



Information 2019

Potsdam, 04.03.2019

Tourismus in Potsdam: Neue Rekordergebnisse

„Der Tourismus in der Landeshauptstadt Potsdam ist und bleibt eine Erfolgsgeschichte. Bereits zum siebten Mal in Folge liegt die Anzahl der Übernachtungen bei über einer Million und auch alle anderen Kennzahlen weisen einen positiven Trend auf.“ Das erklärt Oberbürgermeister Mike Schubert heute auf der Pressekonferenz der Landeshauptstadt Potsdam zur Internationalen Tourismusbörse (ITB) Berlin.

Mehr als 1,2 Millionen Übernachtungen konnten 2018 in Brandenburgs Landeshauptstadt verzeichnet werden. Damit stieg die Zahl um beeindruckende 9,1 % im Vergleich zum Vorjahr, nämlich von genau 1.171.431 auf 1.277.928 Übernachtungen. Diese Steigerung ist auch im Vergleich zur Entwicklung des Deutschland-Tourismus überdurchschnittlich. Von Januar bis Dezember 2018 wurden 550.173 Gästeankünfte verzeichnet. Das bedeutet einen Zuwachs um 8,2 % und ist besonders erfreulich. Die 6.086 Betten in Potsdam waren 2018 im Jahresdurchschnitt zu 54,5 % ausgelastet. Auch hier sind Steigerungen zu verzeichnen.

Erfreulich ist ebenfalls die gestiegene Zahl der Ankünfte ausländischer Gäste. Diese hat sich 2018 um mehr als 5 % im Vergleich zum Vorjahr auf 54.871 Ankünfte gesteigert. Auch die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Potsdam hat sich erheblich erhöht. Wurde 2017 noch ein kleiner Rückgang verzeichnet, ist nun ein Zuwachs von 8,6 % auf 132.113 Übernachtungen im Jahr 2018 zu verzeichnen. Mike Schubert bemerkt dazu: „Dieser Trend freut uns sehr, denn die internationale Ausrichtung unserer Stadt liegt uns besonders am Herzen.“

Die Zahlen belegen, dass der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor mit hoher Dynamik und besten Perspektiven für weiteres Wachstum ist. Potsdam ist ein attraktives Städtereiseziel, das nicht nur von Übernachtungsgästen, sondern auch sehr stark von Tagesbesucherinnen und

-besuchern profitiert. Die stetig positive Entwicklung der touristischen Bilanz Potsdams ist das Ergebnis einer guten Zusammenarbeit zwischen den touristischen und kulturellen Leistungsträgern einerseits und der Landeshauptstadt Potsdam und ihrem betrauten Unternehmen, der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH, andererseits.

Nun geht es darum, diesen Trend fortzuschreiben und sich den aktuellen Herausforderungen zu stellen. Dazu gehört sowohl das veränderte Buchungsverhalten der Gäste im digitalen Wandel als auch die Fokussierung auf das Thema Auslandsmarketing. Das Spektrum und die Qualität der touristischen Angebote werden fortlaufend evaluiert und den Bedürfnissen der Gäste angepasst. Ziel ist es, Angebote zu schaffen, welche die touristische Nebensaison in den Mittelpunkt rücken.

Im Rahmen der Tourismuskonzeption 2025 der Landeshauptstadt Potsdam konnten im vergangenen Jahr viele Handlungsschwerpunkte aufgegriffen und Maßnahmen umgesetzt oder angestoßen werden. Dabei sind alle touristischen Akteure der Stadt eingeladen, sich ebenfalls zu beteiligen. Verschiedene Formate der Beteiligung wurden angeboten und von den Partnern sehr gut angenommen. So fanden 2018 erstmalig ein Potsdamer Tourismustag sowie ein BarCamp und weitere Produktworkshops statt. Diese Angebote wird es auch 2019 geben.

Tourismus ist ein Querschnittsthema. Viele Projekte kommen nicht nur den Gästen, sondern auch den Bewohnerinnen und Bewohnern Potsdams zugute. Dazu verweist Oberbürgermeister Mike Schubert unter anderem auf die unterschiedlichen Veranstaltungsformate, die in diesem Jahr im Rahmen des 200. Geburtstages Theodor Fontanes stattfinden. Neben der zentralen Ausstellung im Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte, wird sich der diesjährige UNESCO-Welterbetag am 1. Juni 2019 dem Thema Fontane widmen. Ort der Veranstaltung wird die Villa Quant, Sitz des Fontane-Archivs, sein. Potsdam wird weiterhin Teil einer durch Brandenburg führenden Radroute sein, welche die literarische und biografische Spur Theodor Fontanes aufnimmt. Weiterhin wird im Potsdamer Ortsteil Uetz eine Fontane-Informationstele aufgestellt.

Das Stadtbild Potsdams ist von internationalen Einflüssen geprägt. Holländer, Böhmen, Franzosen, Schweizer, Russen – diese und viele weitere Nationalitäten gaben der Stadt ihre besondere Form. Auch der italienische Einfluss ist unverkennbar. Vorbilder aus Italien waren Impuls für berühmte Bauherren, Architekten und Landschaftsgestalter, waren inspirierend für Schlösser, Kirchen, öffentliche Gebäude, wie das Alte Rathaus oder den Palast Barberini, aber auch für prächtige Wohnhäuser. Seit 1990 gibt es eine Städtepartnerschaft zwischen Potsdam und Perugia, der Hauptstadt der Region Umbrien. Inspiriert durch die Ausstellung „Wege des Barock. Die

Nationalgalerien Barberini Corsini in Rom“, die von Juli bis Oktober 2019 im Museum Barberini zu sehen sein wird, steht Potsdam in diesem Jahr ganz im Zeichen Italiens. Die Landeshauptstadt Potsdam, die PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH, das Museum Barberini und die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg haben Kulturakteure, Kirchen, Vereine und Unternehmen dazu eingeladen, in diesem Jahr unter der Überschrift „Italien in Potsdam“ attraktive Angebote für Einwohner und Besucher zu entwickeln. Der Veranstaltungsreigen, der eine Kombination aus Unterhaltung, Emotion und Wissensvermittlung verspricht, hat bereits im Januar mit der Veranstaltung „Unterwegs im Licht“ in der Potsdamer Mitte begonnen und hält Lesungen, Vorträge, Führungen, Konzerte, Ausstellungen und Feste bis zum Ende des Jahres bereit.

