

**Begrüßung Potsdamer Marketing-Tag 2010
Am 15. April 2010 in der Schiffbauergasse**

Sehr geehrter Herr Staatssekretär Otto,

(Hans-Joachim Otto, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und ehemaliger Vorsitzender des Ausschusses für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages)

Sehr geehrte Frau Beigeordnete Dr. Magdowski,

(Iris Jana Magdowski, Beigeordnete für Bildung, Sport und Kultur)

Sehr geehrte Frau Dr. Sommer,

(Dr. Sigrid Sommer, Leiterin Fachbereich Marketing und Kommunikation)

Sehr geehrte Frau Dr. Seemann,

(Dr. Birgit-Katherine Seemann, Leiterin Fachbereich Kultur und Museen)

Sehr geehrter Herr Kohl,

(René Kohl, Hauptgeschäftsführer IHK Potsdam)

Sehr geehrter Herr Frerichs,

(Stefan Frerichs, Leiter Fachbereich Wirtschaftsförderung)

Sehr geehrte Frau Ramme, sehr geehrter Herr Waschk

(Uta Ramme, Senior Consultant, Andreas Waschk CEO AWC AG),

Sehr geehrter Herr Singelstein

(Christoph Singelstein, Chefredakteur rbb)

Sehr geehrter Herr Dr. Bobke,

(Dr. Justus Bobke, Standortmarketing)

Sehr geehrte Stadtverordnete,

(ggf. Abgeordnete aus Landtag und Stadtverordnetenversammlung)

Meine sehr geehrte Damen und Herren,

Im Namen des Marketing Club Potsdam begrüße ich Sie alle recht herzlich zum Potsdamer Marketing Tag 2010.

Marketing hat bekanntlich immer etwas mit Identität und Bekenntnis zur Identität auf der einen Seite und kreativen Wettbewerb im Ringen um Erfolg auf der anderen zu tun.

Identitäten z.B. „verleihen Flügel“, „können alles, außer Hochdeutsch“ oder sind „Frühaufsteher“.

Und der Wettbewerb dieser Identitäten findet überall und immer im Leben statt:

Es gibt den Wettbewerb der Wirtschaft, es gibt den Wettbewerb in der Kultur bzw. der Kulturen und es gibt den Wettbewerb der Regionen.

Es sind alles Wettbewerbe von bekennenden Identitäten.

Was liegt also näher, uns einmal intensiv mit dem Thema Perspektiven für Kultur, Wirtschaft und Wettbewerb in der Landeshauptstadt Potsdam zu beschäftigen.

Es scheint doch so, als ob Potsdam für so ein Thema geradezu prädestiniert ist. Denn hier kommt alles irgendwie zusammen.

Als Potsdam sich in den Wettbewerb um die Ausrichtung „Kulturhauptstadt Europa 2010“ begab hörte ich einmal den Spruch: „Was bewirbt sich denn Potsdam? Die sind doch schon Kulturhauptstadt!“

Nur, wenn das so ist, was meint das, im Allgemeinen und für Potsdam im Besonderen?

Ist „Potsdam“, immer nur der kulturelle und touristische Wirtschaftsbetrieb „Schlösser und Gärten“?

Meint „Kultur“ in Potsdam außerhalb von „Schlösser und Gärten“ immer nur die Kultur, die am Tropf des Säckels des Stadtkämmerers hängt?

Und wie kommt das alles nun ausgerechnet in der „Schiffbauergasse“ zusammen?

Auf der Startseite der homepage der „Schiffbauergasse“ lese ich als intro:

„ Am Ufer des Tiefen Sees, umgeben von der historischen Landschaft der preußischen Schlösser und Gärten,

schlägt das neue Herz Potsdams.

Wo einst Dampfschiffe gebaut und Ersatzkaffee produziert wurde, wo Husaren gedrillt und Fische gezüchtet wurden, findet sich jetzt eine überraschende Mischung aus innovativem Gewerbe und kultureller Vielfalt. „

So, so: „Das neue Herz Potsdams“?! Schlägt das nicht bald ein paar hundert Meter von hier?

Ich kann mich aus meiner Zeit als Stadtverordneter noch sehr gut an vielfältige geradezu verzweifelte Anfragen und Anträge an die Stadtverwaltung erinnern, was denn nun mit der 100 Mio. Bau-Investition „Schiffbauergasse“ werden soll d.h. wie dieser Standort gemanagt und vermarktet werden soll.

Und nun stehen bzw. sitzen wir im selbsterklärten „neuen Herz Potsdams“, ein Herz geprägt von Kultur und Wirtschaft!

Das klingt nun wirklich spannend! So spannend, dass wir uns auf die folgenden Vorträge zu den Themen

„Kultur- und Kreativwirtschaft als Chance für unsere Städte

Die Potenziale wirtschaftsfreundlicher Infrastruktur für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Potsdam

Kreativwirtschaft als Perspektive der Wirtschaftsentwicklung in Potsdam?

Das Beispiel Schiffbauergasse: Gesamtkonzept für die Bereiche Standortmanagement, Standortentwicklung und strategisches Marketing,“

wahrlich freuen können.

Ich freue mich jetzt zunächst einmal, dass Sie so vielzählig unserer Einladung gefolgt sind.

Und bevor wir nun „in medias res“ gehen, gestatten Sie mir noch einige Danksagungen, denn so ein Tag will organisiert und vorbereitet sein:

Ich bedanke mich bei den nun folgenden Vortragenden, Referenten, Teilnehmern der workshops und bei Herrn Dr. Bobke für die Moderation.

Ich bedanke mich für die sehr gute Kommunikation und Zusammenarbeit bei der Vorbereitung dieses Tages d.h. den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen aus den Teams

der Stadtverwaltung (Robert Liebermann und Henning Krüger),

der IHK (Thilo Schneider), der „fabrik“

und natürlich meinem eigenem Team des Marketing Club Potsdam, (Uwe Stammnitz, Ingrid Klingenstein, Andrea Ney)

Ich wünsche uns allen einen angenehm inspirierenden Tag, Erkenntnisse, Diskussionen und Anregungen wenn es heißt:

„Kultur- und Kreativwirtschaft als Perspektive für Potsdam“

Vielen Dank