

Antrag

öffentlich

Datum

31.07.2012

Nummer

A0083/12

Absender

Fraktion SPD-future!

Adressat

Vorsitzende des Stadtrates
Frau Wübbenhorst

Gremium

Sitzungstermin

Stadtrat

06.09.2012

Kurztitel

Weiterentwicklung der Dachmarkenkampagne

Der Stadtrat möge beschließen:

Der Oberbürgermeister wird beauftragt, ein strategisches Konzept zu erarbeiten, wie nach der erfolgreichen Einführung der Dachmarkenkampagne „Ottostadt Magdeburg“ in den Jahren 2009 bis 2012, eine Fortführung und Weiterentwicklung ab dem Jahr 2013 erfolgen kann.

Dabei ist die Dachmarkenkampagne als fester Bestandteil zur Bewerbung Magdeburgs als Kulturhauptstadt Europas 2020 zu forcieren.

Bei der qualifizierten Weiterentwicklung der Kampagne ist besonders auf die Integration regionalen Partner der Kultur- und Kreativwirtschaft zu achten und Wert zu legen.

Es wird um Überweisung in den Kulturausschuss sowie in den Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik gebeten.

Begründung:

Die Einführung einer neuen Stadtmarketingkampagne unter dem Titel „Ottostadt Magdeburg“ hat der Stadtrat im Jahre 2009 beschlossen. Durch die aktive Mitwirkung vieler Bürgerinnen und Bürger, regionaler Akteure und der lokalen Wirtschaft und Wissenschaft konnte die Akzeptanz der Kampagne seit der Einführung im Jahr 2009 enorm gesteigert werden.

Auch durch die Einsetzung einer Arbeitsgruppe Marketing, der alle Fraktionen des Stadtrates sowie der Stadtmarketingverein ProM und die stadteigene Marketinggesellschaft MMKT angehörten, wurden die diversen Aktivitäten bewertet und koordiniert. Diese Arbeitsebene stellte sich als sehr konstruktiv und erfolgreich dar und sollte weitergeführt bzw. -qualifiziert werden. Vielfältige Aktionen wie zuletzt die Projekte „otto krönt“, „otto reitet“ und „otto macht mode“ zeugen von einer vielfältigen und erfolgreichen Umsetzung.

Für die Positionierung der Landeshauptstadt Magdeburg als bundesweit bekannte Marke bedarf es allerdings einer kontinuierlichen Weiterführung der Dachmarkenkampagne „Ottostadt Magdeburg“. Weiterhin ist in diesem Zusammenhang Magdeburgs Image als Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kulturstadt überregional zu forcieren.

Eine erfolgreiche Weiterführung der Dachmarkenkampagne stellt darüber hinaus auch einen wichtigen Baustein für die Bewerbungsphase um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2020 dar.



Hans-Dieter Bromberg
Fraktionsvorsitzender



Jens Hitzeroth
Stadtrat