Ab Herbst dieses Jahres wird eine Veranstaltungsreihe starten, die sich mit den Zäsuren der Geschichte befasst und dabei den Fokus auf Potsdam legt. Dabei spielen Themen wie das Ende des Zweiten Weltkriegs, die Potsdamer Konferenz, der Bau der Mauer und die friedliche Revolution und Wiedervereinigung eine Rolle. Höhepunkt und Abschluss werden die Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit, die am 3. und 4. Oktober 2020 in der Landeshauptstadt Potsdam stattfinden, sein. Gemeinsam mit dem Land Brandenburg werden alle Vorbereitungen für die Ausrichtung dieser zentralen Veranstaltung getroffen.

Die Leiterin der Abteilung Marketing der PMSG Potsdam Marketing und Service Gesellschaft, Anne Robertshaw, berichtet über neue touristische Produkte. So zielt „Potsdams exotische Winterbox“ auf die Belebung der Nebensaison ab. Das Produkt, an dem sich bislang zehn Partner beteiligen, ist von Oktober bis März buchbar. Die Fortführung und Erweiterung um Übernachtungsangebote der Aktion ist geplant. Der geführte Rundgang „Kunst am Fluss“ wurde im vergangenen Jahr konzipiert und ging Anfang dieses Jahres überaus erfolgreich an den Start. Verbunden durch das Wasser und den Skulpturenpfad „Walk of Modern Art“ präsentieren sich fünf Potsdamer Kunsthäuser gemeinsam – das Potsdam Museum – Forum für Kunst und Geschichte, das Museum Barberini, museum FLUXUS, der Kunstraum Potsdam und die Villa Schöningen. „Im vergangenen und auch in diesem Jahr steht bei mir und meinem Team vor allem die starke Vernetzung mit den touristischen Partnern im Vordergrund, um so effektiv Produkte und Kommunikationsstrategien zu entwickeln, fortzuführen und zu etablieren.“ so Anne Robertshaw heute.

2019 präsentiert sich Potsdam erstmalig als Reisedestination mit einem eigenen Potsdam-Magazin. „Potsdam, Insel großer Gedanken“ greift die Markenessenz der Tourismusmarke Potsdam auf und soll die Leserinnen und Leser zu einem Potsdam-Besuch inspirieren.

Im Fokus: Digitalisierung und Internationalisierung

Insbesondere in der touristischen Vermarktung Potsdams wird der Online-Bereich fortlaufend verstärkt. Zwei neue Websites wurden Ende 2018 gelauncht. Unter www.tagen-in-potsdam.de werden Potsdams Angebote den MICE-Kunden vorgestellt. Einen Beitrag zum Auslandsmarketing leistet die neue Website www.potsdam-tourism.com, die den englisch-sprechenden Endkundenmarkt anspricht. Die PMSG Potsdam Marketing und Service Gesellschaft nimmt am digitalen Kontaktpunktprojekt „Mein Brandenburg“ des Landes Brandenburg teil. Kunden der Tourist Informationen können im hauseigenen freien WLAN mit ihren eigenen digitalen Endgeräten Informationen aus den touristischen Datenbanken abrufen. So kann schnell auf Veranstaltungen und interessante Sehenswürdigkeiten in der Nähe hingewiesen werden. Ende März 2019 werden in den Tourist Informationen digitale Informationsstelen aufgebaut. Auch darüber können Gäste Online-Informationen zu Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten abrufen.

Durch den Abschluss strategischer Allianzen wird das Reiseziel Potsdam verstärkt auf ausländischen Märkten präsentiert. So gibt es beispielsweise Beteiligungen an den Marketingaktivitäten der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), dem UNESCO Welterbestätten e.V., Historic Highlights Germany e.V. und der Tourismus Marketing Brandenburg (TMB). In diesem Kontext erfolgen Teilnahmen an Messen in Europa aber auch weltweit. Auf ganz besondere Weise wird das Potsdamer UNESCO-Welterbe in die Welt getragen. Als eine von insgesamt 34 europäischen Welterbestätten wird Potsdam auf der Internetseite „EU World Heritage Journeys“ www.visiteuworldheritage.com vorgestellt. Dieses Projekt wird von den Partnern PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH und Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg gemeinsam bearbeitet.

Auf der ITB wird sich die Landeshauptstadt Potsdam in Halle 12 (Stand 101), der Brandenburg-Halle, präsentieren. Dabei tritt Potsdam als Reiseziel gemeinsam mit den Partnern Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg und Museum Barberini auf.

Alle Informationen zu Veranstaltungen im Kontext „Italien in Potsdam“

(<https://www.potsdam.de/italien-potsdam>) sowie zur Tourismuskonzeption 2025

(<https://www.potsdam.de/tourismuskonzeption-2025-der-landeshauptstadt-potsdam>) der

Landeshauptstadt Potsdam sind online zu finden.