POTSDAM

POTSDAM
MARKETING
UND SERVICE

PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

Stand: August 2023

Inhaltsverzeichnis

1. PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH 2
1.1 Entwicklung zur Destination Management Organisation 2
1.2 Leitbild der PMSG 3
1.2.1 Nachhaltigkeit 4
1.2.2 Digitalisierung 5
1.2.3 PMSG bildet aus 5
1.3 Kooperationspartner der PMSG 6
1.3.1 Landeshauptstadt Potsdam 7
1.3.2 Tourismusbeirat 8
2. Strategische Ausrichtung der PMSG 8
3. So funktioniert die PMSG 10
3.1 Kommunikation 11
3.2 Produkt 14
3.3 Vertrieb und Vertriebssysteme 15
3.3.1 Einführung und Nutzung von Public Ticket Solution 16
3.3.2 Buchungs- und Reservierungssystem Lohospo 18
4. Beteiligungsformate und -angebote der PMSG 19

1. PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

Die Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) ist eine Tochtergesellschaft des städtischen Unternehmensverbundes ProPotsdam GmbH. Sie arbeitet auf der Grundlage der Betrauung von 2015 bzw. 2017. Laut Beschluss der Stadtverordnetenversammlung am 7. Juni 2017 wurde die PMSG mit der Weiterführung der Wahrnehmung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing (einschließlich Tourist Information) und damit mit der kontinuierlichen und strategisch ausgerichteten touristischen Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam (LHP) bis längstens Ende 2027 betraut. Der Unternehmenszweck der PMSG umfasst die Umsetzung des Tourismus- und Kulturmarketings der Landeshauptstadt Potsdam. In der Praxis ist das Kulturmarketing aktuell nur bedingt Aufgabe der PMSG.

Unterstützung und Inspiration für die Einhaltung definierter Anforderungen an die Kompetenz- und Aufgabenfelder im Rahmen des internen und externen Prozess- und Qualitätsmanagements holt sich die PMSG von Managementsystemen. So verifiziert die PMSG zum Beispiel ihre jeweiligen Serviceketten mit Hilfe des Schulungs- und Zertifizierungsprogramm von ServiceQualität Deutschland[1] und ist aktuell mit der Stufe 1 ausgezeichnet.

Im regelmäßigen Rhythmus von zwei Jahren werden zudem die Tourist Informationen nach den i-Marke-Kriterien des Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV)[2] geprüft.

1.1 Entwicklung zur Destination Management Organisation

Die PMSG erfüllt eine Vielzahl von Marketingaufgaben und setzt sich aktiv mit Fragestellungen und Lösungen auseinander, wie sie ihren Gesellschaftszweck unter Berücksichtigung von globalen und lokalen Herausforderungen in Zukunft erfüllt. Sie versteht sich allerdings nicht nur als Marketinggesellschaft, sondern befindet sich in der Entwicklung zu einer Destination Management Organisation (DMO)[3]. Dies ist als übergeordnete Zielsetzung im Leitbild der PMSG verankert und entspricht auch den allgemeinen Trends in deutschen Destinationen, sich auch im Management der Destinationen stärker zu engagieren. Zukünftig geht es darum, den Tourismus so zu entwickeln, dass die allgemeine Lebensqualität vor Ort verbessert wird, der Wert der Destination Potsdam steigt und

[1] https://www.q-deutschland.de/q-zertifizierung
[2] https://www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/i-marke.html
[3] Unter dem Begriff Destinationsmanagement wird die strategische Führung und Vermarktung touristischer Destinationen verstanden. In diesem Kontext wird die Destination als selbstständige, marktfähige Wettbewerbseinheit gesehen, die in Konkurrenz zu anderen Destinationen steht.

somit auch die Einwohner der Stadt vom Tourismus profitieren. Dabei ist es wichtig, nachhaltig zu agieren, Reiseströme und Reisezeiträume der Gäste zu beobachten, zu lenken und gegebenenfalls einzugreifen. Ebenso gilt es, Synergien innerhalb der Destination wie auch der benachbarten Reisegebiete zu nutzen.

1.2 Leitbild der PMSG

Das Unternehmensleitbild "Wir verkuppeln Sie mit Potsdam" definiert die Vision, Mission und Werte der PMSG. Das Leitbild dient als wesentliche Grundlage der internen strategischen Unternehmensausrichtung.

Abbildung: Leitbild der PMSG

Unsere Vision

Wir entwickeln uns von einer Destination Marketing Organisation zu einer Destination Management Organisation.

Dabei fokussieren wir uns auf:

- Potsdam als touristische Marke: Wir etablieren die Tourismusmarke Potsdam[4]. Sie wird gelebt und ist bekannt.
- Nachhaltigkeit und Wertschöpfung: Wir sind der touristische Ansprechpartner der Landeshauptstadt Potsdam in einer dynamischen Gesellschaft
- Netzwerken: Wir netzwerken mit touristisch relevanten Partnern und Anbietern, um einen nachhaltigen Effekt sowie weitreichende Wertschöpfung zu erzielen.
- Digitalisierung: Wir nutzen die Digitalisierung, um lokale Informationen weltweit auf digitalen Plattformen zu kommunizieren und für alle jederzeit zugänglich zu machen.
- Tourismus als Wirtschaftsfaktor: Wir festigen den nationalen Bekanntheitsgrad und fördern eine klare Positionierung im internationalen Umfeld.

Unsere Mission

Wir sind Potsdam-Botschafter. Unsere Stadt bietet ein wertvolles Portfolio an Potsdamer Geschichte(n), dass wir mit Überzeugung und Leidenschaft in die Welt tragen.

1.2.1 Nachhaltigkeit

Gemeinsam mit TourCert gGmbH[5] startete die PMSG im 2. Halbjahr 2023 den Prozess der Zertifizierung Potsdams als nachhaltige Reisedestination. Im Zuge des Prozesses verfolgt die PMSG die eigene Zertifizierung als nachhaltiges Unternehmen sowie die Durchführung einer umfassenden Recherche zum Thema nachhaltiger Tourismus. Hierfür werden verschiedene Destinationen und Destination Management Organisationen (DMOs) als Best Practice-Beispiele analysiert.

[4] Weitere Informationen: https://potsdam-marketing.de/marketing/touristische-marke/
Erklärfilm zur Tourismusmarke: https://potsdam-marketing.de/marketing/tourismusmarke-potsdam-erklaerfilm/
[5] https://tourcert.org/

1.2.2 Digitalisierung

Die Digitalisierungskompetenz der PMSG stellt bei der Entwicklung hin zu einer Destination Management Organisation im Bereich des organisationsübergreifenden Datenmanagements einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren und Entwicklungstreiber dar. Dabei legt die PMSG - unternehmensweit und unter Einhaltung und Umsetzung der aktuellen Datenschutzbestimmungen - einen hohen Wert auf den Einsatz und Verwendung moderner Technik.

Die PMSG unterstützt ebenso die Fortentwicklung des landesweiten Datenmanagementsystems für das Contentnetzwerk Brandenburg[6], dem sogenannten Tourism Data Hub (TDH) der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Als Teil des Contentnetzwerk Brandenburg pflegt die PMSG Daten diverser Kategorien der POI[7]- und Veranstaltungsdatenbank sowie des touristischen Online-Management-System TOMAS für die Destination Potsdam. Anbieter und Angebote in den Datenbanken profitieren von den vielen Ausgabekanälen und der damit verbunden einmaligen Reichweite.[8]

Ebenso sind die Datensätze aus dem ContentNetzwerk Brandenburg Grundlage der digitalen Vertriebs- und Kommunikationskanäle der PMSG. Der Content wird auf den Domains der PMSG, externen Websites, Social Media und den digitalen Kontaktpunkten zum Beispiel auf den Stelen „MeinBrandenburg“[9] in den Tourist Informationen ausgespielt.

