

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 04.04.2005
Dezernat IV	Amt IV	

INFORMATION

I0088/05

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	05.04.2005	nicht öffentlich
Stadtrat	07.04.2005	öffentlich

Thema: Information zur überregionalen Bewerbung "Magdeburg 12hundert" im Jahr 2005

Die überregionale Bewerbung Magdeburgs wird im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten realisiert.

In teils ganzseitigen Beiträgen überregionaler Zeitungen und Zeitschriften und in der Regionalpresse ausserhalb Sachsen-Anhalts (.z.B. Bild Zeitung, Gießener Allgemeine, Wetzlarer Neue Zeitung, Thüringer Allgemeine, Hessische Allgemeine, Märkische Oderzeitung, Osnabrücker Zeitung, Braunschweiger Zeitung, Leipziger Volkszeitung, Mitteldeutsche Zeitung, Berliner Morgenpost, Super Illu, Das Neue, TINA, kochen & geniessen, Auf einen Blick) mit einer Gesamtauflage von ca. 4,9 Millionen bei den Zeitschriften und ca. 1,4 Millionen bei den Zeitungen wurde das Stadtjubiläum Magdeburgs thematisiert. Im ersten Quartal liefen mehrfach in folgenden Formaten mehrere Beiträge: mdr aktuell (TV), Artour (TV), mdr um 12 (TV), Sachsen-Anhalt heute (TV), MDR Figaro, MDR1 RADIO SACHSEN-ANHALT, MDR JUMP und Sputnik, Deutschlandfunk, Deutschlandradio, Deutsche Welle, SAW, RTL, Radio Brocken.

Mit Bisher 49 Veranstaltungen des Rahmen- und Ergänzungsprogramms mit ca. 19.500 Besuchern, übertreffen die Ergebnisse des I. Quartals die Planungen.

Programmhefte mit einer Auflagenhöhe von 100.000 Stück, monatliche Veranstaltungsflyer von 25.000 Stück, Highligthflyer von 50.000 Stück wurden weitgehend regional und überregional verteilt. Die Plakatierung im Stadtraum wird sukzessive gesteigert. Seit Anfang März werden auf Litfaßsäulen und CLPs mit Plakaten sowohl für Einzelveranstaltungen als auch für die 12 Höhepunkte geworben.

Das überregionale Marketing wird mit verschiedenen Partnern umgesetzt.

Dazu wurde zwischen der Landeshauptstadt Magdeburg, der Landesmarketinggesellschaft, dem Tourismusverein Elbe Börde Heide sowie der MMKT ein Kooperationsvertrag geschlossen.

Dieser beinhaltet an konkreten Aktivitäten mit Kostenübernahme durch die MMKT und die Landesmarketinggesellschaft im Gesamtwert von ca. 100.000 Euro:

Bahn AG

Artikel und Anzeigen in DB-Mobil, Reisemagazin der

Deutschen Bahn, Anzeigen in „Ihr Reiseplan“, Plakatierung in

überregionalen Zügen, Ansage im Magdeburger Bahnhof etc.

DB Regio/ Deutsche Eisenbahnreklame :

Werbung in Regionalbahnen durch Plakatierung, Flyerauslagen
etc.

Großflächenplakatierung (18/1) in Sachsen-Anhalt und
angrenzenden Ländern im Rahmen des Budgets, Bodenaufkleber
in Berliner U-Bahnhöfen

Promotion/ Sonstiges

Einsätze von Promotionteams auf Messen und Veranstaltungen

Sonderseiten Mitteldeutsche Zeitung, Volksstimme

Weitere Aktivitäten zur Öffentlichkeitsarbeit des Büros 12hundert gemeinsam mit Partnern:

Maßnahmen	Beteiligte Partner	Kosten Etat Stadtjubiläum
Überregionale Verteilung von Programmheften in Sachsen Anhalt (insgesamt 40.000)	Lotto GmbH	keine Kosten
Beteiligung an Messen u.a. - Grüne Woche - ITB	Agrarmarketinggesellschaft, LMG, MMKT, Marketingclub	31.000,00
Präsentationsveranstaltungen	Landesvertretung Sachsen-Anhalt	5.000,00
Internetpräsenz	KID, Amt 13, MMKT, LMG, verschiedene Veranstaltungspartner und Sponsoren	
Plakatierung Großflächen regional/ überregional (1 Dekade = 10 Tage); Burg Aschersl.,HBS, Schönebeck, Haldensleben, Leipzig, O-Berlin, Potsdam, Braunschweig, Wolfsburg.,Hannover	Ströer als Medienpartner LMG, MMKT	Kosten siehe oben
Anzeigen in Zeitungen	Braunschweiger Zeitung, Super-Illu, Mitteldeutsche Zeitung, WELT, Süddeutsche, Nordkurier, Ostsee-Zeitung, Lausitzer Rundschau, Leipziger VZ u.a.	28.500,00
Druck und Gestaltung Plakate/ Veranstaltungsflyer/ Programmhefte und Fotorechte (Gesamtumfang, Einsatz auch in Magdeburg)	Giraffe Werbeagentur, LMG, MMKT, Cuno Druck Calbe	101.800,00
Gesamtkosten		166.300,00

Aktivitäten zur Pressearbeit des Büros 12hundert

Maßnahmen	Beteiligte Partner	Kosten Etat Stadtjubiläum
Medienpartnerschaften Partner übernehmen Bewerbung, umfangreiche redaktionelle Arbeit (insbesondere Volksstimme/ Bauer-Verlag) <i>Zur Information: Stadtintern erfolgt Zusammenarbeit auch mit Dates und MDF 1/ Zahlungen sind Bestandteil der genannten Summe)</i>	Ströer, MDR (ohne Zahlung!), Volksstimme,	102.000,00
4 Pressekonferenzen	Berlin, Magdeburg	
Pressereisen, Journalistenbetreuung	z..B. 15 Chefredakteure überregionaler Zeitungen vom 6.-8- Mai in Magdeburg, Reportage Deutsche Welle, Deutschlandfunk, MDR "Mach Dich ran..", etc.	
Erstellung von Storyboards für		

Dokumentationen, Presseartikel Pressemitteilungen		
Versand von Pressemitteilungen	wöchentlich in Zusammenarbeit mit Amt 13, Einzelveranstaltungen ca. 3 x wöchentlich	
Kosten gesamt (ohne Personalkosten)		102.000,00

Der Gesamtetat für das Marketing „Magdeburg 12hundert“ beträgt 360.000 Euro. Für die überregionale Werbung werden 268.300 Euro eingesetzt. Die verbleibenden Mittel werden für Aktionen in Magdeburg benötigt. Einnahmen aus dem Merchandising liegen derzeit bei ca. 20.000 Euro, Abrechnung inklusive Einzahlung 4. Quartal 2004/1. Quartal 2005 erfolgt bis 30. April.

Zusätzliche Mittel können für die weitere Vermarktung eingesetzt werden. Dabei ist jedoch zu beachten, dass die überregionale Plakatierung in den angrenzenden Ländern und nur in Orten von mindestens 25.000 Einwohnern sowie Berlin für eine Dekade (10 Tage) nach Listenpreis ca. 200.000 Euro kostet. Kostenvoranschlag kann vorgelegt werden.

Im Rahmen des vorhandenen Budgets sind keine weiteren Aktivitäten möglich.

Gleichwohl werden folgende Aktionen und Vorhaben umgesetzt:

Aufkleber	Händler, Bürger und Unternehmen erhalten die Möglichkeit Aufkleber zu erwerben, die an Autos, als Schaufensterwerbung oder anderweitig eingesetzt werden können. Die MVB wird 300 dieser Aufkleber einsetzen. Käuflich zu erwerben sind diese im Infopoint Danzstraße, im Büro 12hundert oder in der TIM.
Fahnen	Pro M startete die Aktion, Fahnen zum Selbstkostenpreis an Unternehmen abzugeben. Bisher wurden 40 Fahnen bestellt, hergestellt wurden zunächst 100 Stück. Der Vertrieb erfolgt über ProM und das Büro 12hundert. Ein Großteil der Unternehmen möchte die Fahnen kostenfrei zur Verfügung gestellt bekommen.
Bahnhof/ Umfeld	Das City-Caré wird die dem Bahnhof zugewandte Seite auf eigene Kosten beflaggen sowie zum Stadtjubiläum mit Aufklebern begrüßen. Start: 23. April, zusammen mit der Dali-Ausstellung und den „Brennenden Giraffen“ nach Entwürfen Dalis
Logo	Das Logo „12hundert“ wird von einer ganzen Reihe Unternehmen eingesetzt. Dazu gehören die Partner SWM, Sparkasse, Lotto GmbH, die Medienpartner sowie Wirtschaftsunternehmen (z.B. Wobau, Karstadt, ÖHMI, ÖSA, MVB), Uni und Fachhochschule sowie weitere. 20.000 Pins mit dem Logo wurden bislang verteilt. Bedauerlich ist, dass für Aktionen der Stadtverwaltung das Logo nicht genutzt wird (z.B. Magdeburg putzt sich)
Präsentationen	Im Rahmen von Einladungen wird das Stadtjubiläum bei überregionalen Gästen präsentiert. (Z.B. Dez. III, Überregionale Wirtschaftsförderungsgesellschaften)
Brücken	In Abstimmung mit Ströer wird ein Angebot erstellt. Dabei handelt es sich um Brücken innerhalb der Stadt. Brücken an der Tangente werden zur Zeit im Tiefbauamt geprüft.

Autobahn

In der Verwaltung des Bundes. Wir bitten um Unterstützung, organisatorische Lösung über das Büro 12hundert nicht möglich.

Folgende Ideen/ Aktivitäten können/konnten aus rechtlichen, zeitlichen und/oder finanziellen Gründen nicht realisiert werden:

Sondermaßnahmen/ Sonderveranstaltungen

- Kaiserzug Otto nach Italien mit Medienbegleitung und Webcam
- Showtruck durch die Bundesrepublik
- Promotionaktionen in ausgewählten Großstädten mit Persönlichkeiten Magdeburgs, Präsentation von Projekten etc.
- Verpflichtung eines oder mehrerer prominenter Künstler oder Sportler als Werbeträger
- Deutschlandweiter Vertrieb von Merchandisingartikeln
- Einladung von Bürgern aus Magdeburger Straßen in angrenzenden Bundesländern und Europa
- Einladung von Schulen, die den Namen bedeutender Persönlichkeiten Magdeburgs tragen
- Präsentation auf Internationalen Messen
- Präsentation auf der Weltausstellung in Japan
- Flugzeug außen (nicht gestattet)
- ICE außen (nicht gestattet)
- Diesellok/ RE/ Straßenbahnen/ÖPNV in Halle, Leipzig, Braunschweig, Hannover, Potsdam, Berlin
- Reiseverlosungen international
- Bundesweite Lotterie

Klassische Werbemittel

- Blow up im Bahnhof, Fußbodenbeklebung, Treppenstufenbelegung
- Großflächenplakatierung von Mai – September im Bundesgebiet
- Ausstattung von Brücken mit Transparenten
- Begrüßung an der Autobahn (Flächen sind Bundeseigentum)
- Auslage von Flyern und weiterem Werbematerial in Tourismusdestinationen deutschlandweit
- Produktion mehrsprachiger Flyer/ Plakate etc. und Verteilung
- Mailings mit Verlosungen von attraktiven Preisen in angrenzenden Bundesländern/ Preisausschreiben
- Autowerbung (Busse von Reiseveranstaltern, Taxis etc.)
- Bandenwerbung in ausgewählten Stadien der Bundesrepublik
- Beflaggung in der Stadt

Werbung in Medien

- Trailer in Radiosendern
- Spots im Fernsehen ausserhalb der Medienpartnerschaft
- Anzeigen in Spiegel, Stern, Focus
- Anzeigen in zielgruppenorientierten Zeitschriften (Architektur, Kunst und Kultur, etc.)
- Liveübertragungen/ -sendungen Privatfernsehen und -radio

Dr. Koch