

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -	Drucksache DS0811/03	Datum 07.11.2003
Dezernat IV Amt 41		

Beratungsfolge	Sitzung Tag	Ö	N	Beschlussvorschlag		
				angenommen	abgelehnt	geändert
Der Oberbürgermeister	18.11.2003		X			
Ausschuss für Kultur	26.11.2003	X				
A.f. Wirtschaft, Tourismus u. Regionalentwicklung	27.11.2003	X				
Finanz- und Grundstücksausschuss	03.12.2003	X				

beschließendes Gremium Stadtrat	08.01.2004	X		X		X
---	------------	---	--	---	--	---

beteiligte Ämter FB01, FB02	Beteiligung des	Ja	Nein
	RPA		[X]
	KFP		[X]

Kurztitel:

Magdeburg 12hundert

Beschlussvorschlag:

1. Der Stadtrat nimmt die Fortschreibung des Rahmenkonzeptes für die Vorbereitung und Durchführung des Stadtjubiläums im Jahre 2005 zur Kenntnis.
2. In den Haushalt des Jahres 2004 werden Sachmittel in Höhe von 653.400 EUR eingestellt.
3. Bis Juni 2004 erfolgt die Programmfestschreibung. Auf der Basis des Programms, der spezifizierten Vermarktungsstrategien und der notwendigen Nachbereitung wird der Finanzrahmen für die Jahre 2005 und 2006 definiert und dem Stadtrat zur Beschlussfassung vorgelegt.

Pflichtaufgaben	freiwillige Aufgaben	Maßnahmenbeginn/ Jahr	finanzielle Auswirkungen			
	X	2004	JA	X	NEIN	

Gesamtkosten/Gesamteinnahmen der Maßnahmen (Beschaffungs-/Herstellungskosten)	jährliche Folgekosten/ Folgekosten ab Jahr	Finanzierung Eigenanteil (i.d.R. = Kreditbedarf)	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/ Fördermittel, Beiträge)	Jahr der Kassenwirk- samkeit
Euro 728.400	keine <input type="checkbox"/>	Euro	Euro	2004

Haushalt		Verpflichtungs- Ermächtigung		Finanzplan / Invest. Programm	
Veranschlagt: <input checked="" type="checkbox"/> Bedarf: <input checked="" type="checkbox"/> : <input type="checkbox"/> Mehreinn.: <input type="checkbox"/>	veranschlagt: <input type="checkbox"/> Bedarf: <input type="checkbox"/> : <input type="checkbox"/> Mehreinn.: <input type="checkbox"/>	veranschlagt: <input type="checkbox"/> Bedarf: <input type="checkbox"/> :	: <input type="checkbox"/>	veranschlagt: <input checked="" type="checkbox"/> Bedarf: <input checked="" type="checkbox"/> :	: <input type="checkbox"/> Mehreinn.: <input type="checkbox"/>
davon Verwaltungshaushalt im Jahr 2004 mit 653.400 Euro Mehrbedarf Haushaltsstellen UA 30010	davon Vermögenshaushalt im Jahr mit Euro Haushaltsstellen Prioritäten-Nr.:	Jahr	Euro	Verwaltungshaushalt Jahr 2004	Euro 653.400

federführendes	Sachbearbeiter	Unterschrift AL
Amt	Frau Friedrich	Dr. Buchmann

Verantwortlicher Beigeordneter	Unterschrift	Dr. Koch
---	--------------	----------

Im Jahr 2005 begeht die Landeshauptstadt Magdeburg ihr 1200jähriges Jubiläum.

Am 06.12.2001 fasste der Stadtrat den Beschluss, dass die Stadt Magdeburg unter aktiver Einbeziehung ihrer Bürgerschaft das 1200jährige Stadtjubiläum begeht. (Beschl.-Nr. 1538-43(III)01).

In dieser Drucksache wurde festgelegt, Magdeburg in seinen vielfältigen Traditionen und Funktionen zu würdigen. Auf dieser Basis wurde das Rahmenkonzept fortgeschrieben und mündete schließlich im Beschluss Nr. 2160-61(III)03.

Der Beschluss fasst zum einen organisatorische und finanzielle Rahmenbedingungen zusammen

-
projektbezogene Sachmittel als Zuschüsse für das Kuratorium „1200 Jahre Magdeburg“ e.V. wurden bewilligt, für die professionelle Vorbereitung des Stadtjubiläums die Einrichtung eines Koordinierungs- und Organisationsbüros festgelegt, die MMKT im Rahmen ihrer Aufgaben mit der Betreuung der Vermarktung des Stadtjubiläums beauftragt. Zum anderen wurden inhaltliche Festlegungen getroffen, die sich auf einzelne Bereiche der 12hundert Jahrfeier richten. Insbesondere die Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts galt es zu thematisieren sowie Magdeburger Literatur und Musik stärker zu berücksichtigen.

Mit der IFO I0329/03 wurde über die Aufnahme der Arbeit des Büro 12hundert informiert. Auf dieser Basis erfolgt die Fortschreibung des vorliegenden Konzeptes.

1. Rahmenkonzept (Sachstand Oktober 2003)

1.1 Das Leitbild

Das Leitbild für das Jubiläumsjahr vermittelt Visionen, Hoffnungen und Wünsche für die Stadt, es ermöglicht Klarheit, Transparenz und Akzeptanz. Darüber hinaus fördert die klare Formulierung eines Leitbildes Motivation und Identifikation. Seine Konkretisierung erfährt es in der Bestimmung von konkreten Ober- und Teilzielen.

Leitbild - nicht Slogan - ist „Moderne Stadt mit großer Geschichte“. Dieses Leitbild beschreibt den Spannungsbogen, der sich aus der bedeutenden Geschichte und der notwendigen Zukunftsorientierung der Landeshauptstadt ergibt. Vorhanden sind darin auch Potentiale, um die Vielfalt Magdeburgs aufzunehmen und zu kommunizieren.

Es wird durch das strukturierende Element, die Zahl 12, durch die Themenfelder und das Rahmen- und Ergänzungsprogramm in die Tat umgesetzt. Das Jubiläumsjahr soll bei allen wichtigen gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Zielen ermöglichen: Magdeburg feiert und feiern macht (auch) Spaß.

„Magdeburg 12hundert“ wird das Jahr 2005 in der Landeshauptstadt durch unterschiedliche Vorhaben prägen.

1.2 Zielfestlegungen

Ziele müssen handhabbar, konkret formuliert und inhaltlich eindeutig sein. Sie schriftlich zu fixieren hat den Vorteil, wiederholt ihre Einhaltung prüfen zu können. Ziele sollten aufeinander abgestimmt sein und sich nicht widersprechen.

Nachfolgend werden die Oberziele für „Magdeburg 12hundert“ benannt und mit Teilzielen untersetzt. Abschließend erfolgt die Benennung der Kriterien zur Projektauswahl.

Oberziele

1. Das Jubiläumsjahr ermöglicht, die bedeutende Geschichte Magdeburgs in besonderer Weise zu thematisieren. Darauf aufbauend wird ein Spannungsbogen hin zur Rolle der Stadt als Landeshauptstadt und ihren vorhandenen Potentialen erzeugt. „Magdeburg 12hundert“ schlägt somit eine Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

2. Die Identifikation der Magdeburger mit ihrer Stadt wird durch „Magdeburg 12hundert“ gestärkt. Besondere Aufmerksamkeit sollen jungen Familien und Jugendliche erfahren.
3. Die vorhandenen Ressourcen werden so gebündelt, dass Synergien entstehen, die neue Partnerschaften begründen werden und nachhaltig, auch über das Jubiläumsjahr hinaus, wirken können.