1.2.3 PMSG bildet aus

Die PMSG trägt dazu bei, Fachkräfte zu fördern und zu qualifizierten Mitarbeitern auszubilden. Während der dreijährigen Ausbildung zu Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit, Dialogmarketing oder Büromanagement durchlaufen die Auszubildenden in dualer Ausbildung alle Abteilungen der PMSG. Aktuell wird geprüft, welche weiteren Ausbildungsberufe in der PMSG ausgebildet werden können.

In Kooperation mit dem DTV bietet die PMSG ihren Auszubildenden als zusätzliche Weiterbildung und Blick über das eigene Ausbildungsunternehmen hinaus, die Möglichkeit eines dreimonatigen Azubi-Tauschs.

Die PMSG ist zusätzlich Praxis-Unternehmen für ein duales Studium. Im Herbst 2023 konnte die erste duale Studentin das Studium BWL/ Tourismus B. A. im dualen Studium an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin beenden. Ab Herbst 2023 wird eine Studierende der IU Hochschule das duale Studium Tourismus-Management aufnehmen mit der PMSG als Praxisbetrieb. In den Praxisphasen durchlaufen die Studierenden alle Abteilungen des Unternehmens.

---

[6] https://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/services/tourismus-datenbank/contentnetzwerk-brandenburg
[7] POI = Point of Interest
[8] https://potsdam-marketing.de/contentnetzwerk-brandenburg/
[9] http://willkommen.potsdamtourismus.de/

Seit Oktober 2019 ist die Ausbilderin der PMSG ehrenamtlich im IHK Prüfungsausschuss tätig.

1.2 Kooperationspartner der PMSG

Die PMSG bildet mit vielen lokalen, regionalen und überregionalen Kooperationspartnern, auch gemeinsam mit der Landeshauptstadt Potsdam, verschiedenste Netzwerke.

Partner und Netzwerke der PMSG

Potsdam[10]	regional[11]	überregional[12]
• Tourismuswirtschaft,-betriebe	• visitBerlin Tourismus und Kongress GmbH	• DZT – Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
• Gästeführer	• TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH	• Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
• Kultureinrichtungen, Sehenswürdigkeiten wie Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg (SPSG)	• Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V. (DEHOGA)	• Historic Highlights of Germany e.V. (HHoG)
• ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH	• Landestourismusverband Brandenburg e.V. (LTV)	• UNESCO Welterbestätten Deutschland e.V. (UWD)
• PMSG Partner-Stammtisch	• Netzwerk „Natur aktiv“	• Deutscher Städtetag
• ERFA-Gruppe der Potsdamer Hotels	• AG Städte mit historischen Stadtkernen	
• etc.	• WIR Wassertourismusinitiative Region Potsdamer und Brandenburger Havelseen	

[10] ***Potsdam:***
Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg: www.spsg.de
ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH: https://www.swp-potsdam.de/de/verkehr/

[11] ***Regional:***
visitBerlin Berlin Tourismus und Kongress GmbH: https://www.visitberlin.de/de
DEHOGA - Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V.: https://www.dehoga-brandenburg.de/
TMB - Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH: https://www.reiseland-brandenburg.de
LTV - Landestourismusverband Brandenburg e.V.: https://www.ltv-brandenburg.de
Netzwerk Natur-Aktiv: https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/netzwerke/netzwerk-natur-aktiv/
AG Städte mit historischen Stadtkernen: https://ag-historische-stadtkerne.de
WIR - Wassertourismusinitiative Region Potsdamer und Brandenburger Havelseen: https://potsdamer-brandenburger-havelseen.de/de/start.html

[12] ***Überregional:***
DZT- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V: https://www.germany.travel/de
DTV - Deutscher Tourismusverband: https://www.deutschertourismusverband.de
HHoG - Historic Highlights of Germany: https://www.historicgermany.travel/en/
UWD - UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.: https://www.welterbedeutschland.de
UNESCO World Heritage Centre: https://www.germany.travel/en/campaign/world-heritage/home.html
Service Qualität Deutschland
Deutscher Städtetag: https://www.staedtetag.de

Unter Federführung der PMSG finden monatlich Stammtische[13] unter Beteiligung touristischer Partner und Stakeholder zu wechselnden Themen statt, um mit ihnen ins Gespräch zu kommen und damit Potsdam im Gespräch bleibt. Der PMSG Partner-Stammtisch ist einer der wesentlichen Vernetzungsformate und bietet eine Plattform für die Zusammenarbeit der touristischen Partner. Auf dem Stammtisch informiert die PMSG aktuell sowie vorausschauend zu Trends, Daten und Entwicklungen. So wird sich zu Neuigkeiten aus den Bereichen Produkt, Kommunikation und Vertrieb, von Seiten unserer Partner sowie von Seiten der PMSG, ausgetauscht. Auch die Themen MICE, Digitalisierung oder Barrierefreiheit stehen regelmäßig auf der Agenda, wie auch Impulsvorträge rund um Social Media.

Auf der Marktseite arbeitet die PMSG mit vielen „Business-to-Business“[14] Partnern (B2B) zusammen.

B2B-Partner der PMSG

Vermittler, Vertriebspartner Touristik / Gruppen	Vermittler, Vertriebspartner MICE
• Busgruppen über Reiseveranstalter, Wiederverkäufer / „Paketer“, Busunternehmen	• Professional Convention Organizer (PCO), Incentive-, Event-Agenturen
• Reisebüros, Reisevermittler	• Tagungsplaner in Firmen, Institutionen, Verbände

Für Veranstaltungsplanungen in der MICE-Destination Potsdam ist das Kongressbüro Potsdam der PMSG der erste Ansprechpartner. Zu den zentralen Aufgaben gehören das Einholen verschiedener Angebote von Potsdamer Tagungshotels und Eventlocations, das Verwalten von Zimmerkontingenten sowie die Organisation von Rahmenprogrammen und Galaabenden. Ebenso werden lokale Serviceanbieter wie Busunternehmen, Caterer, Eventausstatter, Floristen und Künstler vermittelt. Das Kongressbüro Potsdam verantwortet zudem die Vermarktung Potsdams als MICE-Destination. So organisiert das Kongressbüro zusammen mit touristischen Partnern seit 2020 FAM-Trips, führt Mailings durch, beteiligt sich an Workshops und Messen und schaltet Anzeigen in Fachpublikationen.

1.3.1 Landeshauptstadt Potsdam

Die Landeshauptstadt Potsdam (LHP) ist über den Unternehmensverbund ProPotsdam GmbH Gesellschafterin der PMSG. Der Bereich Marketing der LHP betreut die PMSG mittelbewirtschaftend

[13] weitere Informationen zu den PMSG Partner-Stammtischen: https://potsdam-marketing.de/veranstaltungen-2-2/
[14] B2B - Business-to-Business: bezeichnet Geschäftsbeziehungen zwischen zwei oder mehr Unternehmen

und ist ihr erster Ansprechpartner innerhalb der Stadtverwaltung. Darüber hinaus gibt es weitere Fachbereiche in der Stadtverwaltung, mit denen die PMSG projektbezogen zusammenarbeitet.

