

# Landeshauptstadt Magdeburg

## Stellungnahme der Verwaltung

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
Team 5	S0273/04	26.10.2004
zum/zur		
F0179/04		
Bezeichnung		
Werbung Grüne Zitadelle		
Verteiler		
Der Oberbürgermeister		02.11.2004

Zur Anfrage F0179/04 „Werbung Grüne Zitadelle“ nehmen wir wie folgt Stellung:

Für die touristische Vermarktung der Landeshauptstadt ist das Projekt „Grüne Zitadelle“ ein besonderer Glücksfall. Es bietet die Chance, den Städte- und Kulturtourismus in Magdeburg nachhaltig zu fördern und neue Zielgruppen zu einem Besuch in Magdeburg zu motivieren. Zum bevorstehenden Stadtjubiläum Magdeburg 12hundert im kommenden Jahr wird – neben einer Reihe hochkarätiger Veranstaltungen – eine kontinuierlich wachsende und Ende 2005 fertig gestellte „GRÜNE ZITADELLE von MAGDEBURG“ ein steigendes Besucherinteresse auf sich ziehen.

Bevor im weiteren die vielfältigen Marketingmaßnahmen der MMKT vorgestellt werden, soll zunächst auf weitere in der Anfrage genannte Punkte eingegangen werden.

Nach bisher noch nicht fixierten Planungen soll das Richtfest für die Grüne Zitadelle am 3./4. März 2005 stattfinden. Fest terminiert ist hingegen die Eröffnung, die am 03.10.2005, dem Tag der Deutschen Einheit, erfolgen wird und zugleich den Abschluss der Highlight-Saison zu den 12hundert-Feiern bildet. Einzelheiten der Ausgestaltung werden in der nächsten Zeit zwischen den Beteiligten abgesprochen.

Hinweisbeschilderung ab der A2 ist ein wichtiger Service für mit PKW oder Bus anreisende Besucher. Soweit es Aufstellungsorte an der A2 betrifft, sind Verhandlungen mit dem Autobahnamt Halle zu führen.

Für Touristen und Besucher Magdeburgs, die zu Fuß in der Innenstadt unterwegs sind, ist mit der Konzeptentwicklung für ein modernes Wegeleitsystem begonnen worden. Es versteht sich, dass eine Attraktion wie das Hundertwasserhaus in dieses System integriert wird.

Das Thema Hundertwasserhaus wird im gesamten Marketing der MMKT mit sehr hoher Priorität seit Ende 2003/ Anfang 2004 bearbeitet. Dazu zählen alle Bereiche des Marketings, besonders die Produktentwicklung und die Kommunikation.

Alle Maßnahmen werden in enger Abstimmung mit der Centum Aqua Marketing GmbH erarbeitet, die für das Projekt verantwortlich zeichnet. Aus dem Marketing-Mix der MMKT GmbH sind besonders folgende Eckpunkte hervorzuheben:

## 1. Messen und Präsentationen

- Vermittlung des Themas auf ca. 20 Fach- und Besuchermessen jährlich, zusätzlich etwa zwei Dutzend Präsentationen bei Veranstaltungen (z.B. Tag der Deutschen Einheit, Sachsen-Anhalt-Tag, Hansetage, etc.)

## 2. Printmedien/ Werbung

- Die „GRÜNE ZITADELLE“ ist (und wird zukünftig) in allen wichtigen Printmedien der MMKT an zentraler Stelle integriert. Dazu zählen aktuell schon die Neuauflagen vom Gruppenreisekatalog, Image-Broschüre, Veranstaltungskalender, etc. Spezielle Printmedien zur „GRÜNEN ZITADELLE“ werden folgen. Das Thema spielt eine zentrale Rolle in allen Werbe-Aktivitäten der MMKT.

## 3. Internet

- Das entstehende Hundertwasserhaus mit allen verfügbaren Angeboten (Sonderausstellung, Baustellenführungen, Pauschalen) ist schon seit längerem im Webauftritt der MMKT integriert.
- Anfang 2005 werden die „GRÜNE ZITADELLE“ unter die „Touristischen Highlights“ gefasst und die Informationen zum Thema kontinuierlich weiter ausgebaut (einschließlich Trailer).

## 4. Presse/ PR

- „GRÜNE ZITADELLE“ ist einer der wichtigsten Schwerpunkte in allen Pressekontakten. Überörtliche Berichterstattung erfolgte bereits in vielen regionalen und überregionalen Tageszeitungen. Zu nennen sind hier unter anderem Beiträge der bekannten Agenturen dpa und ddp. Ferner: Aus einem MDR-Aussenstudio an der Baustelle wird jeden Donnerstag in der Sendung „Sachsen-Anhalt heute“ der Baufortschritt dokumentiert. Auch MDF.1 berichtet regelmäßig über die „GRÜNE ZITADELLE“. Auch die DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus)-Publikation 2005 für den US-amerikanischen Markt hat den Beitrag zum Stadtjubiläum und zu Magdeburg insgesamt mit einem Modellfoto der „GRÜNEN ZITADELLE“ eingeleitet, um nur einige wenige Beispiele zu nennen.

## 5. Produktentwicklung/ Pauschalen/ Magdeburg-Tourist-Card

- Entwicklung mehrerer spezifischer Hundertwasser-Packages bereits abgeschlossen (Integration weiterer Hundertwasserhäuser wie Wittenberg, Uelzen). Integration zum Beispiel im aktuellen Sales Guide der Landesmarketinggesellschaft.
- Fortentwicklung dieser Packages mit dem Fortgang und baulichem Abschluss der „GRÜNEN ZITADELLE“.
- Baustellenführungen seit Frühjahr 2004, Weiterführung bis zum Abschluss der Bautätigkeit.
- Integration des Hundertwasserhauses in die Angebote der Magdeburg-Tourist-Card.

## **6. Reiseveranstalter**

- Platzierung der Destination Magdeburg über das Thema Hundertwasser in einer zunehmenden Zahl von Reiseveranstalter-Katalogen (siehe z.B. aktuellen AMEROPA-Katalog mit Hundertwasser-Rückseite und Hundertwasser-Pauschalen ; Auflage: 350.000, Vertrieb über etwa 10.000 Reisebüros in ganz Deutschland); Gespräche mit weiteren großen Veranstaltern (Marktführern) werden geführt.
- Busreiseveranstalter als wichtige Zielgruppe für den Städtetourismus (deutlich steigendes Interesse an Magdeburg, das sich mit dem Thema Hundertwasserhaus sehr gut verstärken lässt).

## **7. Merchandising**

- Verkauf von Hundertwasser-Artikeln in der Tourist-Information Magdeburg (TIM).
- Wechselseitiger Austausch von Souvenirs zwischen der TIM und dem Hundertwassershop ist geplant.

## **8. Baustellenführungen und Stadtrundfahrten**

- Fortführung und Weiterentwicklung der Baustellenführungen an Wochenenden.
- Neu eingeführte öffentliche Stadtrundfahrten (Testphase läuft seit September 2004 bis Ende des Jahres, dauerhafte Einrichtung ab April 2005).
- Integration der „GRÜNEN ZITADELLE“ in alle Gruppenführungen durch Magdeburg.

## **9. Kooperationen und Innenmarketing**

- Sensibilisierung aller touristischen Partner für das Thema (u.a. durch das neu eingeführte, regelmäßige MMKT-Arbeitsfrühstück mit den Magdeburger Hoteliers und weiteren touristischen Leistungsträgern, etc.)
- Kooperationen mit diversen Partnern, vor allem der Landesmarketinggesellschaft und der Centum Aqua Marketing GmbH.