



Die Marke Potsdam

Genesis

- seit 2002: Jahresthemen
- 2007: aktive Mitwirkung am 3. Potsdamer Marketingtag
- 2008: Tourismustag – Was ist Potsdam für Sie?
- 10/2008: Definition der Marke Potsdam unter externer Begleitung, u. a. Studie Hidden Images (3/2009)
- 2010: Befragung Potsdam Stadt der Wissenschaft
- 2015: Befragung Potsdam Stadt der Wissenschaft
- 2016: Leitbild
- 2017: Definition der touristischen Marke Potsdam

Erwartungen und Zielgruppen



Erwartungen und Zielgruppen



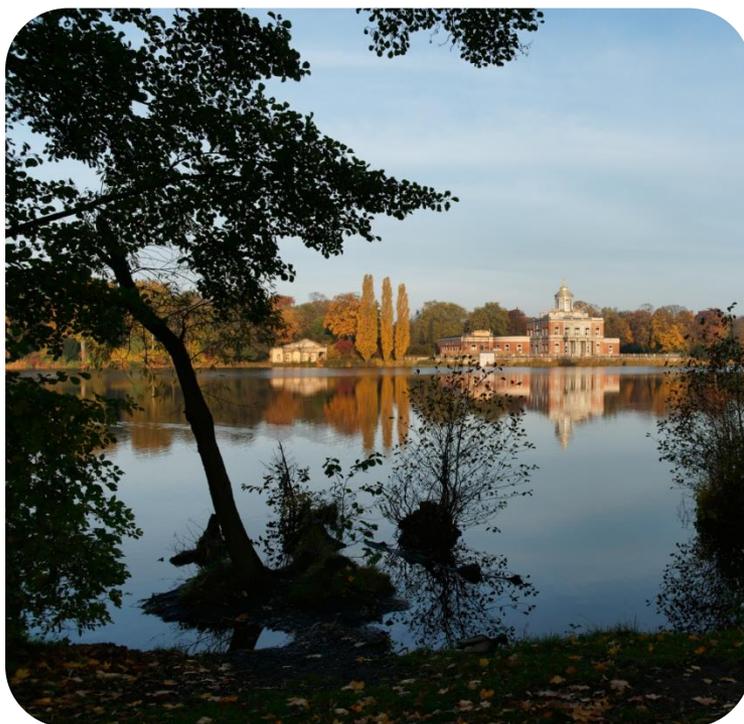
