

## Maßnahmenplan zur Umsetzung

Von Seiten der MMKT GmbH sowie Pro M e.V. wurden dem Dezernat III nachfolgende Projekte benannt, die im Jahr 2014 durch Mittel der Dachmarkenkampagne gegenfinanziert werden sollen:

- 1.) Kampagne „Ottostadt: Tourismus und Lebensqualität“ (Arbeitstitel)  
Durchführung einer koordinierten Kampagne zur Vermarktung der Ottostadt als lebenswerte Stadt und attraktives Städtereiseziel in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Maßnahme (Auswahl):
  - Außenwerbung (18/1, City Lights, etc.) in ausgewählten Metropolen
  - Riesenposter
  - Anzeigen/ Advertorials in Printmedien der Region
  - Online Marketing/ Social Media
  - Bodenaufkleber in ausgewählten Bahnhöfen (z.B. Hannover, Köln)
  - Beklebung von Reisebussen Magdeburger Busreiseunternehmen (und Region) mit Elementen der Ottostadt-Kampagne (Störer, Wort-Bild-Marke);
  - City Cards mit Magdeburger Mundart; etc.

Kosten: 60.000,-- € (netto)  
Kofinanzierung durch MMKT: 20.000,-- € (netto)  
Gesamtkosten: 80.000,-- € (netto)
- 2.) Werbliche Unterstützung des Kaiser Otto Fest durch Aktionen in den angrenzenden Großräumen Braunschweig, Wolfsburg, Hannover, Berlin Halle/Leipzig, Unterstützung des Veranstalters bei der überregionalen Bekanntmachung des Kaiser-Otto-Fests, Maßnahmen:
  - Plakatwerbung (vor allem 18/1)
  - Anzeigen/ Advertorials
  - Groundposter in ausgewählten Bahnhöfen
  - Online-Marketing/ Social Media

Kosten: 40.000,-- € (netto)

- 3.) Durchführung des Renntags „otto reitet“ auf der Galopprennbahn im Magdeburger Herrenkrug  
Der bereits im Jahr 2013 durchgeführte Galopprenntag auf der Rennbahn im Magdeburger Herrenkrug soll die überregionale Bekanntheit der Dachmarke weiter steigern.

Kosten rund 13.336,13 € (netto)

- 4.) „otto vergibt Preise“ Wettbewerb rund um Ottosprüche und Bilder  
Mit dem geplanten Wettbewerb soll Magdeburgern und Gästen der Stadt die weitere Beschäftigung mit der Dachmarke nahe gebracht werden. Bilder, Sprüche, fotos sollen zum Thema der Dachmarke Ottostadt Magdeburg eingereicht werden und die besten Einreichungen prämiert werden.

Kosten 2.000,-- € (netto)

- 5.) „otto macht mode“  
Traditionell präsentieren sich Kreativschaffende aus der Landeshauptstadt im Zuge der Berliner Fashion week in der Landesvertretung Sachsen-Anhalt. Den Kreativschaffenden öffnet die Ottostadt eine Bühne um sich international zu präsentieren. Gleichzeitig kann sich die Landeshauptstadt als Zentrum der Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt positionieren.

Kosten 6.000,-- € (netto)

- 6.) Verfügungsfonds zur Unterstützung von lokalen Initiativen, die die Dachmarkenidee aufgreifen und diese ergänzend bewerben,  
Beginnend mit dem Jahr 2011 wurde im Zuge der Dachmarkenkampagne ein Verfügungstopf geschaffen, mit dem Aktionen von Vereinen und Einzelpersonen gefördert werden konnten, die die Dachmarke in ihr eigenes Marketing integrierten und so die Bekanntheit der Marke steigern konnten. Der Verfügungstopf hat dazu beigetragen die Dachmarke innerstädtisch weiter deutlich erkenn- und erlebbar zu machen.

Kosten 19.000,-- € (netto)

Gesamtkosten der aufgelisteten Projekte damit 140.336,13 € (netto), 167.000,-- € (brutto).