1.3.2 Tourismusbeirat

Zur dauerhaften Beteiligung der Stakeholder auf strategischer Ebene und zur Verbesserung der Sichtbarkeit und Relevanz des Tourismus ist in 2023 ein Tourismusbeirat durch die PMSG neu berufen worden. Der Tourismusbeirat zählt, unter Vorsitz der PMSG, zu den wichtigsten touristischen Gremien in Potsdam. Ziel des Beirates ist es, die LHP sowie die PMSG in Fragen des Marketings und der Tourismusentwicklung zu begleiten. Die Aufgabe des Tourismusbeirats ist es insbesondere, die Landeshauptstadt in der Umsetzung des Tourismuskonzeptes zu unterstützen und den Tourismus unter Einbeziehung der maßgeblich am Tourismus beteiligten Akteure, wie u. a. Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Mobilität und Verwaltung, nachhaltig und wirtschaftlich weiterzuentwickeln. Eine weitere Aufgabe stellt die Förderung des Austauschs und des Vernetzens der touristischen Akteure untereinander dar und dient der verlässlichen Abstimmung von Stadt-, Tourismus- und Kulturmarketing sowie Citymanagement.

2. Strategische Ausrichtung der PMSG

Auf externer Ebene gründet sich die strategische Ausrichtung der PMSG, neben der Landestourismus Konzeption[15], auf der Vision und den Leitlinien der Tourismusentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam.

Neu Leitlinie	Auf Nachhaltigkeit und Qualität ausgerichtete Tourismusentwicklung	
Weiterentwickelte Vision und neue Mission	Vision-Statement	Mission-Statemetnt
Leitziele abgeleitet aus der Vision	Profilierung	
	Aufenthaltsqualität und Gemeinwohlorientierung	
	Wirtschaftsfaktor Tourismus und lokale/regionale Wertschöpfung	
	Qualität und Nachhaltigkeit in der Freizeit-/Erlebnisinfrastruktur und Beherbergung	
Anspruch	Digitale Kompetenz und barrierefreie Entwicklung in allen Handlungsfeldern entlang der gesamten Customer Journey	

Abbildung: Strategische Unternehmensausrichtung der PMSG

[15] https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/fileadmin/user_upload/Bilder_Dokumente/Clustermanagement/Politik_und_Verwaltung/Landestourismuskonzeption_Brandenburg.pdf

Dabei orientiert sie sich an den Entwicklungszielen, die im optimistischen Szenario unter Berücksichtigung der Profilthemen Kultur, Wasser, Film und MICE in der Tourismuskonzeption 2025[16] formuliert wurden. Im Zuge eines Fortschreibungsprozesses wurden die darin enthaltenen Strategien weiterentwickelt, die Vision angepasst und auch die neue Leitlinie „Auf Nachhaltigkeit und Qualität ausgerichtete Tourismusentwicklung“ aufgenommen. Somit wurde die Tourismuskonzeption 2025 zum neuen Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Potsdam (TK der LHP)[17].

Unter Berücksichtigung der externen Grundlagen erarbeitete die PMSG für die interne Verwendung das Strategiepapier „Strategische Marketingplanung der PMSG“ mit langfristig definierten Handlungszielen. Die daraus resultierenden Projekte und Aufgaben, die sich im jährlichen Marketingplan der PMSG[18] wiederfinden, werden entsprechend dem Marketing-Mix den Bereichen Produkt, Kommunikation und Vertrieb zugeordnet und durch die jeweiligen Teams der PMSG umgesetzt.

Zielsystem der PMSG

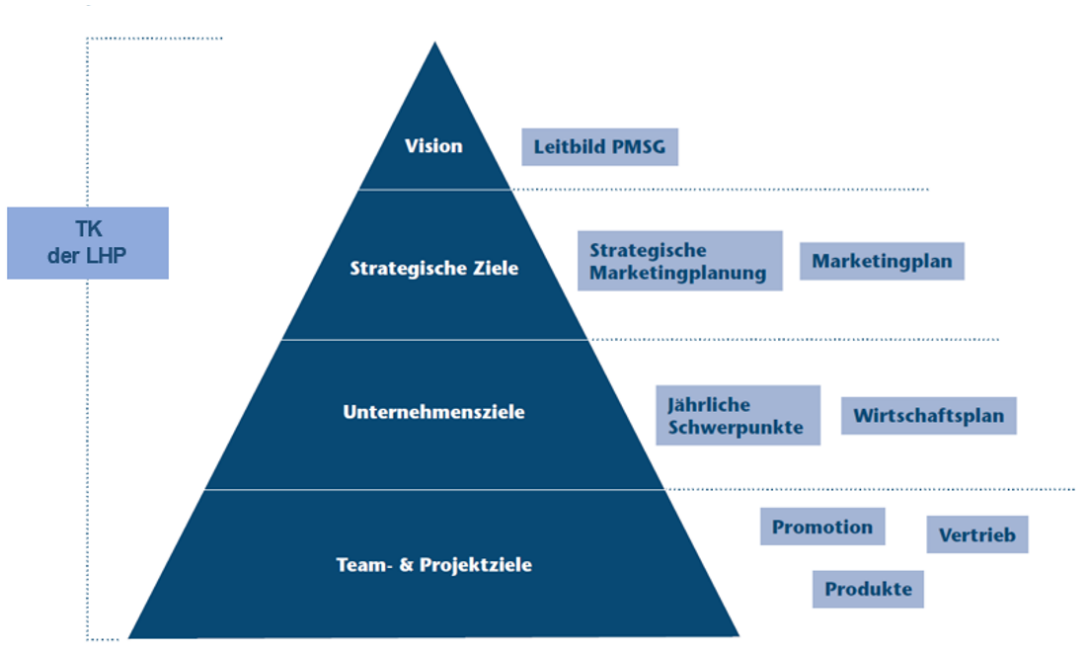

Abbildung: Zielsystem der PMSG

Diese Zuordnung ist u. a. das Resultat eines in 2021 angestoßenen Changemanagement-Prozesses. Denn in Hinblick auf die im Leitbild der PMSG verankerten Zielsetzung sich zu einer DMO zu entwickeln, verwandelt sich die PMSG in ein agiles Unternehmen. So wurden bereits Voraussetzungen, wie eine schlanke Unternehmensstruktur, teamübergreifendes, agiles Arbeiten und die Arbeit in Projektteams geschaffen, sodass Themen und Aufgaben zielgerichtet bearbeitet werden.

[16] https://www.potsdam.de/tourismuskonzeption-2025-der-landeshauptstadt-potsdam
[17] https://www.potsdam.de/system/files/document/Fortschreibung_Tourismuskonzept_der_Landeshauptstadt_Potsdam_0.pdf
[18] https://potsdam-marketing.de/marketing/

3. So funktioniert die PMSG

Wie der Name „Potsdam Marketing und Service GmbH“ schon verdeutlicht gehört das Marketing mit dem Service zu den Kernaufgaben der PMSG. Damit sind letztlich alle Teams der PMSG mit Marketingaufgaben betraut, so dass sie sich sowohl strategisch als auch operativ mit Marketing in den verschiedenen Bereichen Produkt (inkl. Service/Dienstleistungen), Kommunikation (Promotion) und Vertrieb beschäftigen. Auf die Dimension der Partner wird in allen Teams der PMSG ein besonderer Fokus gelegt, denn diese ist für die Arbeit der PMSG essentiell.

Die Teams der PMSG setzen das jeweils operative Geschäft der PMSG um. Strategische Konzepte wie das Kommunikations-, Produkt- und Vertriebskonzept geben den Teams im operativen Geschäft den Fahrplan bzw. den roten Faden zur Umsetzung ihrer Aufgaben vor.

