

Nach dem Gewinn des Titels „Stadtmarke des Jahres 2013“ sowie der erfolgreichen Platzierung unter den TOP 10 der beliebtesten Weihnachtsmärkte Deutschlands beim bundesweiten Wettbewerb „Best Christmas City“ und dem Sonderpreis der Jury bei den Domfestspielen in der Kategorie „Kultur“ beim bundesweiten Wettbewerb German Brand Award - alles maßgeblich initiiert und durchgeführt vom Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. - setzte der Stadtmarketingverein auch 2018 viele Aktivitäten unter dem Label der Dachmarke „Ottostadt Magdeburg“ um.

Der Stadtmarketingverein hat die Bewerbung der Dachmarke in die reguläre Arbeit des Vereins übernommen. Ein besonderer Höhepunkt für das Stadtmarketing war das Jubiläum der „Magdeburger Domfestspiele“. Unter dem Motto „otto ist kultur“ war vom 29. Mai bis zum 3. Juni 2018 der Dom die Kulisse für einen kulturellen Höhepunkt in der Landeshauptstadt. Zum 10. Jubiläum wurde den Besuchern erneut ein facettenreiches Programm mit prominenten Künstlern geboten. „Im Jubiläumsjahr ist uns Kultur in ihrer großen Vielfalt begegnet“, sagte Ilse Junkermann, Landesbischöfin der Evangelischen Kirche Mitteldeutschland.

In allen Projekten des Stadtmarketingvereins ist die Dachmarke der Stadt nunmehr deutlich sichtbar. Die entstandenen TV-Sendungen und öffentliche Beiträge stießen bei der Bevölkerung auf großes Interesse. Namentlich genannt sei hier insbesondere das öffentlichkeitswirksamste Projekt des Jahres 2018, das die Kulturmacher in den Mittelpunkt stellt.

### Binnenmarketingkampagne „otto ist kultur - Kulturmacher in Magdeburg“



Der Stadtmarketingverein „Pro Magdeburg“ stellt in der diesjährigen Binnenmarkt Kampagne „otto ist kultur“ Magdeburgerinnen und Magdeburger vor, die sich für die Kultur engagieren.

Wohin wir auch blicken – Magdeburg steckt voller Kultur. Jeder Einwohner der Stadt nimmt sie in anderen Facetten wahr. Aber was genau ist Kultur für den Einzelnen? Welche Kultur prägt unseren individuellen Alltag? Aus welchen „Puzzleteilen“ setzt sich unsere Stadtkultur zusammen? In der Kampagne kommen Akteure vieler Kulturformen zu Wort – sprechen über Laufkultur, Subkultur, Alltagskultur, über Darstellende und Bildende Kunst, über kleine Clubs und Konzerten in Wohnzimmern. Sie sind die „Kulturmacher“, die stellvertretend für all jene in der Stadt stehen, die der Ottostadt ein Gesicht und Lebensgefühl geben.

Kunst und Kultur sind in der Landeshauptstadt zu Motoren geworden, die unserer Stadt ein Flair verleihen und Innovationen hervorbringen. Kulturschaffende fördern zahlreiche Lebensbereiche, treten in Wechselwirkung mit der Wirtschaft. Magdeburg ist eine Kulturstadt. So sehen es die meisten Magdeburger und häufig auch ihre Gäste. Dieses positive Signal strahlt weit über die Stadtgrenzen und befördert Magdeburgs Bewerbung als „Kulturhauptstadt Europas 2025“.

Unter dem Titel „otto ist kultur - Kulturmacher in Magdeburg“ hat der Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. 42 Kulturschaffende vorgestellt, die

exemplarisch für den vielfältigen Wirtschaftszweig stehen. Alle Porträts waren vom 30. Juni bis zum 11. August 2018 in der Magdeburger Volksstimme zu lesen, also in einer Auflagenstärke von 528.000. Daneben wurden in weiteren Medien einige Porträts veröffentlicht und die Branche thematisiert - unter anderem im Magdeburger Stadtmagazin „DATEs“, im Wirtschaftsmagazin „aspekt“ oder im Veranstaltungsmagazin „port 01“. Mit diesen Veröffentlichungen konnte eine sehr breite Zielgruppe erreicht und mediale Reichweite erzielt werden. Darüber hinaus wurde die Kampagne von einer Plakat-Aktion begleitet, die in zwei Wellen erfolgte: vom 10. bis 30. Juli und vom 28. August bis 17. September 2018.