Teilziele

zu 1

- 1.1 Strukturierendes, spielerisches Element von „Magdeburg 12hundert“ ist die Zahl 12.
- 1.2 Die Höhepunkte des Jahres – begrenzt durch die Dauer der Ausstellung Magdeburg 1200 im Kulturhistorischen Museum – werden den folgenden Themenfeldern zugeordnet:
 - * Mittelalterliche Metropole
 - * Preußische Festung
 - * Landeshauptstadt
- 1.3 Innerhalb der Themenpaare
 - * Kultur und Natur
 - * Wirtschaft und Wissenschaft
 - * Sport und Erholung
 werden Vorhaben realisiert, die sich auf Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft beziehen. Jedes der drei genannten Themenpaare wird für 4 Monate im Jahr 2005 für das Rahmenprogramm und Ergänzungsveranstaltungen bestimmend sein.
- 1.4 Die Veranstaltungen sollen künstlerisch, inhaltlich und auf wissenschaftlichem Gebiet interessant und anregend sein. Dabei wird auf Ungewöhnliches, Neuartiges aber auch Gewohntes gesetzt.
- 1.5 Das Festjahr soll genutzt werden, um Magdeburg in der Öffentlichkeit und den unterschiedlichen Medien zielorientiert zu positionieren.

zu 2

- 2.1 „Magdeburg 12hundert“ soll für die Bewohner der Stadt zum herausragenden Ereignis werden und dazu animieren, zu verschiedenen Anlässen in der Stadt zu verbleiben und Gäste einzuladen.
- 2.2 Die Magdeburger werden zielgruppenadäquat angesprochen. Herzstück für die Beteiligung der Bürger am Jubiläumsjahr wird die „Festmeile“ des Kuratorium „1200 Jahre Magdeburg“ e.V. sein. Die thematischen Veranstaltungen in den zwölf Monaten 2005 werden jeweils auf ihre Zielgruppenbestimmung geprüft und ausgewählt. Die Höhepunkte des Jahres werden ebenfalls zielgruppenadäquat erarbeitet. Die Dramaturgie des Festjahres trägt dem Rechnung.
- 2.3 Die aktive Mitarbeit von Vereinen, Verbänden, Interessengruppen und freien Projekten der Stadt sowie Kooperationen mit regionalen, überregionalen und internationalen Projekten und Institutionen soll angeregt und unterstützt werden.
- 2.4 Für die Vermarktung „Magdeburg 12hundert“ wird eine zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategie erarbeitet. Bei Bedarf wird eine externe Agentur hinzugezogen. Alle Maßnahmen für den Kommunikationsbereich werden in der AG Marketing abgestimmt.

zu 3

- 3.1. Vorhandene Ressourcen der Stadtverwaltung, der Projekte und Vorhaben werden gebündelt. Durch das Büro 12hundert werden Kooperationen angeregt und betreut. Besonderes Augenmerk wird auf die Nachhaltigkeit des Mitteleinsatzes gelegt.
- 3.2 Die freie professionelle Kulturszene soll im Rahmen des Stadtjubiläums unterstützt sowie nach Möglichkeiten gesucht werden, diese nachhaltig zu stärken.
- 3.3 Unternehmen, Forschungsverbände, Hochschule und Universität sollen mit Partnern unterschiedlicher Provenienz zusammengeführt werden. Dabei soll insbesondere die aktive Einbeziehung von Studierenden realisiert werden.
- 3.4 Öffentliche Mittel, Eigenmittel der unterschiedlichen Veranstalter sowie Drittmittel sollen effizient eingesetzt werden. Nach Möglichkeit sollten mögliche Potentiale genutzt und weitere Ressourcen erschlossen werden.

3.5 Drittmittel von Sponsoren, Spendern und Stiftungen sollen in erheblicher Menge eingeworben werden. Alle vorhandenen Mittel für Werbung, Öffentlichkeits- und Pressearbeit sollen gebündelt werden.

1.3 Kriterien der Projektauswahl

Die Gesamtdramaturgie des Jubiläumsjahres ist unmittelbar mit den benannten Zielen verbunden. Orientiert das Oberziel 1 insbesondere auf die inhaltlichen Schwerpunkte, so bezieht sich Oberziel 2 vor allem auf die avisierten Zielgruppen. Oberziel 3 schließlich enthält die beabsichtigten Verbindungen zwischen unterschiedlichen Bereichen, die Nutzung von Synergieeffekten und die Orientierung auf Nachhaltigkeit. Die Kriterien zur Projektauswahl sind in Anlage 1 dieser Vorlage enthalten.

Eine Vorauswahl der 180 eingereichten Projekte erfolgt in zwei Phasen. Zunächst werden die Höhepunkte des Jahres gewählt, daran anschließend Projekte für das Rahmen- und Ergänzungsprogramm. Dies erfolgt nach notwendigen Rücksprachen mit den Projektträgern und inhaltlicher Prüfung anhand der vorgestellten Kriterien. Die endgültige Festlegung der Projekte erfolgt durch die Lenkungsgruppe. Neben diesen so beschlossenen Vorhaben werden gegebenenfalls weitere Projekte gezielt initiiert, sofern die festgeschriebenen Ober- und Teilziele dies erforderlich machen. Eine Liste aller bisher eingereichten Projekte befindet sich in Anlage 2.

1.4 Zielgruppen

Die Zielgruppen werden zunächst in zwei große Gruppen gefasst:

- Magdeburger Bürger
- Regionales und überregionales Publikum.

Diese beiden Gruppen bestehen aus ganz unterschiedlichen Personengruppen mit differenzierten Bedürfnissen. Basis für eine weitere Ausdifferenzierung dieser Zielgruppen sind die Sinus-Milieus, die auf langjährigen soziologischen Forschungen beruhen. In den Auswahlkriterien sind diese Überlegungen berücksichtigt und zum besseren Verständnis Kurzbeschreibungen der Sinus-Milieus eingefügt. Eine Darstellung der einzelnen Milieus, Teilöffentlichkeiten befindet sich in Anlage 3.

In Selbstverwirklichungs- und Niveaumilieu können Meinungsführer, Entscheidungsträger, experimentierfreudige und innovative Individualisten verortet werden. Dies deutet darauf hin, dass in wirtschaftlichen Unternehmungen vielfach Impulse, Initiativen oder Gründungen aus diesen Milieus kommen. Unter der Voraussetzung, dass Trends in vielen gesellschaftlichen Bereichen vor allem im Selbstverwirklichungs- und im Niveaumilieu entstehen, ergibt sich für diese Milieus seitens der Stadtpolitik in Magdeburg Handlungsbedarf. Dieser richtet sich auf eine längerfristige Entwicklung der Landeshauptstadt. Dafür kann das Stadtjubiläum positive Signale geben und mögliche Prozesse vorbereiten.

Die Vorhaben zum Stadtjubiläum sollten daher auf die unterschiedlichen Milieus erweitert und geprüft werden. Dies hat zur Folge, die Bandbreite der unterschiedlichen Veranstaltungen zielgruppenorientiert zu planen und zusätzlich gezielt auf Vorhaben zu setzen, die sich an das Selbstverwirklichungs- und das Niveaumilieu wenden.

2. Werbung und Vermarktung

Der Erfolg aller Vorhaben zum Stadtjubiläum ist unmittelbar verbunden mit einer intensiven vorbereitenden und begleitenden Werbung, Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Dafür wird eine in

sich stimmige Kommunikationsstrategie erarbeitet, die spezifiziert nach Zielgruppen und Ereignissen mit unterschiedlichen Mitteln realisiert wird.

In enger Zusammenarbeit in der AG Marketing – Beigeordneter für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit, MMKT, ProM, Pressesprecherin der Landeshauptstadt, Büro 12hundert – und mit weiteren Partnern werden Kampagnen entwickelt. Diese richten sich einerseits auf die Bewerbung in Magdeburg, andererseits auf die touristische Vermarktung in Deutschland und Europa.