Erwartungen und Zielgruppen



Erwartungen und Zielgruppen



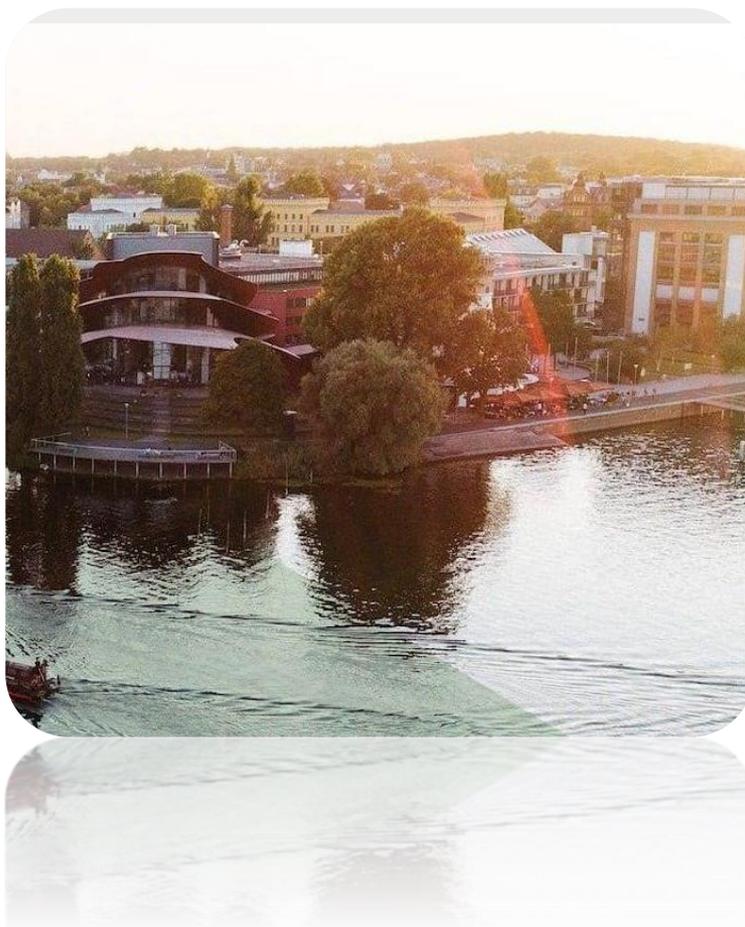
Erwartungen und Zielgruppen



Erwartungen und Zielgruppen



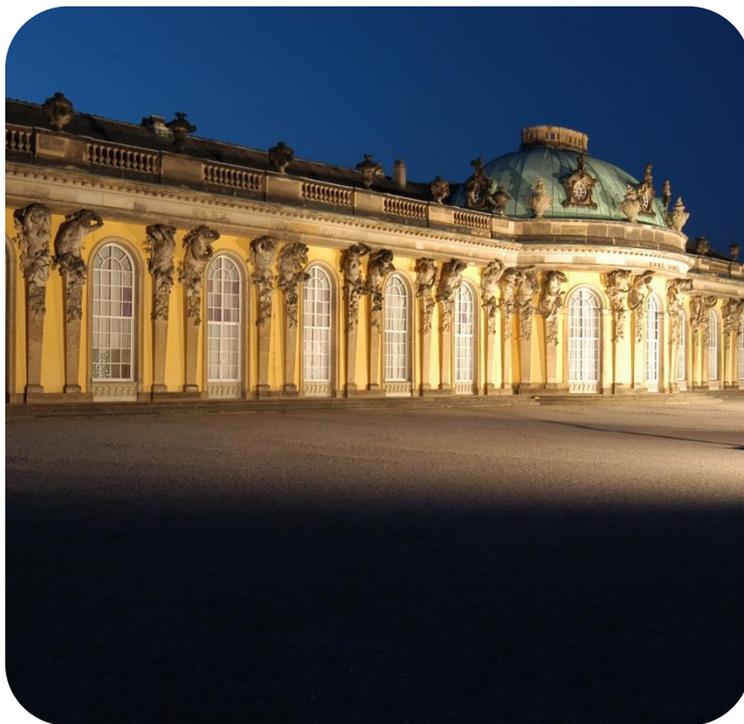
Erwartungen und Zielgruppen



Erwartungen und Zielgruppen



Erwartungen und Zielgruppen

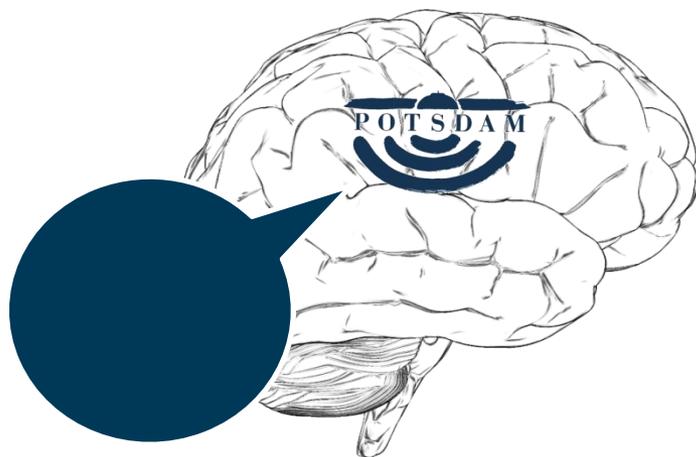


Ziele einer Stadtmarke

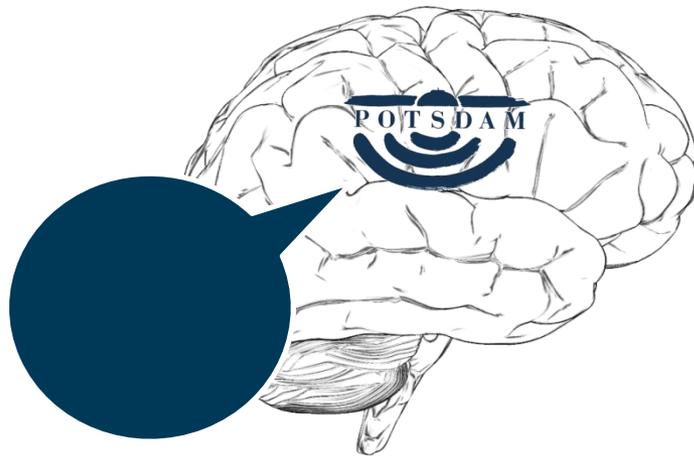
- Damit man uns versteht und vertraut
- Damit wir an einem Strang ziehen
- Damit wir gezielt aktiv werden
- Damit man uns wahrnimmt