Das Allee-Center Magdeburg präsentierte vom 10. bis 16. September 2018 die Ausstellung, mit der die Kampagne abgeschlossen wird. Bei der Eröffnung wurden die Broschüre mit allen Projekten der breiten Öffentlichkeit vorgestellt.

Inzwischen hat sich die Binnenmarketingkampagne fest im städtischen Leben Magdeburgs etabliert. Für die Kampagne „otto ist kultur – Kulturmacher in Magdeburg“ hat das Stadtmarketing allseits sehr positive Reaktionen erhalten. Der Zuspruch war so groß, dass die Nachfrage von potenziellen Akteuren höher war, als die Möglichkeiten sie abzubilden.

Der Erfolg bestärkt das Stadtmarketing darin, die Arbeit für die Dachmarke Ottostadt Magdeburg kontinuierlich weiterzuführen und dafür zu sorgen, dass sie noch mehr national und international gefestigt wird.



Titelbild der Broschüre

In der Stadt präsent: Plakate und Serie in der Volksstimme



Bildimpressionen der Plakatwellen in Magdeburg zur Kampagne „otto ist kultur“



„Frau Erna“ mag es unverpackt

Serie „Otto ist Kultur“ (8): Susi Wenz legt Wert auf überlebensfähige Verkaufsförderung

„Frau Erna“ mag es unverpackt. Susi Wenz, 48 Jahre alt, ist eine energiegelante Frau, die ihren Beruf als Verkaufsfördererin liebt. Sie ist die Protagonistin der Serie „Otto ist Kultur“.



Die Serie: Verkaufsfördererin Susi Wenz ist die Protagonistin der Serie „Otto ist Kultur“.

„Megeborch“ wird das Mittelalter lebendig

Magdeburger Mittelalterfest wird am Wochenende in Megeborch gefeiert

Am Wochenende wird in Megeborch das Mittelalterfest gefeiert. Besucher können sich an historischen Spielen und Darstellungen beteiligen.

Pächter von Kündigung überrascht

Grundstück am Gübser Weg verkauft / 13 Pächter stehen vor Verlust von Baus und Gärten

Die Pächter eines Grundstücks am Gübser Weg sind von der Kündigung überrascht. Sie stehen vor dem Verlust ihrer Baus und Gärten.

Aus den Reihen

Meister Ingeborgs neue Ausstellung

Meister Ingeborgs neue Ausstellung zeigt Werke der Meisterin. Die Ausstellung ist in der Galerie...

Mit Laufbegeisterung ans Ziel

Serie „Otto ist Kultur“ (9): Floja Lütjens, Helga Maltzberger, Ina Fier und Tereza Studen stellen von Volkslaufgemeinschaft

Mit Laufbegeisterung ans Ziel. Die Teilnehmerinnen der Volkslaufgemeinschaft zeigen ihre Leidenschaft für das Laufen.



Die Serie: Teilnehmerinnen der Volkslaufgemeinschaft zeigen ihre Leidenschaft für das Laufen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Der richtige Weg

Die Teilnehmerinnen der Volkslaufgemeinschaft zeigen ihre Leidenschaft für das Laufen.

Der richtige Weg. Die Teilnehmerinnen der Volkslaufgemeinschaft zeigen ihre Leidenschaft für das Laufen.



Die Serie: Teilnehmerinnen der Volkslaufgemeinschaft zeigen ihre Leidenschaft für das Laufen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.



Die Serie: Teilnehmerinnen der Volkslaufgemeinschaft zeigen ihre Leidenschaft für das Laufen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Das ist ein

Magdeburger Mittelalterfest

Das ist ein Magdeburger Mittelalterfest. Die Teilnehmer sind begeistert von den historischen Spielen.

