

# Landeshauptstadt Magdeburg

## Änderungsantrag

DS0441/15/1 öffentlich

Zum Verhandlungsgegenstand	Datum
DS0441/15	16.11.2015

Absender Fraktion DIE LINKE/Gartenpartei	
Gremium Stadtrat	Sitzungstermin 03.12.2015

Kurztitel Fortführung Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg 2016
--

### Der Stadtrat möge beschließen:

1.

Zum Zweck der Bereitstellung zusätzlicher finanzieller Mittel in Höhe von **48.918,06 € (netto)** zur Unterstützung **ehrenamtlichen Engagements** bei der Unterbringung, Betreuung und Integration von Flüchtlingen, werden die für Werbezwecke im Rahmen des Projektes „Ottostadt-Kampagne“ für das Haushaltsjahr 2016 vorgesehenen finanziellen Mittel folgendermaßen beschränkt:

die gem. Anlage 1 zur DS0441/15 bisher vorgesehenen finanziellen Zuwendungen für die Positionen

a) „Ottostadt: Magdeburg lächelt dich an“ (bisher 74.836,13 € netto), werden **um 50% gekürzt**

b) die kampagnenbezogenen Werbemittel unter dem Titel

- „otto reitet“ (bisher 6.500,00 € netto)
- „otto macht mode“ (bisher 5.000,00 € netto)

welche lediglich als Hintergrund- und Begleitwerbung für überwiegend kommerziell orientierte Vereins- bzw. Unternehmensveranstaltungen dienen, werden **ersatzlos gestrichen**.

### Begründung:

Für die Ottostadt-Kampagne wurden in den zurückliegenden Jahren insgesamt weit mehr als 1,5 Millionen Euro öffentlicher Mittel aufgewendet. Ziel der Kampagne war und ist es, den Bekanntheitsgrad der Landeshauptstadt nach außen gegenüber Dritten und die Identifikation der Magdeburger Bevölkerungen mit ihrer Stadt nach innen, deutlich zu verbessern. Beide Ziele wurden trotz des erheblichen finanziellen Mittelaufwandes und mehrjähriger Kampagnendauer bisher nur in Teilen erreicht.

Weiteres wesentliches Ziel und zugleich Grundlage für die damalige Stadtratsentscheidung war u.a., mittels Sponsoring schnellstmöglich einen Zustand zu erreichen, mit dem sich notwendige Kosten der Kampagne überwiegend selbst tragen. Dieses Ziel wurde weitgehend verfehlt.

Im Hinblick auf die aktuelle Haushaltslage, insbesondere auf das Haushaltsdefizit in Höhe von rund 17 Millionen Euro und die Anforderungen an die Landeshauptstadt im Zusammenhang mit der Bewältigung der Zuwanderungssituation, sind daher reine

Marketingaufwendungen hinsichtlich ihrer Effizienz zur Erreichung der Kampagnenziele kritisch zu überprüfen.

Signifikante bzw. nachhaltige Effekte im Sinne der Erreichung der Kampagnenziele konnten nach Ansicht der Antragsteller bei den zur Kürzung vorgeschlagenen Vorhaben nicht zweifelsfrei belegt werden.

Frank Theile  
Fraktionsvorsitzender

Jenny Schulz  
Stadträtin