Ziele der Kommunikation in Potsdam



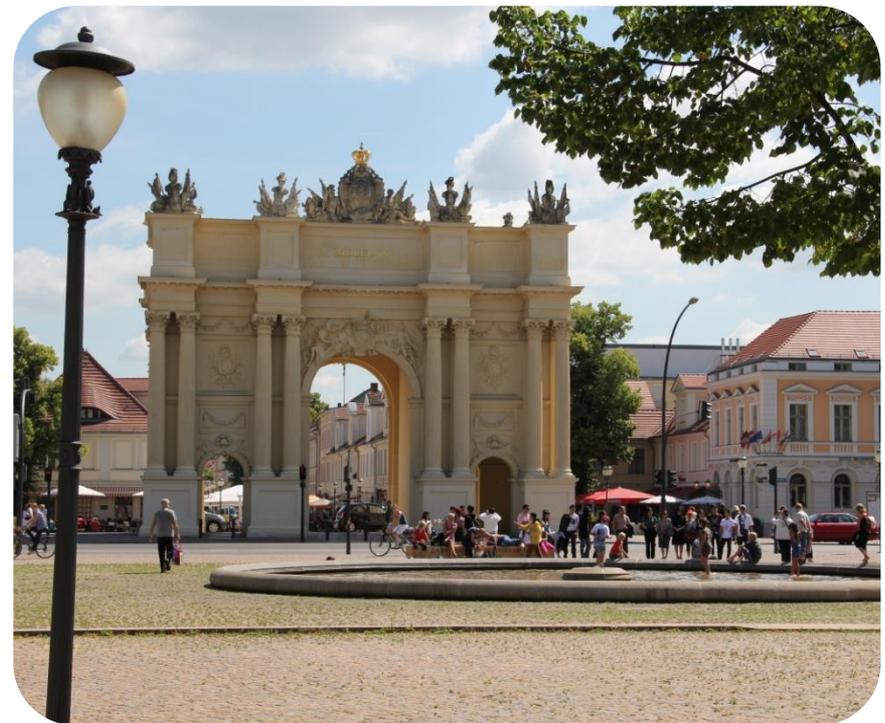
Ziele der Kommunikation in Potsdam



Ziele der Kommunikation in Potsdam



Ziele der Kommunikation in Potsdam



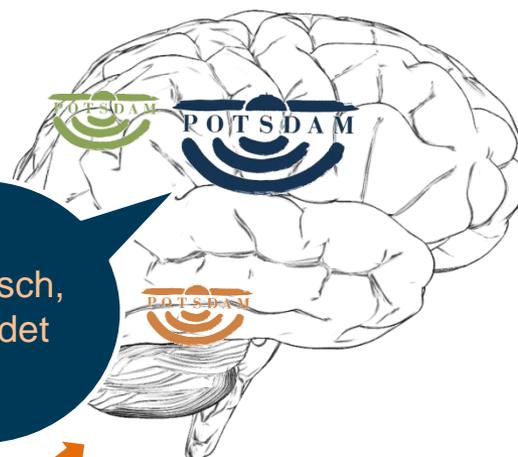
Ziele der Kommunikation in Potsdam