Organigramm der PMSG

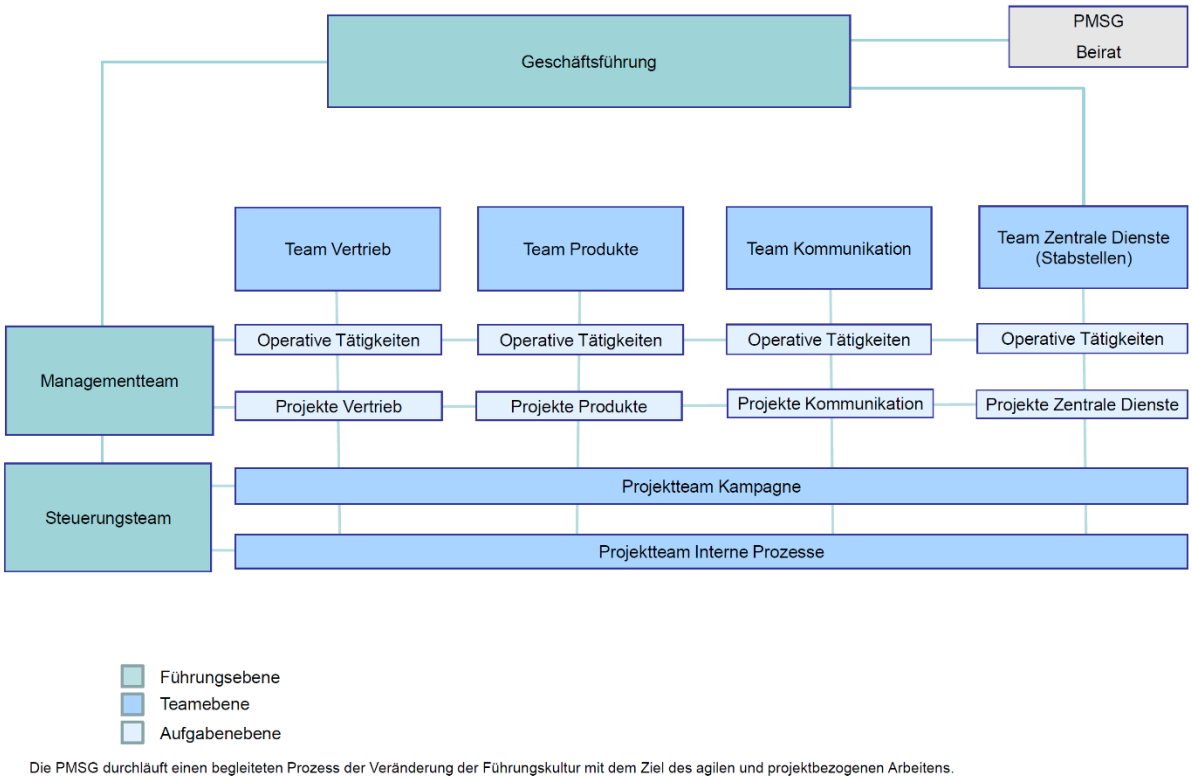

Abbildung: Organigramm der PMSG – in Umsetzung ab 1.1.2024

Für die Umsetzung der strategischen Vorgaben sind die Teammanager der Bereiche sowie zwei feste Projektteams betraut. Die Projektteams Kampagne und Interne Prozesse arbeiten teamübergreifend und werden durch ein Steuerungsteam begleitet. Orientierung gibt ihnen dabei die strategische Marketingplanung der PMSG mit ihren festgeschrieben Handlungsfeldern und Maßnahmen.

Außerdem beschäftigen sich weitere Projektteams mit der Umsetzung von kurz- bis mittelfristigen Aufgaben entsprechend der Maßnahmen, die in den jährlichen Marketingplänen der PMSG definiert sind.

Die Arbeit der PMSG richtet sich im Rahmen der Handlungsfelder am Tourismuskonzept der LHP aus. So finden Kampagnen-, Konzept- und Strategieentwicklungen fortlaufend zu folgenden Themen statt:

- Nachhaltigkeit (Zertifizierung der Destination Potsdam als Nachhaltiges Reiseziel)
- Marktforschung
- Digitalisierung (Tourism Data Hub, Veranstaltungen, Vertriebskanäle wie Public Ticket Solution)
- Binnenmarketing (Netzwerkpartner-Strategie)
- Tourismusmarke Potsdam

Die Tourismusmarke Potsdam ist Richtlinie für die Kommunikations- und Produktpolitik und bildet die Grundlage der Zusammenarbeit mit allen touristischen Partnern. Sie bietet den Gästen Orientierung, den Gastgebern Identität und grenzt sich die Destination von Mitbewerbern ab.

Als Zielgruppe des Tourismusmarketings der Landeshauptstadt Potsdam wurden der „Intellektuelle Kulturliebhaber“ und die „Qualitätsbewusste Entschleunigerin“ definiert. Seit 2019 liegt der Schwerpunkt auf der internen Markenführung. Dazu gehört u. a. die Erarbeitung des Erklärfilms zur Tourismusmarke oder der Leitfaden zur Markensprache.[19]

Zudem wird stets an der Fortschreibung eines Marktforschungskonzepts gearbeitet, welches einen aktuellen Überblick zu bisherigen Marktforschungsergebnisse gibt.

Die Erhebungen des Amtes für Statistik Berlin Brandenburg (Übernachtungsstatistiken), die Beauftragung gesonderter Marktforschungsreihen (z. B. DESTINATION BRAND) sowie die Beteiligung an der Marktforschungsinitiative der TMB sind für die PMSG wichtige Informationsquellen, um frühzeitig Marktentwicklungen, Trends und Chancen zu erkennen.

3.1 Kommunikation

Das Team der Contentredaktion ist für die Contentcreation bzw. für die gesamte Kommunikation der PMSG und damit für die Vermarktung und Bewerbung der Destination auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene zuständig. Dabei wird sich auf eine zielgruppengerechte Bearbeitung fokussiert und mit touristischen Partnern sowie anderen Marketingträgern kooperiert.

[19] Weitere Informationen: https://potsdam-marketing.de/marketing/touristische-marke/
Erklärfilm zur Tourismusmarke: https://potsdam-marketing.de/marketing/tourismusmarke-potsdam-erklaerfilm/

Abbildung: Sprachräume

In ihrer Vermarktung setzt die PMSG auf eine Emotionalisierung durch personalisierte Ansprache, Arbeit mit Storytelling-Elementen, eine durchgängige Bildsprache sowie Keyvisuals und Märkte werden nach Sprachräumen bearbeitet.

Unter Berücksichtigung der Marktbedürfnisse wird der kreierte Content durch das Team stets angepasst, wobei der Grundsatz gilt: Content bzw. Inhalte nachhaltig und somit crossmedial zu nutzen.

Zum Aufgabenportfolio des Teams gehören:

- Mediaplanung und -schaltung (analog und digital im In- und Ausland)
- Erstellung von Printpublikationen[20]
- Messen und Promotion
- Public Relations (Presse und Binnenkommunikation)
- Direkt-Marketing (Social-Media, Newsletter)
- Online-Kommunikation (Betreuung und Konzeption der Websites sowie der Social-Media-Kanäle und den „Dein Potsdam“- Podcast inkl. Text-, Foto- und Videogenerierung)

Websites und Social-Media-Kanäle

Über Websites und Social-Media-Kanäle lädt die PMSG zum Erst- und wiederholten Besuch der Destination Potsdam ein.

[20] Folgende Produkte und Services sind für (internationale) Gäste in den Sprachen Deutsch (de.), Englisch (en.) und vereinzelt Spanisch (es.) verfügbar:

- Eigene Publikationen (de., en. und es.)
- Content im Web sowie Social Media (de., en. und es.)
- App „Potsdam Stadtführungen” (de., en.)
- Bausteine und individuelle Programme für Reiseveranstalter und private Gruppen (de., en., es. und weitere Sprachen auf Anfrage)
- Diverse Printprodukte in den Tourist Informationen (de., en. und es.)
- Öffentlicher Rundgang „Stadtspaziergang durch Potsdam” (de., en.)