Die deutschland- und europaweite Kommunikation (Außenmarketing) übernimmt die MMKT in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern – z.B. LMG. Die Bewerbung in Magdeburg wird durch das Büro 12hundert, Pro M und das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit realisiert.

Die professionelle und zielgruppenorientierte Werbung wird 2004 in drei große Kampagnen aufgeteilt, die nacheinander und jeweils aufeinander bezogen auf das Jubiläumsjahr aufmerksam machen.

Diese Kampagnen sind Dachkampagnen, die durch einzelne Akteure und Projekte jeweils in Abstimmung mit der AG Marketing genutzt und erweitert werden können. Basis dieser Kampagnen sind klassische Werbemittel wie Plakate, Flyer, Radiospots und Verkehrsmittelwerbung (z.B. Straßenbahnen). Diese werden flankiert von unterschiedlichen Aktionen mit Bürgerbeteiligung, Veranstaltungen in Vorbereitung auf das Jubiläumsjahr sowie die ständige Erweiterung und Einrichtung eines Internetauftritts zur 12hundert Jahrfeier auf den Seiten der Landeshauptstadt.

2.1 Einführung

Laufzeit Januar – Mai 2004

Mittel: Flyer, Plakate, Mailings, Trailer, Spots

Maßnahmen regional:

- Wettbewerb für ein Maskottchen zum Stadtjubiläum mit der Bevölkerung
- Durchführung eines Quiz in Zusammenarbeit mit dem Stadtarchiv (Dauer 12 Wochen)
- Plakatierung im Stadtraum
- Anzeigen, Spots in Regionalpresse/ -radio/ -fernsehen
- Durchführung von Informationsveranstaltungen
- Newsletter (Projekte und interessierte Magdeburger)
- Mailings, Veranstaltungsankündigungen
- Gestaltung und Bearbeitung des Internetauftritts
- Organisation einer Lotterie mit 12hundert Preisen

Maßnahmen überregional

- Teilnahme an touristischen Fach- und Publikumsmessen, zahlreiche Infostände und Präsentationen bei Veranstaltungen, Kongressen und Tagungen in Magdeburg,
- Entwicklung von touristischen Printmedien
- Unterzeichnung eines Kooperationsvertrages von LMG, MMKT, Büro 12hundert
- Pflege und Ausbau der touristischen Internetplattform und des Veranstaltungskalenders, Entwicklung eines Internet-Specials mit Gewinnspiel.

2.2 Beschleunigung

Laufzeit: Juni – September 2004

Mittel: Flyer, Plakate, Mailings, Trailer, Spots

Einsatz: regional und überregional

Maßnahmen regional

- Bekanntgabe der Gewinner des Quiz
- Ausstellung der Vorschläge zum Maskottchen-Wettbewerb

- Herstellung und Einführung erster Merchandisingartikel (inkl. Maskottchen)
 - Beginn der Lotterie Magdeburg 12hundert
 - Öffentliche Castings für 12hundert Meter Magdeburg (Festmeile)
 - evtl. Kinospots, Fernsehspots
 - Durchführung von Informationsveranstaltungen
 - Newsletter (Projekte und interessierte Magdeburger)
 - Mailings, Veranstaltungsankündigungen
 - Fortführung des Internetauftritts, evtl. Einrichtung von Chatrooms etc.
 - evtl. Projekt Werbefilme für Magdeburg von Magdeburger Schülern und Studenten
- Maßnahmen überregional
- Teilnahme an touristischen Fach- und Publikumsmessen, zahlreiche Infostände und Präsentationen bei Veranstaltungen, Kongressen und Tagungen in Magdeburg,
 - Entwicklung von touristischen Printmedien
 - Kooperation mit Städtedestinationen wie z.B. Braunschweig oder Quedlinburg mit dem Ziel gemeinsamer Produktentwicklung
 - Straßenbahnwerbung für Magdeburg in Halle, Leipzig, Braunschweig oder Hannover
 - Entwicklung von speziellen touristischen Angeboten, Pauschalen für Individual- und Gruppenreisende, Jubiläumsführungen mit Erlebnischarakter
 - Akquise, Organisation und Begleitung von Kongressen für das Jubiläumsjahr
 - Platzierung des Magdeburger Stadtjubiläums in den Marketingmaßnahmen der regionalen Tourismusverbände, der LMG und den internationalen Katalogen der DZT (fortlaufend).

2.3 Endspurt

Laufzeit: Oktober – Dezember 2004

Mittel: Flyer, Plakate, Mailings, Rundfunkspots, Verkehrsmittel

Maßnahmen regional:

- Literaturwettbewerb in Zusammenarbeit mit dem Literaturhaus (Stadtschreiber)
- Weiterführung Lotterie Magdeburg 12hundert
- Durchführung Tafelrunde und weiterer Image-Veranstaltungen
- Öffentliche Castings für 12hundert Meter Magdeburg (Festmeile)
- Weihnachtskalender mit Jubiläumsüberraschungen Dezember 2004
- evtl. Kinospots, Fernsehspots
- Durchführung von Informationsveranstaltungen
- Newsletter (Projekte und interessierte Magdeburger)
- Mailings, Veranstaltungsankündigungen
- Fortführung des Internetauftritts, evtl. Einrichtung von Chatrooms etc.

Maßnahmen überregional

- Teilnahme an touristischen Fach- und Publikumsmessen, zahlreiche Infostände und Präsentationen bei Veranstaltungen, Kongressen und Tagungen in Magdeburg,
- Entwicklung von touristischen Printmedien
- bundesweite und internationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit der Zielgruppe Reisejournalisten
- Straßenbahnwerbung für Magdeburg in Halle, Leipzig, Braunschweig oder Hannover
- Entwicklung von speziellen touristischen Angeboten, Pauschalen für Individual- und Gruppenreisende, Jubiläumsführungen mit Erlebnischarakter
- Akquise, Organisation und Begleitung von Kongressen für das Jubiläumsjahr
- Platzierung des Magdeburger Stadtjubiläums in den Marketingmaßnahmen der regionalen Tourismusverbände, der LMG und den internationalen Katalogen der DZT (fortlaufend).

Die hier genannten Stichpunkte werden zielgruppenorientiert aufbereitet, eingesetzt und fortlaufend ergänzt. Werbung und Vermarktung in 2005 wird aufbauend auf die hier genannten drei Kampagnen strategisch geplant und in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern umgesetzt.

3. Gesamtdramaturgie 2005 und Ziele/Aufgabenstellung 2004

3.1. Gesamtdramaturgie Magdeburg 12hundert

Die Gesamtdramaturgie gliedert sich in drei Felder:

Das strukturierende Element dient als Klammer für den Gesamtzeitraum und ist ein formales Element, welches für die Kommunikationsstrategie von Bedeutung ist.

Das Rahmen- und Ergänzungsprogramm bietet unterschiedlichen Vorhaben Raum, wird thematisch festgelegt und erstreckt sich über den Zeitraum von Januar bis Dezember.

Die Höhepunkte werden von Mai bis September stattfinden, sie sind auf spezifische Milieus ausgerichtet.

Im Folgenden werden diese drei Bereiche beschrieben.

3.1.1 Das strukturierende Element: 12

Die 12 Monate werden mit 12 unterschiedlichen Themen besetzt. Am 12. Tag des jeweiligen Monats findet eine entsprechende Veranstaltung statt. Während der Laufzeit der Ausstellung des Kulturhistorischen Museums vom 8. Mai bis 4. September werden 12 Highlights im Stadtraum von Magdeburg stattfinden. Die Anzahl der Publikationen wird auf 12 festgelegt, im Rahmenprogramm sollen 12 Stadtrundgänge mit unterschiedlicher Thematik angeboten werden. Um die Marke 12hundert zu etablieren, werden unterschiedliche Aktionen mit der 12 verbunden, z.B.:

- Veranstaltungstitel enthalten die Marke „12hundert“ (z.B. 12hundert Meter Magdeburg – Festmeile)
- Lotterie mit 12hundert Preisen
- 100 Unternehmen werden gewonnen, die jeweils 12hundert Euro für eine Anschubfinanzierung geben.