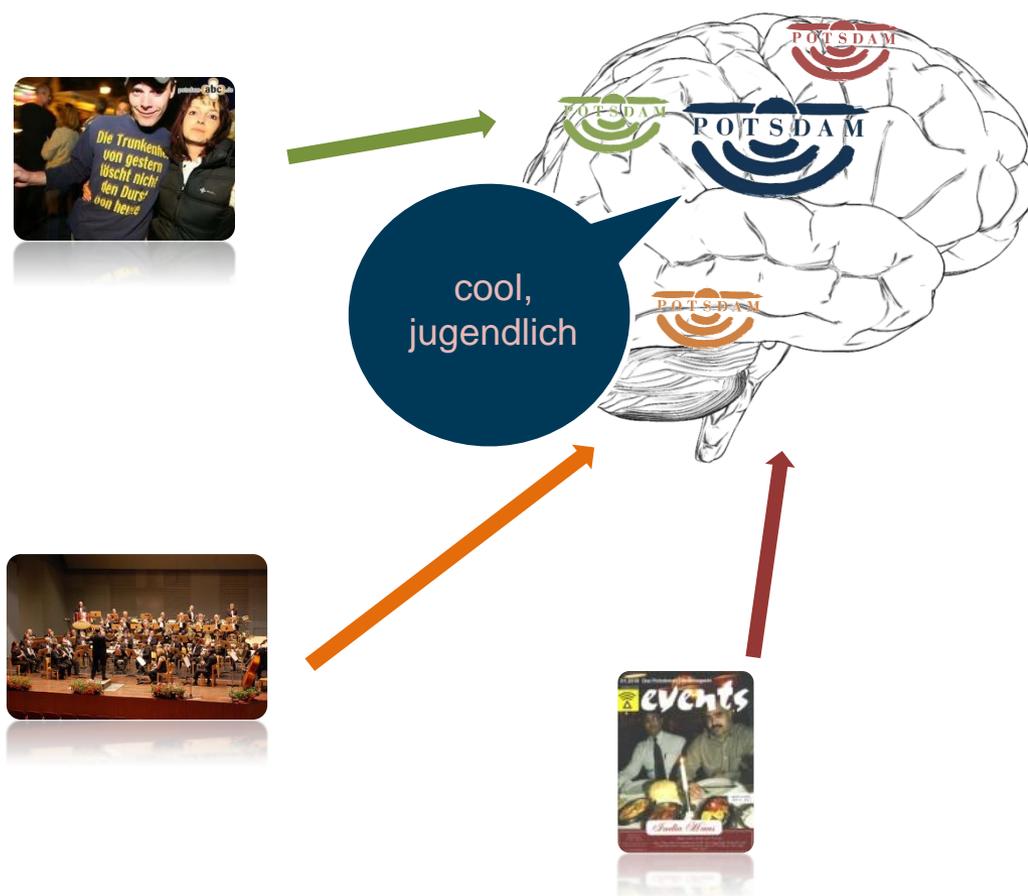
Ziele der Kommunikation in Potsdam



klassisch,
gebildet



Ziele der Kommunikation in Potsdam



Ziele der Kommunikation in Potsdam



Ziele der Kommunikation in Potsdam

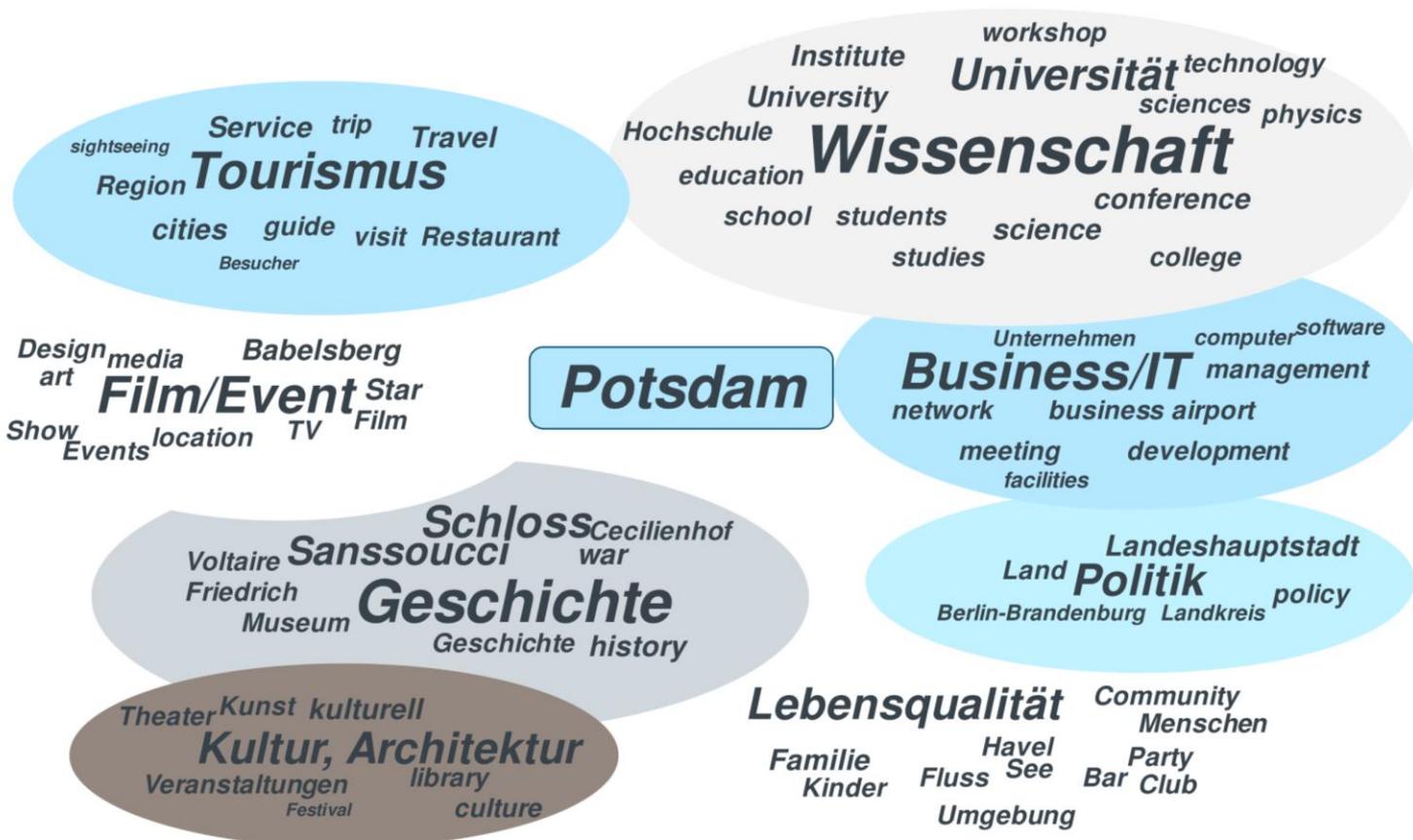