Websites der PMSG	Social-Media-Kanäle der PMSG[21]
www.potsdamtourismus.de • größte Domain im Portfolio der PMSG bezugnehmend auf Klickzahlen und Inhalte • Schwerpunkt in der Customer Journey auf Information und Buchung • seit Februar 2016 live	Instagram Potsdam Tourismus | @deinpotsdam www.instagram.com/deinpotsdam/
www.deinpotsdam.de • bestehend aus dem „Dein Potsdam"-Blog, „Dein Potsdam"- Podcast und dem „Dein Potsdam"-Reisemagazin • Schwerpunkt auf "vor der Reise" und "nach der Reise" • seit Januar 2021 live	Facebook (B2C) Potsdam Tourismus | @deinpotsdam www.facebook.com/deinpotsdam
www.potsdam-tourism.com • Englisches Pendant zu www.potsdamtourismus.de • wichtiger Bestandteil des Auslandsmarketings • seit Januar 2019 live	Facebook (B2B) PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH | https://www.facebook.com/PotsdamMarketingundService/
www.potsdam-turismo.es • spanisches Pendant zu www.potsdamtourismus.de • wichtiger Bestandteil des Auslandsmarketings • seit September 2021 live	Pinterest Potsdam Tourismus | @deinpotsdam https://www.pinterest.de/deinpotsdam/
www.tagen-in-potsdam.de www.mice-potsdam.com • in Kooperation mit der TMB • seit Dezember 2018 (de.) und April 2019 (en.) live	YouTube Potsdam Tourismus | https://www.youtube.com/channel/UCxKN_KPtWOHluD6S6hbX0Og
http://willkommen.potsdamtourismus.de • Landingpage in den Potsdamer Tourist Informationen vor Ort • zusätzliche Nutzbarkeit durch die digitalen Touchscreens in den Tourist Informationen für den Gast • Bestandteil der landesweiten Software „MeinBrandenburg"	LinkedIn PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH | https://de.linkedin.com/company/potsdam-marketing-und-service-gmbh
intocities.com/potsdam/tour • Interaktiver digitaler 360°-Potsdam-Rundgang • mit Online-Shop-Funktionen	Dein Potsdam-Podcast https://deinpotsdam.de/podcast • Ausstrahlung seit 2019 • Vermittlung des Potsdam-Gefühls durch Storytelling-Formate • touristische Partner werden gezielt einbezogen
www.potsdam-marketing.de • Website der PMSG für Partner (B2B) • mit Mediathek	
http://presse.potsdam-marketing.de • Website der PMSG für Journalisten und Blogger[22] (B2B)	

[21] Alle Beiträge, Fotos etc. werden mit den Hashtags #deinpotsdam und #explorepotsdam kenntlich gemacht.
[22] Mit lokalen, nationalen und internationalen Influencern besteht eine enge Zusammenarbeit. Seit 2019 organisiert und führt die PMSG Bloggerevents durch.

Im Rahmen der Binnenkommunikation entwickelt die PMSG ihre Aktivitäten kontinuierlich weiter. Hier steht insbesondere die Zusammenarbeit mit Partnern und Stakeholdern auf regionaler Ebene im Vordergrund. Die Partner-Website www.potsdam-marketing.de, der Partner-Newsletter[23] sowie die Partner-Facebookseite sind hierbei wichtige Instrumente. Dabei übernimmt die PMSG die Kommunikation, den Austausch und die Kooperation zwischen den touristischen Partnern und unterstützt bei der fortlaufenden Weiterentwicklung des touristischen Angebots im Sinne der Tourismusmarke Potsdam. Ziel ist es die Vernetzung untereinander zu fördern, aktuelle Themen und Trends aufzugreifen und Impulse zu setzen. Durch unterschiedlichste Formate werden Synergien zwischen diversen Partnern geschaffen und ausgebaut. Dazu gehören unter anderem:

- Barcamp Potsdam
- Gästeführer-Weiterbildungen
- Informations- und Verkaufsveranstaltungen
- Potsdamer Tourismustag
- Stammtische (wechselnde sowie kampagnenspezifische Themen)
- Interne Markenführung der Tourismusmarke Potsdam

3.2 Produkt

Ziel des Teams Produkte ist es, die Destination erlebbar zu machen. Dies erfolgt durch die Erfassung und Systematisierung von vorhandenen Produkten und Angeboten der Destination. Durch die Identifikation von Produktlücken und die Konzeption sowie Umsetzung von neuen Produkten wird dieses Ziel erreicht.

Das Team Produkt beschäftigt sich insbesondere mit folgenden Themen sowohl für den B2B- als auch für den B2C-Bereich:

- Erfassung und Systematisierung von vorhandenen Produkten und Angeboten
- Produktentwicklung und -innovationen (Rundgänge, eigene Produktlinie, gemeinsam mit Partnern, gemäß der Kampagne)
- Ausbau des Gruppenreisegeschäfts (Erlebnisangebote für Reisegruppen, Programme für Wiederverkäufer)
- Erstellung neuer Rahmenprogramme und Incentives für MICE-Angebote

Produktworkshops dienen dazu die Produktentwicklung zu kampagnenspezifischen Themen und weiteren ausgewählten Themenfeldern der Tourismusmarke Potsdam und den dazugehörigen Zielgruppen anzustoßen.

Ein festes Angebot bilden die öffentlichen Rundgänge für deutsch- und fremdsprachige Gäste im Produktportfolio der PMSG. Die Inhalte orientieren sich an der Tourismusmarke Potsdam. Im Rahmen

[23] Anmeldung zum Partner-Newsletter unter https://potsdam-marketing.us12.list-manage.com/subscribe?u=b073a3d4b99593947037fabef&id=cb552bb48e

der Produktentwicklung arbeitet die PMSG eng mit Gästeführern zusammen. Zusätzlich können Gäste die App „Potsdam Stadtführungen" als digitales, mehrsprachiges Führungsangebot nutzen.

- Klassiker
    - Stadtspaziergang durch Potsdam (auch digital)
    - Babelsberg – Filmstars, Villen, Weltgeschichte
    - Potsdamer Hinterhöfe – Anekdoten und Geschichten
    - Versteckte Paradiese im Park Sanssouci (auch digital)
- Sonderthemen
    - Mauer und Spione – von der Potsdamer Konferenz zur Wiedervereinigung[24]
    - Potsdam – Eine Reise durch Europa
    - Leben zwischen Platte und Barock - Das andere Gesicht der Stadt
    - Kunst am Fluss
- Stadtteilführungen
- Rundgänge in der Winterzeit
    - Potsdamer Weihnachtsgeschichten
    - Neujahrsspaziergang
    - Granatapfel-Spaziergang und Stadt-Genuss

3.3 Vertrieb und Vertriebssysteme

Zum Team Vertrieb gehören alle Services rund um die Individualgäste, die sich mit ihren Wünschen und Anliegen an das Service Center, die Tourist Informationen Am Alten Markt und in der mobiagentur Potsdam sowie die mobile Tourist Information, wenden können. Ebenso gehört das Gruppen- und Kongressgeschäft zum Aufgabenportfolio dieses Teams.

Das Team ist erster Ansprechpartner für Gäste, Einwohner, Wiederverkäufer (z. B. Reiseveranstalter) sowie für weitere Stakeholder (Freizeitanbieter, Beherbergungsbetriebe und private Gastgeber, Busunternehmen etc.), wenn es sich um die Vermittlung von touristischen Angeboten handelt.