3.1.2 Rahmen – und Ergänzungsprogramm

- Hier werden Veranstaltungen eingeordnet, befördert oder initiiert, welche zwischen Januar und Dezember, analog zu den entsprechenden Monatsthemen, stattfinden sollen. In einer groben Gliederung lassen sich diese in folgende Spannungsfelder einordnen: Kultur und Natur, Wirtschaft und Wissenschaft, Sport und Erholung. Die Themenfelder der Höhepunkte werden hier erweitert und ergänzt und in der Lenkungsgruppe zur 12hundert-Jahrfeier entwickelt.
- Der Beginn der Rahmen- und Ergänzungsveranstaltungen wird auf den 12. Januar terminiert. Ihren Abschluss finden die Feierlichkeiten am 12. Dezember.

3.1.3 Höhepunkte

Analog zur Ausstellung des Kulturhistorischen Museums werden drei Themenfelder benannt, die es unter anderem ermöglichen, „Geschichte in Geschichten“ zu erzählen, die Phantasie beflügeln und Aufmerksamkeit wecken. Diese Veranstaltungen sind zum größten Teil Open-Air-Veranstaltungen:

- Mittelalterliche Metropole
Hier werden Veranstaltungen angeboten, die sich mit der bedeutenden Geschichte Magdeburgs beschäftigen. Dabei werden Bezüge zu Gegenwart und Zukunft unterstützt.
Veranstaltungen:
 - „12hundert Meter Magdeburg – Geschichte in Geschichten“ (Festmeile)

- Preußische Festung
Höhepunkte zu diesem Thema nehmen Bezug zum bürgerlichen Zeitalter, beginnend mit der Aufklärung. Historische Bezüge setzen sich fort bis zur Moderne. Veranstaltungen, die in ihrer Ausrichtung auf Traditionen in diesem Zeitrahmen verweisen, werden hier eingeordnet oder initiiert.
Veranstaltungen:
 - Vision.24 Wiederbelebung der ehemaligen Kunstgewerbe- und Handwerksschule in Verbindung mit Fachmesse für Kunsthandwerk und Vorhaben des Puppentheaterfestivals
 - 4. Festival „Magdeburgisches Concert“
- Landeshauptstadt
Unter diesem Begriff werden Höhepunkte zu Gegenwart und Zukunft Magdeburgs zusammengefasst.
Veranstaltungen:
 - Brückenfest
 - „Stadtillumination“ (Elbauenpark)
 - Licht-Klang Projekt „1200 Jahre Magdeburg“, Gert Hof
 - Fest der Begegnung/ Internationales Schuljugendprojekt
 - Festival des Sports
 - Großer Zapfenstreich der Bundeswehr
- Höhepunkte beginnen mit dem Festakt im Dom, der Ausstellungseröffnung im KHM und dem Brückenfest zur Eröffnung der Sternbrücke am 7. Mai 2005. Ihren Abschluss finden sie mit der Licht-Klang-Installation von Gert Hof am 2. Oktober auf dem Domplatz, dem das traditionelle Rathausfest folgt. Alle weiteren Höhepunkte werden im Zeitraum Mai bis Oktober terminiert. Drei weitere Veranstaltungen sollen mit dem Theater der Landeshauptstadt/ Kammerspiele und mit möglichen privaten Veranstaltern kreiert werden.

3.2. Aufgabenstellung ab 2004

Auf der Grundlage des Beschlusses vom 06.03.2003, Beschl.-Nr. 2160-61 (III)03, in dem das Rahmenkonzept zur Kenntnis genommen wurde und auf der Basis dieser Drucksache ergeben sich konkrete Aufgabenstellungen.

Nachfolgend aufgeführte Projekte sind feste Planungsgrößen für 2005, die 2004 entweder als jährlich wiederkehrende Veranstaltungen (Magdeburger Tafelrunde, Schülermalwettbewerb) oder hinsichtlich ihrer langfristigen Vorbereitung Vorlaufkosten verursachen.

Projekte	Summe
Höhepunkte	
12hundert Meter Geschichte (Festmeile)	150.000
Projekt Gert Hof	10.000
Eröffnungsveranstaltung	30.000
Vision.24	25.000
Sonstiges*	35.000
Rahmen- und Ergänzungsprogramm	
Oratorium	13.900
Schülermalwettbewerb	2.500
Kirchenmodelle	24.000
Ausstellung Weiblichkeit, Sinnlichkeit, Fruchtbarkeit	16.000
Auswahl von Projekten aus Anlage 2*	79.000
Sonstiges*	40.400
Publikationen	
Publikation Stadtgeschichte	21.100
Gesamtausgabe Otto von Guericke	6.000

Architekturstadtplan	5.000
Sonstiges *	49.000
Zwischensumme	506.900

*Hieraus sollen auch Projekte von Vereinen etc. nach Antragstellung finanziell unterstützt werden, da bereits 2004 Anschubfinanzierungen erforderlich sind.

Die Projektzuschüsse ergeben sich anteilig aus den Haushaltstellen Veranstaltungen (583000.7) und Künstlerhonorare (416500.9) sowie der Haushaltsstelle Zuweisungen und Zuschüsse an übrige Bereiche (718000.5).

	Summe
Büro 12hundert	
Betriebskosten (Mieten, Strom, Telefon, Porto etc.)	24.500
Ausgaben für Information, Dokumentation	52.000
Sonstiges (Künstlerhonorare, Veranstaltungen)	30.000
Zwischensumme	106.500

Die Betriebskosten des Büros 12hundert setzen sich zusammen aus den Haushaltstellen 530000.1, 540000.9, 588000.2, 650000.5, 652000.3, 654000.1. Ausgaben für Information und Dokumentation entsprechen der Haushaltstelle 582000.8., Sonstiges enthält Teilbeträge aus 583000.7 und 416500.9.

Vermarktung überregional (MMKT - anteilig)	40.000
Gesamt inkl. Außenmarketing	653.400

Die Mittel für das Außenmarketing ergeben sich anteilig aus den HH-Stellen Veranstaltungen (583000.7) und Künstlerhonorare (416500.9).

Zur Information befindet sich im Anlage 4 der Kostenrahmen für die Jahre 2004 bis 2006. Eine Spezifizierung der Kosten für konkrete Projekte – Höhepunkte, Rahmen- und Ergänzungsprogramm, Publikationen – erfolgt nach der endgültigen Entscheidung der Lenkungsgruppe und der genauen Terminierung der einzelnen Programmbestandteile.

Eine entsprechende Vorlage für 2005 und 2006 wird dem Stadtrat im Juni 2004 vorgelegt

Anlage 1**Kriterien zur Auswahl von Vorhaben zu „Magdeburg 12hundert“**

Die Kriterien wurden anhand der gesetzten Ober- und Teilziele entwickelt. Die Nummerierung entspricht der Nummerierung der Ziele in der Vorlage.