Ziele der Kommunikation in Potsdam



Studie: Hidden Images 3/2009

Natural Language Analyse: dominante Begriffe



Bürgerumfrage 2011

Frage 1: Inwieweit verbinden Sie die genannten Merkmale mit Potsdam?



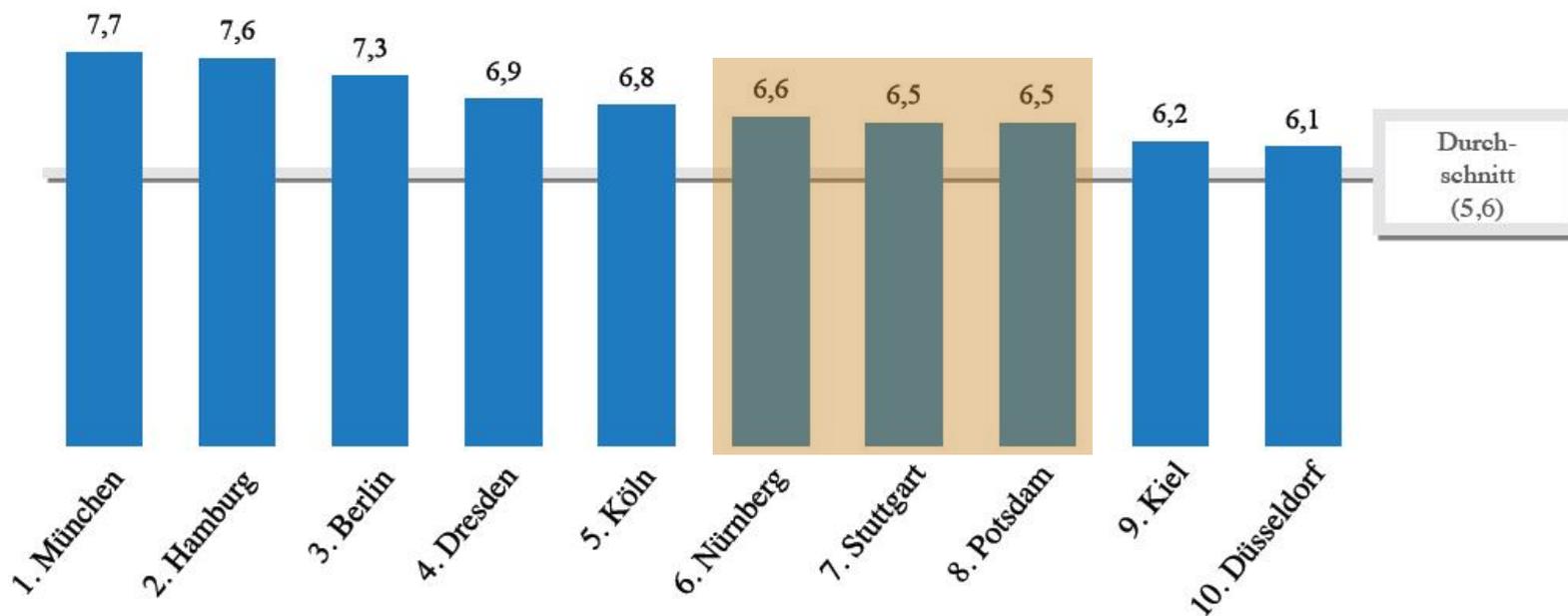
Brandmeyer Studie: Wo stehen wir?