Teilnehmerportraits in der „DATEs“ und im „port01.“

Advertisement for 'Otto ist Kultur' featuring portraits of participants and text about the festival. Includes the slogan 'ALLE FÜR EIN ZIEL' and 'Eine Stadt kann nie genug Kultur haben'.

Advertisement for 'TOLL e.V.' featuring portraits of members and text about the organization. Includes the slogan 'EINE TOLLE SACHE' and 'Für ein tolerantes Magdeburg'.

**Magdeboogie Events**  
20. Juli um 07:16 · 🌐

In der Serie "Otto ist Kultur" wurden nicht nur zwei magdeboogies zum Interview eingeladen. Frithjof und Christian von der Kunstkantine sprachen ebenfalls mit dem Stadtmarketing Pro Magdeburg über ihren Laden, "bunte Vögel" und Magdeburg's Potential zur Kulturhauptstadt.



digital.volksstimme.de  
**Kunst aus der Kantine seit 16 Jahren**  
Magdeburg (rs) | Kunst in der Kantine? Manch einer mag sic...

👍👍 Sascha Eicke und 94 weitere Personen  
2 Kommentare 4 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

**magdeburg2025** · Abonniert  
Magdeburg, Germany



👍👍👍 Gefällt 60 Mal

**magdeburg2025** Eine Ausstellung über einige KULTURMACHER in #Magdeburg ab dem 10. September in einer Ausstellung im... mehr

## Reaktionen in den Sozialen Medien



**Wohnzimmerkonzerte Magdeburg ist in Magdeburg.**  
28. Juli um 11:00 · Magdeburg, Sachsen-Anhalt · 🌐

Wir sind part of it! Yes.  
"Otto ist Kultur" - Kulturmacher in #Magdeburg nennt sich die momentane Interviewreihe in der Volksstimme.de. Wir dürfen uns zwischen unseren Freunden von Magdeboogie Events, Datsche, ... Mehr



stadtmarketing-magdeburg.de  
**Otto ist Kultur**  
Gina Maria Mund

👍👍 Du, Sascha Eicke und 74 weitere Personen  
1 Kommentar

Gefällt mir Kommentieren Teilen

**URBANPIRATEN**  
25. Juli · 🌐

Endlich haben wir die Aufmerksamkeit bekommen die wir auch verdienen. Dank der aufopfernden Arbeit von ProM sind wir zum Teil der Otto-Kampagne geworden. Ob Autohauseröffnung, Baumarkteinweihung oder das feierliche Jubiläum des 500. 1-Euro-Landens in dieser Stadt.  
Wir sind dort wo ihr uns am wenigsten erwartet. Sicher auch demnächst auf dem 80. von deiner Oma.  
Danke Magdeburg!

Freibeuter erobern die Leere der Stadt mit viel Kultur



👍👍👍 91  
7 Kommentare

**Robin Zöffzig**  
12. Juli · 🌐

Nochmals vielen Dank an das Stadtmarketing Magdeburg, für dieses kleine Geschenk 🎁 zum Geburtstag!

**magdeburg2025**  
Magdeburg, Germany

09.07.2018 "Kunst bleibt, Profi Ibilder verschwinden" .....

„Kunst bleibt, Profilbilder verschwinden“  
Serie „Otto ist Kultur“ (8) Künstler Robin Zöffzig provoziert mit unmissbaren Wecken Diskussions...



👍 38  
3 Mal geteilt

5

**magdeburg2025** Hallo, Herr Scharfbier! Heute in der @volksstimme.de im Porträt über sich, den #kubus2025 und die Bewerbung #magdeburg2025! #kulturhauptstadtwerden #machen2025 #md2025 #maadebura

Ausstellung im Allee-Center Magdeburg, 10. September 2018



Der Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. hat erneut im Jahr 2018 zahlreiche Sendungen mit „otto“ produziert.



