin arbeitet die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH mit freiberuflichen Honorarkräften und selbständigen Unternehmern zusammen, dazu zählen auch ca. 55 Gästeführerinnen und Gästeführer, die Besucher der Destination Potsdam in zwölf Sprachen betreuen.

Die Finanzierung der Vermarktung der Tourismusdestination Potsdam wird, soweit der Aufwand nicht durch Erlöse der Gesellschaft gedeckt werden kann, durch die Landeshauptstadt Potsdam durch einen Verlustausgleich in Form eines Zuschusses gesichert.

**PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH**  
**Humboldtstraße 1-2**  
**14467 Potsdam**

**POTSDAM**  
**MARKETING**  
**UND SERVICE**

## **6.1 Ansprechpartner**

Folgende Ansprechpartner stehen Ihnen bei der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH zur Verfügung:

### **Raimund Jennert**

Geschäftsführer

Telefon: +49 (0)331 275 58 15

E-Mail: [raimund.jennert@potsdamtourismus.de](mailto:raimund.jennert@potsdamtourismus.de)

### **Eckhard Schaaf**

Geschäftsführer

Telefon: + 49 (0)331 550 74 0

E-Mail: [eckhard.schaaf@potsdamtourismus.de](mailto:eckhard.schaaf@potsdamtourismus.de)

### **Christiane Schalk**

Leitung Marketing und PR

Telefon: +49 (0)331 275 58 19

E-Mail: [christiane.schalk@potsdamtourismus.de](mailto:christiane.schalk@potsdamtourismus.de)

### **Nannette Neitzel**

Leitung Gruppen Service

Markenmanagerin & Binnenkommunikation

Telefon: +49 (0)331 275 58 17

E-Mail: [nannette.neitzel@potsdamtourismus.de](mailto:nannette.neitzel@potsdamtourismus.de)

### **Anne Robertshaw**

Leitung Online Marketing & Vertrieb

Telefon: +49 (0)331 275 58 18

E-Mail: [anne.robertshaw@potsdamtourismus.de](mailto:anne.robertshaw@potsdamtourismus.de)

### **Stefanie Weißflog**

Leitung Tourist Informationen

Telefon: +49 (0)331 275 58 20

E-Mail: [stefanie.weissflog@potsdamtourismus.de](mailto:stefanie.weissflog@potsdamtourismus.de)

## **6.2 Allgemeine Kontakte**

### **Gruppen Service**

Telefon: +49 (0)331 275 58 50

E-Mail: [gruppen@potsdamtourismus.de](mailto:gruppen@potsdamtourismus.de)

### **Tagungs Service**

Telefon: +49 (0)331 275 58 54

E-Mail: [tagen@potsdamtourismus.de](mailto:tagen@potsdamtourismus.de)

### **Service Center**

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99

E-Mail: [info@potsdamtourismus.de](mailto:info@potsdamtourismus.de)

### **Presse**

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99

E-Mail: [presse@potsdamtourismus.de](mailto:presse@potsdamtourismus.de)

### **Meldung zum Veranstaltungskalender**

E-Mail: [veranstaltung@potsdamtourismus.de](mailto:veranstaltung@potsdamtourismus.de)

## 7 Literaturverzeichnis

### **Internetseiten**

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2016): [www.statistik-berlin-brandenburg.de](http://www.statistik-berlin-brandenburg.de)

Stadt trifft Kirche (2016): [www.potsdam.de/stadt-trifft-kirche](http://www.potsdam.de/stadt-trifft-kirche)

Cluster Tourismus (2016): [www.tourismuscluster-brandenburg.de/de/Kontakt](http://www.tourismuscluster-brandenburg.de/de/Kontakt)

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (2016): [www.visitberlin.de/de](http://www.visitberlin.de/de)

### **Publikationen**

BTE Tourismus- und Regionalberatung (2016) *Entwurf Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt Potsdam*. Berlin

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2016) *Präsentation Markenentwicklungsworkshop*, 19.9.2016 in Potsdam

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2015) *Tourismus. Marke. Brandenburg. Neue Tourismusmarke in 36 Minuten verstehen*. Potsdam

## 8 Impressum

Herausgeber:

PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH  
Im Unternehmensverbund ProPotsdam  
Georg-Hermann-Allee 99  
14469 Potsdam

PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH  
Humboldtstraße 1-2  
14467 Potsdam

Sitz der Gesellschaft: Potsdam

Geschäftsführung: Eckhard Schaaf, Raimund Jennert  
Amtsgericht Potsdam, HRB 19271 P  
Steuernummer 046/126/00584

Betraut von der Landeshauptstadt Potsdam mit dem touristischen und kulturellen Marketing.



*Stand: Oktober 2016*

*Bildnachweis: Nikolaikirche © pure-life-pictures/fotolia.com*