- aus neun verschiedenen Dimensionen der Markenstärke wurde ein Index gebildet (gleiche Gewichtung):

Markenstärke

- (...) finde ich rundum sympathisch.
- Es gibt gute Gründe, in (...) zu wohnen und zu leben.
- (...) hat einen sehr guten Ruf.
- (...) ist einzigartig.
- Ich könnte mir vorstellen, nach (...) zu ziehen.
- Ich könnte mir vorstellen, einem guten Freund (...) zum Leben und Arbeiten zu empfehlen.
- (...) ist ein tolles Ziel für eine Städtereise.
- Ich glaube, (...) wird sich in Zukunft sehr gut entwickeln.
- (...) finde ich insgesamt attraktiv.

Brandmeyer Studie: Wo stehen wir?



Bestätigung der Befragungsergebnisse

- 2015: zweite Befragung Potsdam Stadt der Wissenschaft
- 2019: GEWERBEMonitor, Wahrnehmung des Standortes
- 2019: Untersuchung IW Consult des Instituts der deutschen Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftswoche und Immobilienscout24



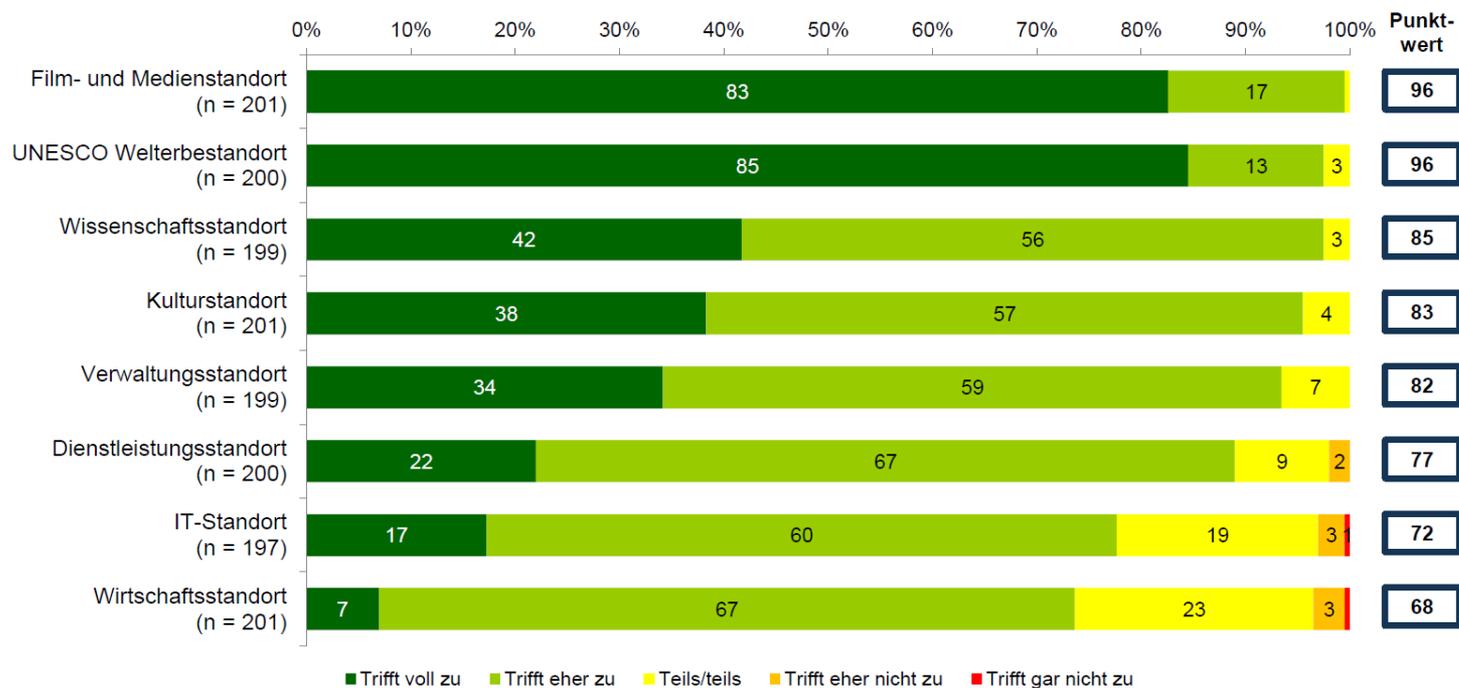
GEWERBEMonitor 2019

GEWERBEMonitor Potsdam 2019 – Ergebnisbericht

20

4. Wahrnehmung: Standort

Das Standortimage wird klar von der Film- und Medienbranche dominiert, wobei Welterbe- und Kultur ebenfalls hervorrangen.