„otto hat gesellschaft“ ist eine Talk-Reihe mit Persönlichkeiten, die sich mit der kulturellen Landschaft der Ottostadt Magdeburg beschäftigen. Im Jahr 2018 fanden zwei Sendungen der Talk-Reihe statt.

Passend zu den Telemann-Festtagen waren zwei Experten zur Talk-Reihe am 14. März 2018 eingeladen: Dirigent und Sänger Gotthold Schwarz und der Professor für Musikwissenschaft Dr. Wolfgang Hirschmann.



Zum 50. Jubiläum des Jugendsinfonieorchesters am 6. September 2018 waren Kulturminister Rainer Robra und Bernhard Schneyer sowie Nachwuchskomponisten Finn Wiersig zu Gast.

### Otto kocht kaiserlich



In der Talk-Kochsendung, begrüßt Stadtmanager Georg Bandarau Prominente aus dem Magdeburger Stadt- und Theaterleben im Operncafé Rossini des Theater Magdeburg.

In der ersten Ausgabe vom 30. Januar 2018, waren Holger Stahlknecht, Minister für Inneres und Sport und Schauspielerin Iris Albrecht eingeladen.



Am 17. April 2018 waren Dr. Gabriele Köster, Direktorin der Magdeburger Museen und der 1. Kapellmeister der Philharmonie, Svetoslav Borisov Gäste der Sendung.



Am 16. August 2018, lud der Golfclub Magdeburg zum Sommer-Special der Sendung. GCM-Präsident Johannes Kempmann und die Geschäftsführerin der LOTTO Toto GmbH Sachsen-Anhalt, Maren Sieber waren die Gäste.



Am 20. November 2018 wird eine weitere Sendung mit Pawel Poplawski (Kapellmeister), Sophie Tangermann (stellv. 1. Konzertmeisterin) sowie Dr. Annegret Laabs (Direktorin des Kunstmuseums Kloster Unser Lieben Frauen) stattfinden.

**Ottos Wohnzimmer** Im Jahr 2018 fanden Talksendungen in „ottos wohnzimmer“ statt.

Patricia Werner, stellvertretende Geschäftsführerin der Ostdeutschen Sparkassenstiftung.



Die erfolgreiche Magdeburger Autorin Marah Woolf.



Susanne Schweidler, Leiterin des Fachbereichs für „Kunst und Kultur“.



Bettina Pesch, Verwaltungsdirektorin und stellvertr. Generalintendantin Theater Magdeburg.



Birgit Bursee, Leiterin der Freiwilligen Agentur.

Weitere Sendungen von „ottos wohnzimmer“ werden ab Oktober 2018 produziert und vom Offenen Kanal Magdeburg ausgestrahlt.

## Magdeburg bewirbt sich als „Kulturhauptstadt Europas 2025“

Aus der Mitteln der Ottostadtkampagne sind zahlreiche Projekte für die Bewerbung der „Kulturhauptstadt Europas 2025“ realisiert worden.

### MAGDEBURG 2025 – das offizielle Logo

Anfang des Jahres 2018 wurde das offizielle Logo der Bewerbungsphase vorgestellt.



Der Ladebalken soll die Bewohner der Landeshauptstadt symbolisch den Bewerbungsprozess für die Bewerbung als Kulturhauptstadt für die nächsten zwei Jahre aufzeigen und die Magdeburger für die noch bevorstehende Bewerbungsphase sensibilisieren.

### Kinder für die Bewerbung zur Kulturhauptstadt Europas 2025



Anlässlich der Spielzeit des Domplatzopenairs „Jesus Crist Superstar“ haben Magdeburger Kindergartenkinder und Schulkinder den Bauszaun des Domplatzes bunt gestaltet. Ihre Ideen, Vorstellung und Wünsche für das Jahr 2025 haben die Kinder mit viel Freude zu Papier gebracht. Das Stadtmarketing unterstützt das Bewerbungsbüro bei der grafischen Umsetzung sowie der infrastrukturellen Planung zur Anbringung der Banner. Während der Spielzeit sowie der Auf- und Abbauphase der Bühne erreichten die Visionen der Magdeburger Kinder über 30.000 Besucher und Zuschauer in einem Zeitraum vom Mai bis August 2018.