Oberziel	Teilziel	Fragestellung	ja	nein	neutral
1		Sind Bezüge zur Geschichte Magdeburgs im Projekt enthalten?			
1		Werden Verbindungen zur Gegenwart und oder Zukunft deutlich			
1	1.1	Gibt es Bezüge zur Zahl 12 (numerisch, mythologisch, sprachlich, inhaltlich)?			
1	1.2	Kann das Vorhaben einem der drei Themenfelder zugeordnet werden?			
1	1.2	Ist das betreffende Themenfeld bereits abgedeckt?			
1	1.2	Handelt es sich um eine eigenständige Veranstaltung?			
1	1.2	Handelt es sich um eine Ergänzungsveranstaltung?			
1	1.3	Kann das Vorhaben einem der Themenpaare zugeordnet werden?			
1	1.3	Ist das betreffende Themenpaar bereits abgedeckt?			
1	1.3	Wird ein konkretes Thema bearbeitet?			
1	1.3	Werden ungewohnte oder neue Perspektiven bezüglich des betreffenden Themas sichtbar?			
1	1.3	Werden ungewohnte oder neue Perspektiven auf das betreffende Themenpaar sichtbar?			
1	1.4	Ist das Vorhaben für die überregionale Berichterstattung von Interesse?			
1	1.4	Ist das Vorhaben für die regionale Berichterstattung von Interesse?			
1	1.4	Ist das Vorhaben für Medien mit fachlicher Ausrichtung interessant?			
1	1.4	Ist das Vorhaben für Medien mit klar definierten Zielgruppen interessant?			
1	1.4				
1	1.4				

Teileinschätzung/ Einordnung

Oberziel	Teilziel	Fragestellung	ja	nein	neutral
2		Sind die Zielgruppen des Vorhabens erkennbar?			
2		Können am Vorhaben Bürger beteiligt werden?			
2		Dient das Vorhaben einem spezifischem Fachpublikum?			
2		Ist das Vorhaben für Jugendliche geeignet?			
2		Ist das Vorhaben für Familien mit Kindern geeignet?			
2	2.1	Ist das Vorhaben für überregionale Gäste attraktiv?			
2	2.1	Ist das Vorhaben für regionale Gäste attraktiv?			
2	2.1	Ist das Vorhaben für Magdeburger attraktiv?			
2	2.2	Erreicht das Vorhaben das Unterhaltungs- und/oder Harmoniemilieu?			
2	2.2	Erreicht das Vorhaben das Selbstverwirklichungs- und/oder Niveaumilieu?			
2	2.3	Gehören die Veranstalter der Stadtverwaltung an?			
2	2.3	Sind die Veranstalter verwaltungsextern? (Vereine, Verbände, Freiberufler, Wirtschaft, Institute, Forschungseinrichtungen etc.)			
2	2.3	Handelt es sich um ein Kooperationsvorhaben?			
2	2.3	Sind regionale Akteure beteiligt?			
2	2.3	Sind überregionale Akteure beteiligt?			
2	2.3	Sind internationale Akteure beteiligt?			
Teileinschätzung/ Einordnung					
Oberziel	Teilziel	Fragestellung	ja	nein	neutral
3		Ist das Vorhaben einmalig?			
3		Handelt es sich um eine Veranstaltungsreihe?			
3		Werden neue Kooperationen gebildet?			
3	3.1 – 3.3	Wird das Vorhaben über 2005 hinaus wirken?			
3	3.1 – 3.3	Verbinden sich im Vorhaben Einrichtungen der Stadtverwaltung und externe Einrichtungen?			
3	3.2	Sind die Beteiligten freiberuflich künstlerisch oder publizistisch tätig?			
3	3.4-3.5	Sind mehrere Finanzierungspartner beteiligt?			
3	3.4-3.5	Werden Mittel der Stadt verwendet?			
3	3.4-3.5	Werden Mittel des Bundes, des Landes oder der EU eingeworben?			

3	3.4-3.5	Werden Mittel von privaten Geldgebern eingeworben?			
3	3.4-3.5	Werden Eigenmittel verwendet?			
Teileinschätzung/ Einordnung					
Empfehlung				Realisierung ja/ nein	
Begründung					

Anlage 2

Übersicht bisher eingereicherter Vorhaben

I. Projekte des Kuratoriums "1200 Jahre Magdeburg"

Projekte	Verantwortlich (Kooperationspartner)
Festmeile "12hundert Meter Magdeburg - Geschichte in Geschichten" (evtl. Pfingsten)	<i>div. Partner</i>
Oratorium "De Vacuo Spatio"	
Publikation "Stadtgeschichte"	<i>div. Partner</i>
Magdeburger Tafelrunde	
Schülermalwettbewerb	

II. Städtische Projekte

Projekte	Verantwortlich (Kooperationspartner)
Projekte Büro 12hundert:	Büro 12hundert
Steubenfest	
Sonderbriefmarke (Festveranstaltung Übergabe)	
Sondermünze (Festveranstaltung Übergabe)	
Magdeburger Persönlichkeiten - Talkrunden	<i>Zwickmühle Magdeburg</i>
Lichtprojekt Gert Hof	
Projekte Amt für Öffentlichkeitsarbeit und Protokoll:	Amt 13
Neujahrsempfang des Oberbürgermeisters	
Eröffnungsveranstaltung (07.05.)	
Fest der Begegnung der Partnerstädte (evtl. 16.-19.06.)	<i>Elbauenpark ?</i>
Rathausfest (02.-03.10.)	
Projekte Amt für Gleichstellungsfragen:	Amt 16
Fotoausstellung "Lebenswege" Magdeburger Frauen in Porträts, Texten, Gesprächen mit Begleitveranstaltungsreihe "Die besondere Begegnung" (März)	<i>FEMMA e.V.</i>
Workshop zur "Geschichte der Hexenverbrennung und Beginnenbewegung in Magdeburg" (März/ August)	<i>Magd. Geschichtsverein/ Frauenort in S.-A. e.V.</i>
Projekt "Spurensuche - Magdeburg aus Frauensicht" (März)	
Projekt Kulturamt:	Amt 41
Schreibwettbewerb "Meine Stadt - Magdeburger Bürger schreiben über ihre Stadt" (Literaturhaus)	

Projekt Theater der Landeshauptstadt:	Amt 43
Fotodokumentation "15 Jahre Theater der Landeshauptstadt Magdeburg – Theater nach der Wende"	
Projekte Magdeburger Museen:	Amt 45
Sonderausstellung "Magdeburg 1200 – Mittelalterliche Metropole, Preußische Festung, Landeshauptstadt – Die Geschichte der Stadt von 805 bis 2005"	Kulturhistorisches Museum
Landesweiter Schülerschichtswettbewerb "1200 Jahre Magdeburg"	
Symposium "Das Magdeburger Recht"	Dezernat VI
Durchführung des 56. Internationalen Sachsen-Symposiums (September)	
Museumsnacht "1200 Jahre Magdeburg"	Magdeburger Museen
"Magdeburg – Stadt der Grünanlagen" (Aktualisierung der Dauerausstellung)	Museum für Naturkunde
Museumspädagogisches Projekt "Farben und Färben – der Einsatz von Naturfarben im Mittelalter"	
Aktionstag/ Aktionswoche zum Thema "Elbe" unter Einbeziehung der Dauerausstellung "Im Reich von Biber und Reiher – Lebensraum mittlere Elbe"	Amt 61
Sonderausstellung "Sowj. Kommandantur in Magdeburg 1945-1993"	Gedenkstätte Moritzplatz
Sonderausstellung "Herbst 1989 in Magdeburg"	
Ausstellung im Schaudapot "Technikgeschichtliche Sammlung" zur Darstellung der Gründungsphase der industriellen Revolution in Magdeburg	Technikmuseum
Projekt Freie Kammerspiele:	Amt 46
Multimediales Theaterprojekt (Nashville/ MD) "Wir wohnen schon lange im selben Dorf"	
Projekte Stadtarchiv:	Amt 47
Buchveröffentlichung "Magdeburg im Bombenkrieg"	
Vortragsreihe "Im Stadtarchiv gefunden..."	
Gesprächsnachmittage mit Zeitzeugen	
Quiz zur Stadtgeschichte	
Serie über die Bestände des Stadtarchivs in der Volksstimme	
Publikation über Persönlichkeiten des 17. Jh.	
Neuaufgabe der Broschüre "300 Jahre Magdeburger Rathaus"	
Landesarchivtag, Gesellschaftshaus (06.-07.06.)	
"Tag der Archive" (25.09.)	
Beteiligung Festmeile	Kuratorium
Beteiligung an der Ausstellung über den Breiten Weg	Amt 61
Projekte Puppentheater:	Amt 49
Historischer Stadtrundgang (April-Oktober)	
Zeitreise-Ausstellung zur "Geschichte des Puppenspiels" (Mai - ?)	
Straßentheater "Ottos Welt oder Wie man Kaiser wird"	
Internationales Figurentheaterfestival (11.-17.06.)	
Projekte Zoologischer Garten:	Zoo
Jubiläumswochenende zum 55. Zoojubiläum mit diversen Veranstaltungen (21.-24.07.)	