Frage 13: Und inwiefern denken Sie, dass die folgenden Bezeichnungen auf Potsdam zutreffen?

Untersuchung IW Consult 2019

- Vergleich von 71 kreisfreien Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern
- Kriterium: **Lebensqualität**



Was verbinden wir mit Potsdam?



Geschichtliche Entwicklung der Marke



Potsdam ist ...

am Wasser weltoffen kultiviert ehrwürdig zentral gebildet geschichtsträchtig modern



Regionale Abgrenzung



Naturidyll



Brandenburg



Potsdam

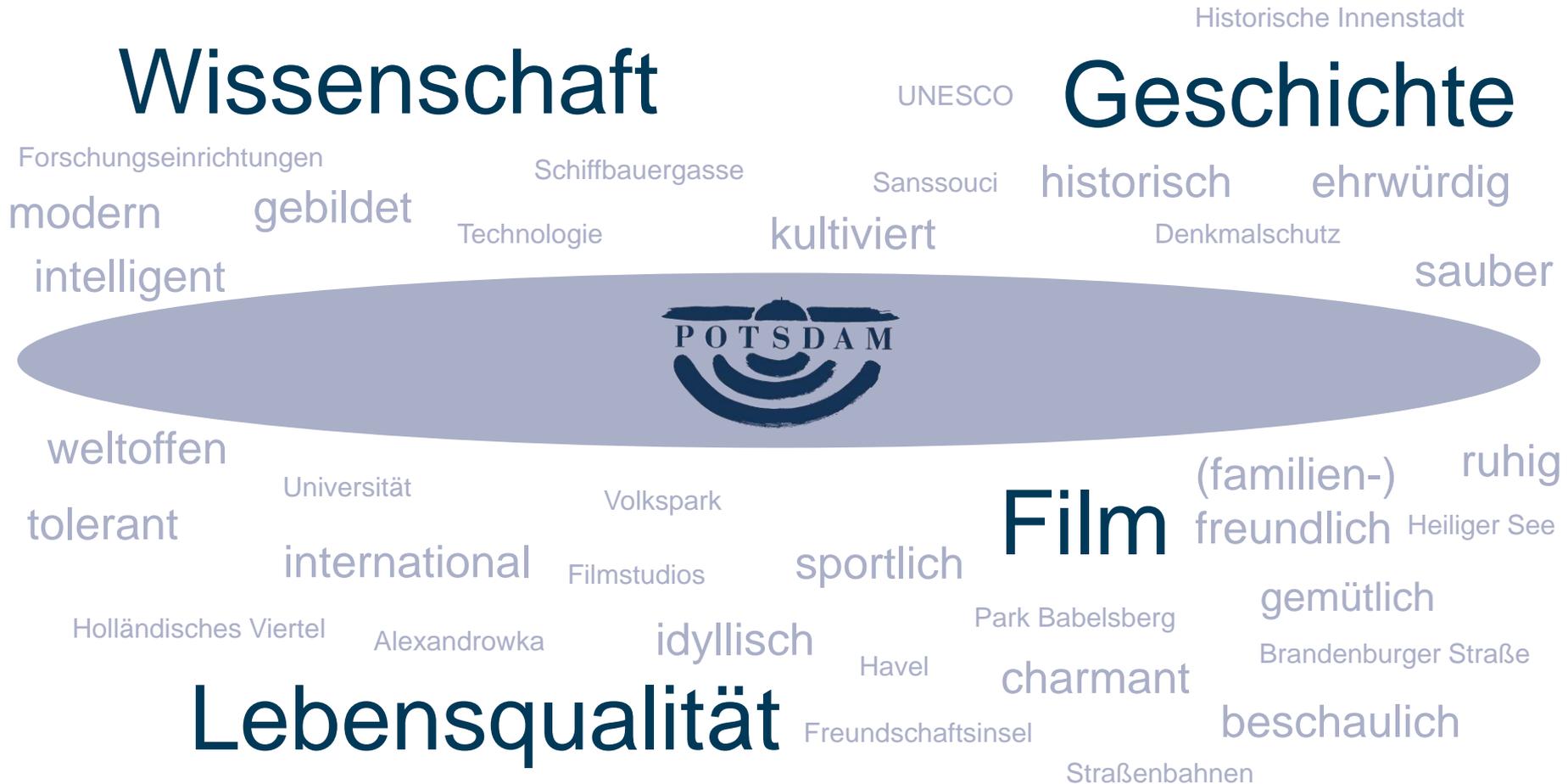


Cooler
Weltmetropole



Berlin

Assoziationen mit Potsdam



Themenwelten Marke Potsdam

moderne, gebildete Stadt der
Wissenschaft



historische,
kulturvolle Stadt



idyllische, freundliche
Stadt



internationale,
weltoffene Filmstadt