Sowohl B2B- als auch B2C-Kunden können das Team für gebündelte Informations- und Buchungsleistungen von touristischen Angeboten inkl. MICE mündlich, schriftlich und persönlich in Anspruch nehmen. Schriftliche Anfragen werden in der Regel innerhalb von ein bis zwei Werktagen beantwortet. Die Bandbreite der Fremdsprachenkenntnisse umfasst englisch, spanisch, georgisch, ukrainisch und russisch.

Persönlich können sich Gäste und Besucher an die Teammitglieder in den Tourist Informationen wenden. Die Tourist Information Am Alten Markt als zentraler Hauptstandort sowie die mobile Tourist Information sind im Stadtzentrum Potsdam Servicestellen für Tages- und Übernachtungsgäste sowie

[24] Führungsangebot in 2023; nicht mehr ab 2024

Bürgerinnen und Bürger. Die Tourist Information in der mobiagentur im Hauptbahnhof Potsdam ist zusätzlicher Anlaufpunkt für Tagesgäste, Anreisende und Pendler mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Die mobiagentur Potsdam[25] ist ein Projekt, das im Auftrag der Landeshauptstadt Potsdam durch die ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH in Kooperation mit der PMSG und weiteren Partnern umgesetzt wurde. Zielstellung der beteiligten Partner ist, durch die Zusammenführung der Angebote unter einem Dach, umweltgerechte Mobilität und einen nachhaltigen Tourismus zu fördern.

Die Zusammenführung und ganzheitliche Weiterentwicklung der Themen Mobilität und Tourismus nehmen in der seit 2020 zentralen Anlaufstelle für Potsdam und Umgebung eine übergeordnete Rolle ein. Die PMSG arbeitet dauerhaft an der Verbesserung der Wahrnehmung der Tourist Information in der mobiagentur. So wird in Zusammenarbeit mit der ViP ein Konzept erstellt, dessen Ziel es ist die touristische Frequenz des Standortes zu erhöhen. Berücksichtigt werden dabei Anpassungen und Weiterentwicklungen von Maßnahmen in den Bereichen Produkt, Vertrieb und Kommunikation unter Einbindung von lokalen und regionalen Partnern, sodass die Grundlage für die fortlaufende Erarbeitung von gemeinsamen Kooperationsangeboten zwischen der PMSG und der ViP in den Bereichen Produkt, Vertrieb und Kommunikation geschaffen ist.

3.3.1 Einführung und Nutzung von Public Ticket Solution

Im Bereich des Vertriebs führte die PMSG seit 2021 neue Vertriebssysteme ein. Für die Führungsangebote und für zukünftig weitere Erlebnisbausteine von Partnern wurde das Vertriebssystem Public Ticket Solution (PTS) in Zusammenarbeit mit visitBerlin implementiert.

AUS DER PRAXIS

Die eigenen Produkte und Partnerangebote online vermarkten und validieren

Anne Robertshaw, Prokuristin Potsdam Marketing & Service GmbH

Das Team der Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) nutzt die Public Ticket Solution (PTS) seit Frühjahr 2022 für den Verkauf und die Validierung seiner eigenen Stadtführungen und Stadtrundgänge. Die Anforderung an die PTS waren eine direkte Buchungslösung für unsere Website und stationären Tourist-Informationen sowie ein geeignetes Backend für die Verwaltung der Produkte bereitzustellen. Darüber hinaus benötigten wir ein Validierungssystem für die Gültigkeitskontrolle der Tickets vor Ort und ein Datenauswertungstool für die Nutzungsstatistiken. Über diese sehen wir, woher unsere Kunden kommen, welche Produkte sie gekauft und über welche Vertriebswege sie gebucht haben. Auf Basis dieser Daten können wir unsere Produkt-, Vertriebs- und Kommunikationsstrategie anpassen. Mit der PTS haben wir die Möglichkeit, den Verkauf über unsere Kanäle selbst zu steuern und den Gästen der Landeshauptstadt unsere Produkte auf allen Vertriebswegen anzubieten. Derzeit planen wir darüber hinaus, die an die PTS angeschlossenen Ticketplattformen, zum Beispiel GetYourGuide, in unsere Vertriebsstrategie aufzunehmen. Künftig wollen wir außerdem die touristischen Anbieter Potsdams stärker einbinden und über die PTS auch deren Angebotsvielfalt in unseren Vertriebswegen stärker sichtbar machen, was uns noch besser mit unseren Partnern vernetzt.

Abbildung: PMSG nutzt Public Ticket Solution[26]

[25] Die Umgestaltung und Ausstattung der Tourist Information in der mobiagentur Potsdam wurde mit dem Schwerpunkt digitale Kommunikation (MeinBrandenburg) aus Mitteln des Bundes und des Landes Brandenburg im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsinfrastruktur – GRW-Infrastruktur“ gefördert.
[26] Quelle: https://www.tn-deutschland.com/wp-content/uploads/2022/11/WEB_Magazin-DTV-2022-1.pdf; Seite 35

Mit der Einführung der neuen Veranstaltungs- und Buchungssoftware hat die PMSG ein Anwendertool, das durch übergreifende Standards und Schnittstellen ein benutzerfreundliches Handling im Einpflegen der eigenen Angebote ermöglicht. Die schrittweise Einbindung der Potsdamer Tourismuswirtschaft in das System wird seit 2022 umgesetzt.

„Die Potsdam Marketing und Service GmbH nutzt die Public Ticket Solution (PTS) als Buchungssystem für ihre Führungsangebote. Zudem haben wir gemeinsam in 2022 die Zusammenarbeit ausgeweitet und die PTS als Buchungs- und Zutrittssystem für Potsdamer Leistungsträger angeboten, mit dem Ziel, über diese Kooperation die Leistungsträger in Potsdam stärker an die PMSG zu binden und diesen Leistungsträgern zudem einen vertrieblichen Mehrwert zu bieten. Wir arbeiten hierbei eng und sehr intensiv mit Mathilda Müller und Anne Robertshaw von der PMSG zusammen und entwickeln hier immer neue und wertvolle Ideen, um das System und den Mehrwert für die PMSG und die Potsdamer Leistungsträger weiterzuentwickeln. Wir freuen uns sehr über die bisherige und künftige Zusammenarbeit und den wertvollen Austausch."

Matthias Goeze & Marcus Guhlan

Marcus Guhlan
(Leiter Vertrieb Internet und Systementwicklung)

Matthias Goeze
Prokurist und CCO

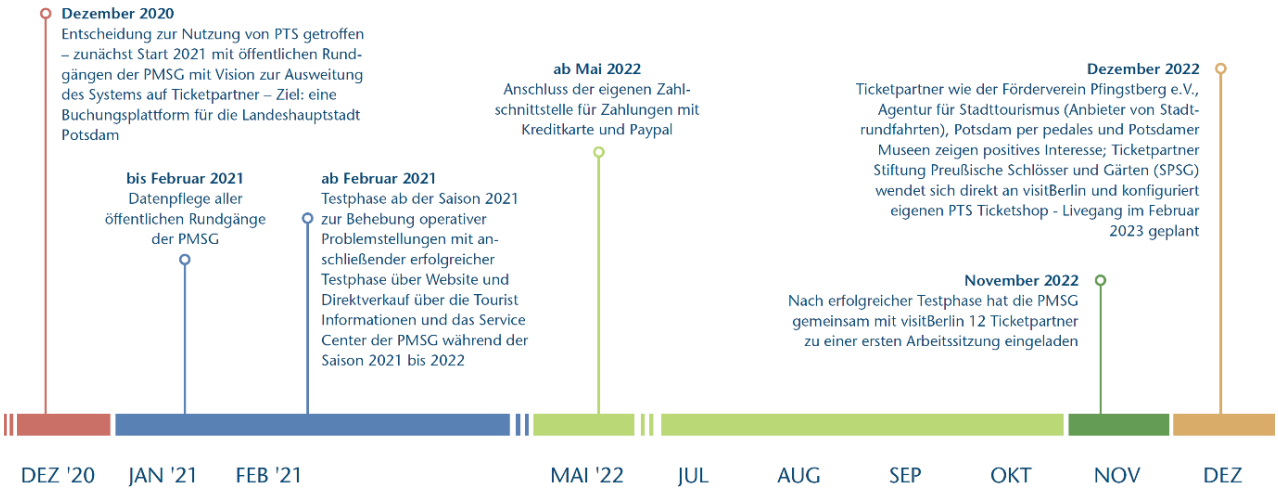

Abbildung: Statement zur Zusammenarbeit zwischen PSMG und visitBerlin mit Zeitstrahl zur Einführung von Public Ticket Solution (PTS)