Ausstellung "Der Zoologische Garten Magdeburg im Wandel der Zeiten" - Eine Zeitreise durch die Zoogeschichte	
Wettbewerb "Magdeburger Zooerlebnisse"	
Beteiligung Festmeile - Zoomobil	<i>Kuratorium</i>
Projekt Bauverwaltungsamt:	Amt 60
Dokumentation "1200 Jahre Magdeburg – Stadt am Strom; von Menschen, Ereignissen und Bauwerken"	
Projekte Stadtplanungsamt:	Amt 61
Architekturmeile Innenstadt	
Informationsrundgang "Entwicklung südliches Stadtzentrum"	
Faltblatt "Grüner Ring"	
Präsentation "15 Jahre Städtebaulicher Denkmalschutz"	
Publikation/ Ausstellung zur Archäologie	
Tagung der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung unter dem Leitthema "Zukunft Stadt" (12.-16.10.)	
Dokumentationen zur Stadtentwicklung	
Internationale Tagung "Großfestungen"	
Dokumentation Festungsanlagen Magdeburg	
Neuaufgabe "Magdeburg – Portrait einer Stadt"	
Dokumentation "Magdeburger Centurien"	
Leporello zur Grafischen Gesamtschrägansicht (Vogelschau) des Stadtgebietes	
Ausstellung "Breiter Weg"	<i>Amt 47</i>
Dokumentation "Brücken in Magdeburg"	
Dokumentation "Entwicklung der Bauordnung in Magdeburg"	
Dokumentation "Verbreitung der Rolandfiguren"	
Tafel/ Steinplatte "Verbreitung des Magdeburger Rechts"	
Tagungsreihe "Das weltoffene Magdeburg"	
"Der Hellweg – Vom Handels- und Königsweg zur Bundesstraße"	
"Tag der Elbe" (Aktionswoche Elbestädte)	
Dokumentation "Magdeburg – Stadt am Strom"	
"Die Hanse" (Treffen Hansestädte)	
"Das Magdeburger Recht" (Städte-Treffen)	<i>Amt 45/ Universität</i>
"Rolande" (Treffen Roland-Städte)	
"Die Prämonstratenser"	
Wiederaufstellung der Magdeburger Rolandfigur am Rathaus	<i>Dezernat IV</i>
Maßnahmen zum Städtebaulichen Denkmalschutz am Domplatz (u.a. Umgestaltung Domplatz, Haus der Romanik)	
GA-Förderobjekt Regierungsstraße/ Klosterumfeld (u.a. Touristenstation/ Busstation)	
Sanierungsgebiet Buckau (Elbuferzone, Grüne Mitte)	
Projekte Vermessungsamt:	Amt 62
Dokumentation "Magdeburg in Karten, Plänen und Ansichten"	
Jubiläumsausgabe des amtlichen Stadtplanes 2005	
Projekte Hochbauamt:	Amt 65
Dokumentation "Entwicklungsgeschichte des kommunalen Hochbaus in Magdeburg"	
Faltblatt bzw. Ausstellung zur Planung der Stadthalle	

Repräsentative Eröffnungsveranstaltung Rathaus (evtl. Mai)	
Repräsentative Eröffnungsveranstaltung Gesellschaftshaus	
Bauliche Maßnahmen (Rathaus, Südturm Johanniskirche, Aussichtsturm Stadtpark, Ostflügel Museum, Gesellschaftshaus, Kaserne Mark, Festungsmauer, Elbeschwimmhalle)	
Projekte Tiefbauamt:	Amt 66
Brückenfest zur Eröffnung der Sternbrücke (07.05.)	
Dokumentation "Geschichte der Wasserversorgung in Magdeburg"	
Ausstellung "Magdeburg mit Plänen und Modellen"	
Fotodokumentation zu vom TBA erschlossenen Wohngebieten	
Sonder-Info zum Stadtjubiläum auf vorhandenen Variotafeln am Ring und den Begrüßungstafeln an den Stadteingängen	
IFAK - Forschungsprogramm Invent Testfeld Magdeburg	
Faltblatt zum Investitionsstand "Uniplatz"	
Bauliche Maßnahmen (Sternbrücke, Grundsteinlegung Fußgängerbrücke Schleinufer, Brückenfiguren Zollbrücke)	
Projekte Amt für Baurecht:	Amt 68
Theaterwerkstatt	
VOTC im Handelshafen	<i>Fraunhofer Institut</i>
Museumsanlage im Handelshafen	<i>Eisenbahnfreunde e.V.</i>
Projekte Abwasserbetrieb:	SAM
Broschüre "1.200 Jahre Magdeburg – geschichtliche Entwicklung der Abwasserentsorgung in der Landeshauptstadt Magdeburg"	
Schautafeln zur "Geschichte der Abwasserentsorgung in Magdeburg"	
Schmuckdeckel mit Würdigung des Stadtjubiläums an ausgewählten Standorten (Kanaldeckel)	
Austausch von Schmuckdeckeln mit den Partnerstädten Braunschweig, Nashville, Sarajewo (ggf. auch mit anderen deutschen Städten)	
Durchführung "Tag der offenen Tür" im Klärwerk Gerwisch unter dem Motto "Geschichte der Abwasserentsorgung"	

III. Projekte Dritter, die nur mit finanzieller Unterstützung der Stadt realisiert werden können

Projekte	Verantwortlich (Kooperationspartner)
Projekte Architektenkammer:	Architektenkammer
Architekturstadtplan (Dezember 2004)	
Projekt "Installationen im Stadtraum"	<i>Universität</i>
Projekt Bibliophilen und Grafikfreunde Magdeburg e.V.	Bibliophilen und Grafikfreunde
Broschüre "40 Jahre Bibliophilie und Grafiksammlung in Magdeburg"	
Projekt Briefmarkensammlerverein:	Globus e.V.