Themenwelten Marke Potsdam

moderne, gebildete Stadt der
Wissenschaft



historische,
kulturvolle Stadt



idyllische, freundliche
Stadt



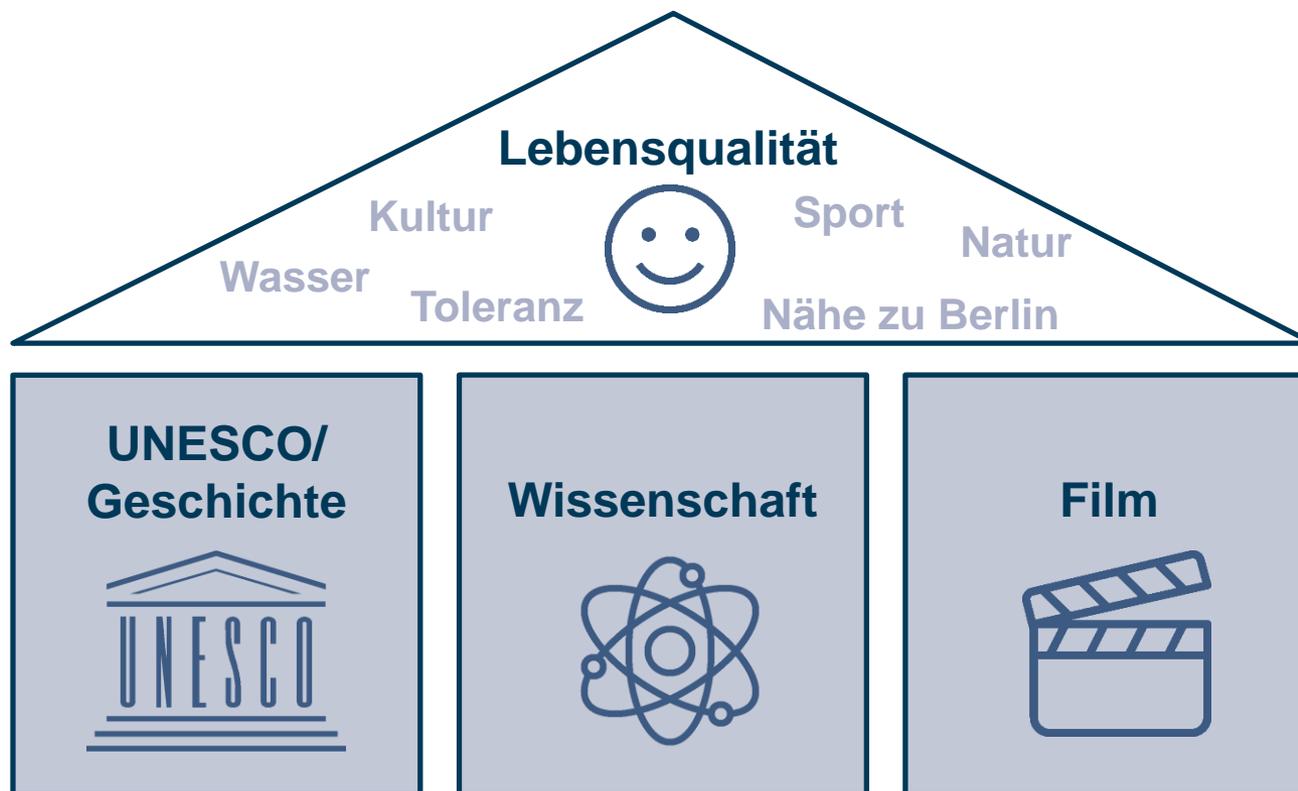
internationale,
weltoffene Filmstadt



Leitbild

- *„Potsdam ist eine Stadt der Wissenschaft.“*
- *„Potsdam ist Film- und Medienstadt – ein wirtschaftlicher wie kultureller Erfolgsfaktor der Stadt.“*
- *„Die Landeshauptstadt Potsdam mit ihrem UNESCO-Welterbe verbindet wirtschaftlichen Erfolg mit nachhaltigen und vielfältigen Tourismusangeboten.“*
- *„Potsdam zeichnet sich durch eine hohe Lebensqualität für alle Generationen aus – mehrfach wurde die Landeshauptstadt als familienfreundlichste Stadt in den neuen Bundesländern ausgezeichnet.“*

Marke Potsdam





Vielen Dank
für die Aufmerksamkeit.