Eine der Zukunftsaufgaben besteht darin, alle Akteure davon zu überzeugen, ihre Veranstaltungen aktiv in die Eventdatenbank für „ein Buchungssystem für die Stadt" einzuspielen. Mit der Fortentwicklung des Tourism Data Hub der TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH, wird die Möglichkeit geschaffen, diese Daten auf multiplen Kanälen auszuspielen oder in andere Portale einzuspeisen.

3.3.2 Buchungs- und Reservierungssystem Lohospo

Im Zuge der Neuausrichtung des Buchungsverbund Brandenburg schloss sich die PMSG für die Vermittlung der regionalen Gastgeber mit Lohospo zusammen und richtete das vorhandene Buchungs- und Reservierungssystem neu aus.

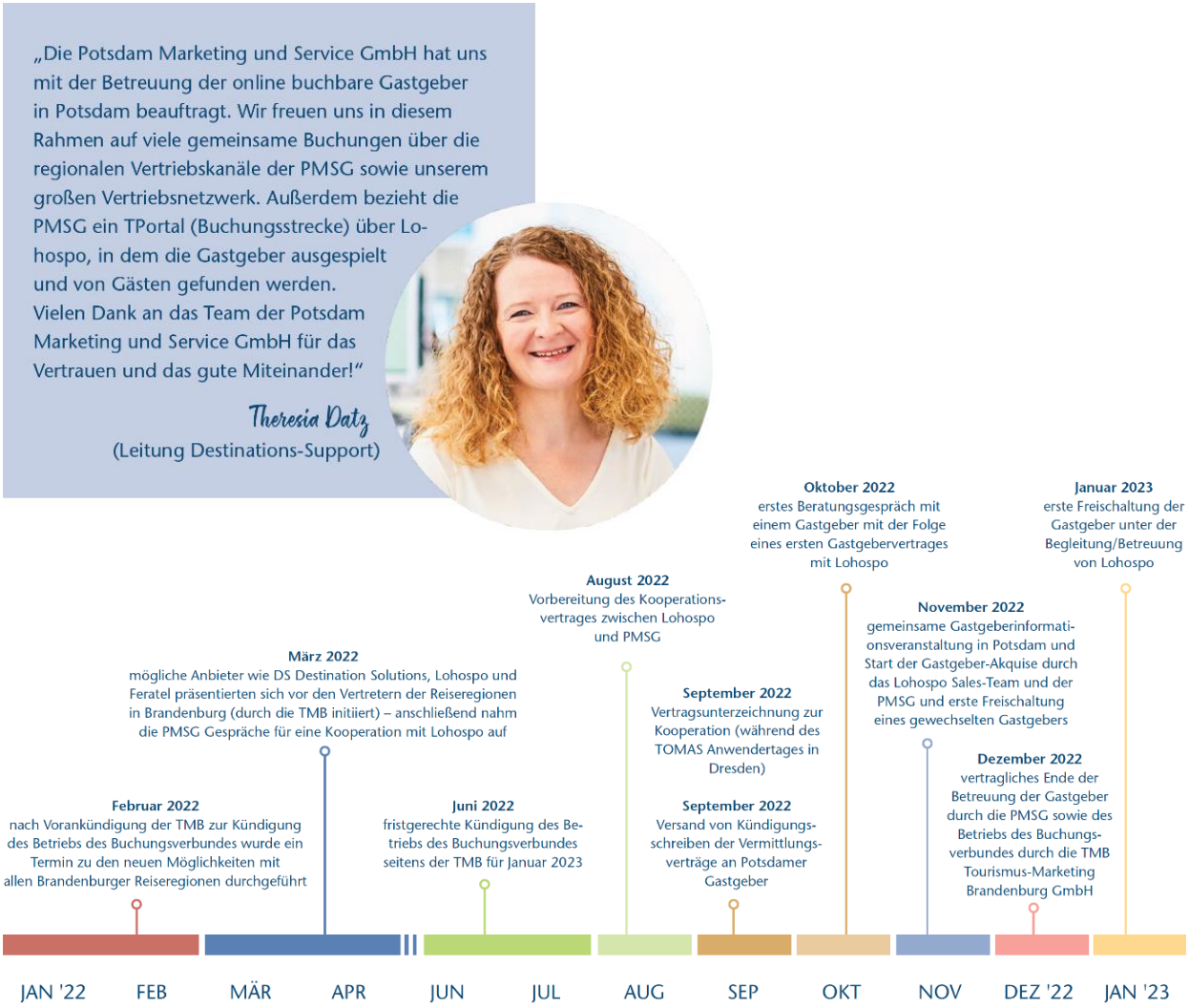

Abbildung: Statement und Zeitstrahl zur Zusammenarbeit zwischen PMSG und Lohospo

Durch die Zusammenarbeit mit Lohospo profitieren die Gastgeber (Ferienwohnungen, -häuser, Hotels etc.) davon, ihre Unterkunft bequem über ein großes Netzwerk aus Buchungsportalen zu präsentieren, denn über das Internet suchen, recherchieren und informieren sich Gäste über ihre ausgewählte Urlaubsregion. Zumeist wird auch gleich die passende Unterkunft gesucht und gewählt. Die regionalen Gastgeber kommen so in den Genuss eines umfangreichen Wissens zum Thema Datenqualität, Service und Weiterbildungsangeboten, sowie vom starken Vermarktungsnetzwerk von Lohospo. Zudem erklärte sich Lohospo bereit, die vorhandene technische Infrastruktur zu übernehmen.

4. Beteiligungsformate und -angebote der PMSG

Die PMSG bietet ihren Partnern der Potsdamer Tourismuswirtschaft ganzjährig unterschiedliche Beteiligungsmöglichkeiten im On- und Offline Bereich.

Detaillierte Informationen zu Konditionen, Verfügbarkeiten und Buchungsoptionen befinden sich im Tourismusnetzwerk Brandenburg[27]. Hier lassen sich unterschiedliche Kooperationsmöglichkeiten finden – vom Eintrag in Publikationen über Anzeigenschaltung bis zum Prospektservice in den Tourist Informationen, als Beileger in den Info-Paketen oder auf Fachmessen.

Im Zuge der PMSG Partnerstammtische werden nicht nur aktuelle Informationen zu geplanten und realisierten Maßnahmen mit den Partnern geteilt, sondern auch Möglichkeiten zur Beteiligung, wie zum Beispiel Messen, Mediaschaltungen oder Partnerpakete, kommuniziert.