Ausstellung "1200 Jahre Magdeburg in Briefmarken, Münzen und Postkarten"	<i>Messe Magdeburg/ weitere Vereine</i>
Projekt Deutsch-Polnische Gesellschaft Sachsen-Anhalt e.V.:	Dt.-Poln. Gesellschaft
"Magdeburg1200Citynet.de" - Aufbau eines Netzwerkes zur Städtekooperation in den Bereichen Tourismus, wirtschaftl. und wissenschaftl. Kooperation, Jugend- und Schulprojekte, Kultur	<i>Gala Kunstverein/ Guericke-Gesell./ JAST-Informatik GmbH/ Serv-Consult GmbH</i>
Projekt Gala Kunstverein:	Gala Kunstverein
V. Internationales Kunstfestival im Elbuenpark und der Messe Magdeburg (September)	
Projekt Grenzgänger e.V.:	Grenzgänger
Multimedia Projekt "Begegnungen" am Alten Theater (Licht- und Klangwelten)	
Projekte Otto-von-Guericke-Gesellschaft:	Guericke-Gesellschaft
Internationales Schuljugendprojekt	
Halbkugelversuch im Rahmen der Festmeile	<i>Kuratorium</i>
Projekt "Farbschatten", Johanniskirche	
2. Band Guericke-Gesamtausgabe	
Wohnen und Leben - 1200 Jahre in Magdeburg, Medienpädagogisches Kunst- und Kulturprojekt mit Jugendlichen	<i>Universität, Prof. Fromme</i>
"Lebe hoch hundert" - Dokumentation über Bau und Entwicklung der GRÜNEN ZITADELLE VON MAGDEBURG: Diskussion und Integration in die Landeshauptstadt	<i>Universität, Prof. Fromme</i>
Projekte Otto-von-Guericke-Universität:	Guericke-Universität
Projekt "Installationen im Stadtraum"	<i>Architektenkammer</i>
Wohnen und Leben - 1200 Jahre in Magdeburg, Medienpädagogisches Kunst- und Kulturprojekt mit Jugendlichen	<i>Guericke-Gesellschaft</i>
"Lebe hoch hundert" - Dokumentation über Bau und Entwicklung der GRÜNEN ZITADELLE VON MAGDEBURG: Diskussion und Integration in die Landeshauptstadt	<i>Guericke-Gesellschaft</i>
Projekt Hochschule Magdeburg-Stendal:	Hochschule
VISION.24 - Wiederbelebung der ehemaligen "Kunstgewerbe- und Handwerksschule"	<i>Vierung-Kunstverein</i>
Projekte Kirchen:	
"Nacht der offenen Kirchen" (02.07.)	Evang. u. Kathol. Kirche
Straßenbahn "Seit 1200 Jahren vor Ort: Kirche in Magdeburg"	
Kunst im kirchlichen Raum	
Historischer Kirchenpfad	
Neuaufgabe Stadtkirchenführer	
Internationaler "Prämonstratenser - Tag"	
Konzert mit Künstlern der Synagogen Gemeinde	Synagogen Gemeinde
Beteiligung Festmeile	<i>Kuratorium</i>
Projekte Kultur- u. Heimatverein:	Kultur- u. Heimatverein
Modellbauten/ Kunstaufträge und -ankäufe	
diverse Publikationen	
Ausstellung "Magdeburg, Geschichte und Gegenwart – Ansichtskarten, Briefmarken, Heimatliteratur, Fotografie..."	

Ansichtskarten, Briefmarken, Heimatliteratur, Fotografie..."	
Projekte Künstler:	
Stadtmodell für blinde und sehende Mitbürger/ Bronzene Taststädte	Egbert Broerken (Bildhauer)
Ausstellung "Portrait einer Stadt" - Sicht der Künstler auf das Leben in der Stadt (Frühjahr)	Künstlerische Arbeitsgruppe Malerei und Grafik
Ausstellung "Weiblichkeit – Sinnlichkeit – Fruchtbarkeit", Johanniskirche (01.-30.09.)	Sabine Kunz, Bildende Künstlerin
Musikalische Stadtgeschichte für Kinder (Live-Act, CD)	Thilo Reichelt/ Thomas Riedel
"Alles Kunst" - Ausstellung regionaler Künstler in und um Magdeburg (Herbst)	Verein Bildender Künstler, Reginald Richter
Projekte Landesnetzwerk Entwicklungspolitik Sachsen- Anhalt:	Landesnetzwerk
"Internationales Dorf" (evtl. Integration Festmeile)	<i>Kuratorium</i>
"Farbfieber" (Umsetzung überdimensionaler Wandbilder an öffentlichen Gebäuden)	
Projekt Literarische Gesellschaft:	Literarische Gesellschaft
Broschüre "Magdeburg Literarisch"	
Projekte Magdeburgische Gesellschaft v. 1990:	Magdeburgische Gesellschaft
Kirchenmodelle	
Treffen der Hansestädte	
Projekt Magdeburger Musikverein:	Magdeburger Musikverein
4. Festival "Magdeburgisches Concert"	
Projekte Messe Magdeburg:	Messe Magdeburg
"Echtdampftreffen im Freien" (Magdeburger Modellbautage)	
Internationale Fachmesse "Kunsth Handwerk"	<i>Proj. Kunstgewerbeschule/ Figurentheaterfestival</i>
Ausstellung "1200 Jahre Magdeburg in Briefmarken, Münzen und Postkarten"	<i>Globus/ weitere Vereine</i>
Projekte Natur- und Kulturpark Elbaue:	NKE
Stadt-Illumination mit thematischen Bühnenprogrammen und Gastronomie an jedem Wochenende (21.05.-04.06.)	
Fest der Begegnung der Partnerstädte (evtl. 16.-19.06.)	<i>Amt 13</i>
Projekt Dt. Gesellschaft für Post- und Telekommunikationsgeschichte:	Post- u. Telekommunikations- geschichte
Historischer Posttag zu Magdeburg im Rahmen der Ausstellung "1200 Jahre Magdeburg in Briefmarken, Münzen und Postkarten"	<i>Messe Magdeburg/ Globus/ weitere Vereine</i>
Projekt Stadtsportbund Magdeburg:	Sport
"Festival des Sports" (evtl. 28.-30.05.)	<i>div. Vereine</i>
Projekt Tanztheater "Elbaue" e.V.	Tanztheater
Theaterstück zur Sage um das Magdeburger "Rote Horn"	<i>Kammerspiele, div. künstl. Vereine</i>
Projekt Richard-Wagner-Verband:	Wagner-Verband
Galakonzert Magdeburger Stipendiaten/ Aufführung Wagner- Oper/ Vortrag, TdL (evtl. 29.-31.10.)	

Projekte Zwickmühle Magdeburg:	Zwickmühle
Publikation "Geschichte des Magdeburger Kabarett's"	
Magdeburger Persönlichkeiten - Talkrunden	<i>Büro 12hundert</i>

IV. Projekte Dritter, die als Eigenprojekte bzw. mit Hilfe von Sponsoren realisiert werden

Projekte	Verantwortlich (Kooperationspartner)
Projekte Abtshof Magdeburg:	Abtshof
Entwicklung einer typischen Magdeburger Spirituose oder Weingetränks (Mittelalter)	
Gestaltung eines Standes im Rahmen der Festmeile – Labor mit Destillation und Ausschank	<i>Kuratorium</i>
Projekte Architektenkammer:	Architektenkammer
Thematische Stadtführungen (Schulung Stadtführer)	
Wissenschaftliches Symposium	
Projekt Fraunhofer Institut Magdeburg:	Fraunhofer
"Fest der Forschung" der Fraunhofer Gesellschaft (2005 evtl. in Magdeburg)	
Projekt Otto-von-Guericke-Gesellschaft:	Guericke-Gesellschaft
Ausstellung "Stadtprivilegien", Lukasklause	
Projekte Otto-von-Guericke-Universität:	Guericke-Universität
10. Magdeburger Studententage (Juni)	
Internationale Tagungen und Kongresse	
Projekt Hochschule Magdeburg-Stendal:	Hochschule
Internationale Tagungen und Kongresse	
Projekte Industrie- und Handelskammer:	IHK
Kammerunion Elbe/ Oder - Sachsen-Anhalt im Transeuropäischen Netz	
Eröffnungsveranstaltung zum Jahr des Tourismus in Deutschland für das Jahresthema 2005 "Städtetourismus" (Ende 2004/ Anfang 2005)	<i>DZT/ Dt. Ind.- u. Handelskammertag</i>
180-Jahrfeier der IHK Magdeburg (Frühjahr)	
Projekte Ingenieurkammer/ VDI:	IK/ VDI
Deutscher Ingenieurkammertag (14.-16.05.)	
Tagung "150 Jahre Ingenieurausbildung in Magdeburg"	
"Fest der Technik" (Oktober)	
diverse Publikationen	
Projekte Kirchen:	Evang. u. Kathol. Kirche
Ausstellung zur Kirchengeschichte in Magdeburg	
Vortragsreihe "Kirchengeschichte in Magdeburg"	
Ökumenischer Regionalkirchentag, Elbauenpark (28.08.)	
Gebet um Einheit der Christen (10.05.)	
Fernsehgottesdienst (MDR/ ZDF)	