Kooperationsmöglichkeiten der PMSG

PMSG Kooperationsangebote[28]

Premiumpaket	Unsere Premium-Partnerschaft ist in einem begrenzten Kontingent buchbar und bietet Ihnen eine besondere Platzierung auf unseren Plattformen an. Dies umfasst u. a. die Aufnahme einer Podcast-Episode, die Veröffentlichung eines Blogartikels, eine Anzeige in unserem Dein Potsdam-Reisemagazin oder ein redaktioneller Beitrag in der Punkt-3-Zeitschrift. Die Laufzeit für das Paket beträgt 12 Monate ab Buchung.
Beitrag im Partner-Newsletter der PMSG	Der Partner-Newsletter erscheint regelmäßig und erreicht fast 200 Abonnenten aus dem B2B-Bereich. Hier kommuniziert die PMSG Informationen rund um den Tourismus. Haben Sie Neuigkeiten, die relevant für die Potsdamer Tourismusbranche sein könnten? Wir laden Sie ein, Ihren Beitrag exklusiv zu platzieren.
Exklusive DTV-Sterne-Klassifizierung Ihrer Unterkunft	Bewerben Sie mit der DTV-Sterne-Klassifizierung Ihre Unterkunft in einem immer größer werdenden Beherbergungsmarkt und sichern Sie sich Ihren Wettbewerbsvorteil.
Prospektversand über den PMSG Bestellservice	Machen Sie auf Ihr touristisches Produkt oder Event aufmerksam. Ob Urlaubsjournal, Veranstaltung oder Ausstellung - über den Versand von Infopaketen haben potentielle Potsdam Besucher die Möglichkeit sich bestens auf Ihren Besuch in der Landeshauptstadt vorzubereiten.
Beitrag im Reiseveranstalter-Newsletter der PMSG	In jedem Quartal erhalten Reiseveranstalter einen kurzweiligen und informativen Überblick über die touristischen Neuigkeiten für Gruppen in Potsdam. Ob Event-Highlights oder Gästeführungen, hier werden alle Informationen für Gruppenreisen ansprechend zusammengefasst. Wir laden Sie ein, Ihren Beitrag exklusiv zu platzieren.

[27] https://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/ - Anmeldung erforderlich
[28] Änderungen vorbehalten

Eintrag im Veranstaltungskalender	In Potsdam ist was los: Konzerte, Feste, Theater, Ausstellungen, Märkte oder Führungen werden im Veranstaltungskalender gelistet. Hier erfahren Sie, wie Sie Ihre Veranstaltung in die Veranstaltungsdatenbank integrieren können und diese auf zahlreichen Websites und in Anwendungen erscheint.
Eintrag im Meeting Guide Potsdam auf www.tagen-in-potsdam.de	Im Meeting Guide Potsdam präsentieren sich Hotels & Locations, Servicedienstleister, Eventprofis und Incentivespezialisten. Er dient als Informations- und Vermittlungsplattform für alle, die Veranstaltungen planen, ob Firmen, Eventagenturen oder Eventveranstalter.
360° Rundgang Potsdam	In Zusammenarbeit mit der PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH erarbeitet die „Durch die Stadt GmbH“ einen interaktiven, digitalen Potsdam-Rundgang. Das Besondere an diesem Konzept ist, dass hier die ortsansässigen Unternehmen von den Marketingmaßnahmen der Landeshauptstadt profitieren können und sich bei Interesse selber in diesem Stadtrundgang präsentieren dürfen. Ziel der Kooperation ist es, den interaktiven 360° Stadtrundgang mit Daten aus der von der PMSG gepflegten Datenbank und 360° Stadtpanoramen der touristischen Ziele und Sehenswürdigkeiten zu kombinieren.
punkt 3 - Reisen in Berlin und Brandenburg	Bewerben Sie Ihre Veranstaltung in Potsdam für den Berliner Markt in der S-Bahn-Zeitung punkt 3.
Dein Potsdam Blog	Wie ist Potsdam? Was macht die Stadt zu etwas Besonderem? Der Dein Potsdam Blog ist ein gutes Medium, um das Potsdam-Gefühl in die Welt zu tragen und über ganz konkrete Erlebnisse zu berichten. Wir nehmen gerne passende Gastbeiträge mit spannenden Einblicken, Erlebnissen und Geschichten in unseren Dein Potsdam Blog auf.
Auslage Ihres Prospektes in den Potsdamer Tourist Informationen	Machen Sie auf Ihr touristisches Produkt oder Event aufmerksam und buchen Sie ein Prospektfach in den Potsdamer Tourist Informationen zur unentgeltlichen Mitnahme Ihres Materials für Gäste.
Bildschirmpräsentation/ -werbung	Bildschirme in Tourist Informationen tragen als attraktive Informations- und Werbefläche zu einer zielgruppengerechten Vermarktung touristischer Inhalte bei. Machen Sie auch auf Ihr touristisches Angebot durch eine gezielte Ansprache mithilfe einer Bildschirmpräsenz in den Tourist Informationen aufmerksam.
Anmeldung für den Partner-Newsletter der PMSG	Der Partner-Newsletter erscheint regelmäßig und erreicht fast 200 Abonnenten aus dem B2B-Bereich. Hier kommuniziert die PMSG Informationen rund um den Tourismus.

Für mehr Informationen kontaktieren Sie die PMSG gern per Email: partner@potsdam-marketing.de.

PMSG Kontaktdaten

Geschäftsführung

Raimund Jennert, Geschäftsführer

Nannette Neitzel, Prokuristin
Personal & Organisationsentwicklung

Anne Robertshaw, Prokuristin
Marketing & Strategieentwicklung

Telefon: +49 (0)331 275 58 20
E-Mail: geschaeftsfuehrung@potsdam-marketing.de

Binnenmarketing

E-Mail: partner@potsdam-marketing.de

Contentredaktion

E-Mail: contentredaktion@potsdam-marketing.de

Meldung zum Veranstaltungskalender

E-Mail: veranstaltung@potsdam-marketing.de

Presse

Telefon: +49 (0)331 275 58 62
E-Mail: presse@potsdam-marketing.de

Gruppenservice

Telefon: +49 (0)331 275 58 50
E-Mail: gruppen@potsdamtourismus.de

Kongressbüro Potsdam

Telefon: +49 (0)331 275 58 80
E-Mail: tagen@potsdam-marketing.de

Service Center / Tourist Information

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 99
E-Mail: info@potsdamtourismus.de

Tourist Information Am Alten Markt
Humboldtstr. 2, 14467 Potsdam

Tourist Information in der mobiagentur Potsdam
Friedrich-Engels-Straße 99, 14473 Potsdam

Lager der PMSG

Telefon: +49 (0)331 27 55 88 33

Gewerbehof
Schlaatzweg 9, 14473 Potsdam

Alle Ansprechpartner sowie weiterführende Informationen zur PMSG und aus der Destination finden Sie hier: www.potsdam-marketing.de

Impressum

Herausgeber:
PMSG Potsdam Marketing
und Service GmbH
Im Unternehmensverbund ProPotsdam
Babelsberger Straße 26
14473 Potsdam

Sitz der Gesellschaft: Potsdam
Geschäftsführer: Raimund Jennert

Amtsgericht Potsdam, HRB 19271 P
Steuernummer 046/126/00584

Konzept, Redaktion:
PMSG Potsdam Marketing
und Service GmbH

Gestaltung, Layout, Satz:
PMSG Potsdam Marketing
und Service GmbH

Stand: August 2023
Änderungen und Irrtümer vorbehalten

Hinweis:
In diesen Texten gelten grammatikalisch maskuline Personenbezeichnungen gleichermaßen für Personen jedes Geschlechts.

Betraut von der
Landeshauptstadt
Potsdam