Beteiligung Festmeile	<i>Kuratorium</i>
"Via Crucis" - Ökumenischer Kreuzweg (20.03.)	
Aufstellung Modelle der zerstörten Kirchen (Walloner Kirche)	
Verleihung Lothar-Kreyssing-Preis (05.11.)	
Sonderkonzertreihe St. Sebastian	
Projekte Landesheimatbund Sachsen-Anhalt:	Landesheimatbund
Kolloquium "Magdeburg und der mitteldeutsche Raum"	
Zinnfiguren Ausstellung "1200 Jahre Magdeburg – Streiflichter durch die Jahrhunderte"	
Projekt Natur- und Kulturpark Elbaue:	NKE
BallonMagie (18.-20.08.)	
Projekt ÖHMI:	ÖHMI
Beteiligung Festmeile	<i>Kuratorium</i>
Projekt Sippenverband "Ziering/Moritz/Alemann":	Sippenverband
Sippentag des Sippenverbandes in Magdeburg	
Projekt Stadtsporbund Magdeburg:	Sport
Ausstellung zur "Geschichte des Sports"	
Projekt Stadtparkasse Magdeburg:	Stadtparkasse
Stadtmedaille zum Thema "1200 Jahre Magdeburg"	
Projekte Verteidigungskommando:	Verteidigungskommando
Bundeswehr - BigBand (evtl. Integration Festmeile)	<i>Kuratorium</i>
Großer Zapfenstreich, Domplatz (19.05.)	
Ökumenischer Soldatengottesdienst, Dom (22.09.)	

Anlage 3**Zielgruppen** (Quelle: <http://www.sinus-milieus.de>)

Bezeichnung des Milieus	Beschreibung	Soziale Lage	Verortung
Bürgerliche Mitte	ca. 16 Prozent der Gesamtbevölkerung Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen	30-50 Jahre, oft Mehr-Personen-Haushalte, kinderfreundliches Milieu Qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse einfache, mittlere Angestellte und Beamte; Facharbeiter Mittlere Einkommensklasse	Unterhaltungs- und Harmoniemilieu
Hedonisten	ca. 11 Prozent der Gesamtbevölkerung Die spaßorientierte moderne Unterschicht/ untere Mittelschicht: Verewigung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft	jüngere und mittlere Altersgruppen bis 50 Jahre, Schwerpunkt unter 30 Jahre, einfache bis mittlere Formalbildung – relativ oft ohne abgeschlossene Berufsausbildung, einfache Angestellte und Arbeiter, viele Schüler und Auszubildende, vergleichsweise großer Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen, keine erkennbaren Schwerpunkte beim Haushaltseinkommen	Unterhaltungsmilieu
DDR-Nostalgische	ca. 6 Prozent der Gesamtbevölkerung Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität	Schwerpunkt bei den über 50jährigen, meist einfache bis mittlere Bildung aber auch Hochschulabschlüsse sind leicht überrepräsentiert, früher häufig Führungskader in Partei, Verwaltung, Wirtschaft und Kultur; heute einfache Angestellte, Arbeiter/ Facharbeiter oder arbeitslos, Kleine bis mittlere Einkommen (Doppelverdiener, hoher Anteil an Beziehern von Altersübergangsgeld und Rente	Harmoniemilieu
Traditionsverwurzelte	ca. 15 Prozent der Gesamtbevölkerung Die Sicherheit und	Alterschwerpunkt in der Kriegsgeneration (über 65), hoher Frauenanteil, überwiegend	Harmoniemilieu

	Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur	Hauptschule mit abgeschlossener Berufsausbildung, hoher Anteil von Rentnern und Pensionären, früher: kleine Angestellte und Beamte, Arbeiter, Facharbeiter und Bauern, meist kleine bis mittlere Einkommen	
Konsum Materialisten	ca. 11 Prozent der Gesamtbevölkerung Die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen	Breite Alterstreuung bis 60 Jahre, meist Volks- / Hauptschulabschluss mit oder ohne Berufsausbildung, überdurchschnittlich viele Arbeiter/ Facharbeiter, untere Einkommensklassen, häufig soziale Benachteiligungen (Arbeitslosigkeit, Krankheit, unvollständige Familien)	Harmoniemilieu
Moderne Performer	ca. 8 Prozent der Gesamtbevölkerung Die junge unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung	Jüngstes Milieu in Deutschland, Altersschwerpunkt unter 30 Jahre , Hohes Bildungsniveau; (noch viele Schüler und Studenten, zum Teil mit Jobs, Unter den Berufstätigen hoher Anteil (kleinerer) Selbstständiger und Freiberufler sowie qualifizierte und leitende Angestellte Hohes Haushaltneutoeinkommen (gutsituierte Elternhäuser); Berufstätige mit gehobenem eigenen Einkommen	Selbstverwirklichungsmilieu
Experimentalisten	ca. 7 Prozent der Gesamtbevölkerung Die individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde	Junges Milieu, Altersschwerpunkt unter 30 Jahre, viele Singles, Gehobene Bildungsabschlüsse, viele Azubis, Schüler und Studenten, (Mittlere) Angestellte, (kleinere) Selbstständige und Freiberufler auch Arbeiter (Jobber), Vergleichsweise hoher Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen, Haushaltsnettoeinkommen über dem Durchschnitt (gutsituierte Elternhäuser)	Selbstverwirklichungsmilieu
Postmaterielle	ca. 10 Prozent der Gesamtbevölkerung Das aufgeklärte Nach-68-Milieu: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen	Breites Altersspektrum – von Anfang 20 bis zur Generation der „jungen Alten“, hohe bis höchste Formalbildung (Abitur/Studium), qualifizierte und leitende Angestellte und Beamte, Freiberufler, Schüler und Studenten, hohes	Selbstverwirklichungs- und Niveaumilieu

		Einkommensniveau	
Etablierte	ca. 10 Prozent der Gesamtbevölkerung Das selbstbewusste Establishment: Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche	Mittlere Altersgruppen ab 30 Jahre (Schwerpunkt 40-60 Jahre), meist verheiratet, Drei- und Mehrpersonenhaushalte, überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau, viele leitende Angestellte, höhere Beamte sowie Selbständige, Unternehmer und Freiberufler, hohe und höchste Einkommensklassen	Niveaumilieu
Konservative	ca. 5 Prozent der Gesamtbevölkerung Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtenauffassung und gepflegte Umgangsformen	Altersschwerpunkt ab 60 Jahre, meist Zwei-Personen-Haushalte, akademische Abschlüsse sind überrepräsentiert, aber auch Volksschulabschlüsse mit qualifizierter Berufsausbildung (Frauen), hoher Anteil von Personen im Ruhestand, typische (ehemalige) Berufe: höhere Angestellte und Beamte sowie Selbständige und freie Berufe, gehobenes Einkommensniveau, teilweise größere Vermögen	Niveaumilieu

Anlage 4

Vorläufiger Kostenrahmen 2004 – 2006

Position	2004	2005	2006
Projektzuschüsse			
Höhepunkte	250.000	1.500.000	
Rahmen und Ergänzungsprogramm	175.800	483.800	
Publikationen	81.100	35.000	
Zwischensumme	506.900	2.018.800	36.850
Büro 12hundert			
Betriebskosten (Mieten, Strom, Telefon, Porto etc.)	24.500	23.350	7.100
Ausgaben für Information und Dokumentation	52.000	60.500	4.000
Sonstiges (Künstlerhonorare, Veranstaltungen)	30.000	30.000	-
Zwischensumme	613.400	2.132.650	47.950
Überregionale Vermarktung (MMKT)	40.000	75.000	0
<u>Gesamt</u>	653.400	2.207.650	47.950