## Bunte Visionen für das Kulturhauptstadtjahr 2025

Fliegende Autos, der Jahrtausendturm, ein riesiges Aquarium oder pinkfarbene Domspitzen - Visionen, die während der Spielzeit des Musicals „Jesus Christ Superstar“ als bedrucktes Banner am Zaun des Domplatz-Open-Air hängen. Acht Kinder im Alter von 5 bis 6 Jahren der Kin-

dergartengruppe 1+2 der Kita Buckauer Spatzen sowie 17 Kinder der Klasse 4F der Dreisprachigen Internationalen Grundschule in Magdeburg (Foto) haben unser und ihr Magdeburg 2025, das Jahr, in dem Magdeburg Kulturhauptstadt Europas werden will, gemalt. Gemeinsam

mit Oliver Scharfbier, Künstler und Leiter des Kulturtreffpunkts Kubus 2025, haben die jungen Künstler ihre Ideen für eine bunte Zukunft auf Papier gebracht. Sie unterstützen damit die Bewerbungsphase Magdeburgs zur Kulturhauptstadt Europas 2025. Foto: Uli Lücke

Ausgabe der Magdeburger Volksstimme vom 08.06.2018

Beflaggung „Kulturhauptstadt werden“



Vom 1. Juli bis 30. August 2018 stimmten über 40 Flaggen in fünf Farbvariationen (weiß, orange, grün, rot und dunkelblau) vom Breiten Weg bis zur Ernst Reuter Allee die Magdeburger auf das Ziel ein „Kulturhauptstadt werden“.

Anlässlich der feierliche Immatrikulationsfeier der Hochschule Magdeburg-Stendal und der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg saumten Flaggen der Kulturhauptstadtbewerbung die Seebühne im Elbauenpark. Die ca. 4200 Erstsemester beginnen in diesem Herbst ihr Studium in Magdeburg.



Mehr als 1200 Erstsemester an der Hochschule

An der Hochschule Magdeburg-Stendal hat das Wintersemester begonnen - mit mehr als 1200 Erstsemestern. Einige Hundert sind zur offiziellen Immatrikulationsfeier am Montagvormittag in den Elbauenpark gekommen. Unter ihnen (v.l.): Sarah Knorr (25, eingeschrieben für Industriedesign); Alexander Voigt (28), Lisa Krüger (19) und Melina Niering (18, alle im Studiengang Soziale Arbeit); Martin Bendler (30, als Begleitung mitgekommen) und Svenja Kähler (22, auch Soziale Arbeit). Insgesamt hatten sich nach Angaben der Hochschule zum Wintersemester mehr als 4000 Studieninteressierte beworben, jeder fünfte wollte für den Studiengang Soziale Arbeit zugelassen werden. Allerdings erhielten von den 864 Bewerbern für Soziale Arbeit nur 109 einen Studienplatz.

Foto: Johannes Vetter

Ausgabe der Magdeburger Volksstimme vom 02.10.2018

Artikelserie in der Magdeburger Volksstimme

In der Magdeburger Volksstimme begleitet seit dem 26.04.2018 bis zum Ende des Jahres den Bewerbungsprozess zur Kulturhauptstadt in einer wöchentlichen Kolumne gemeinsam mit dem Kulturhauptstadtbüro. Die Bevölkerung soll informiert und animiert werden sich aktiv an der Unterstützung der Bewerbung der Ottostadt Magdeburg einzusetzen.

Kunst und Kultur als Motor für Magdeburg

Serie zur Bewerbung als Kulturhauptstadt (1): Kulturhauptstadt – was ist das eigentlich?

Magdeburg möchte 2025 Kulturhauptstadt Europas werden. Die Vorbereitungen dafür laufen bereits. Die Volksstimme begleitet ab sofort den Bewerbungsprozess immer donnerstags mit einer eigenen Serie\*. Wir erklären das Prozedere, die Akteure und die Pläne.

Magdeburg\* Paris, Amsterdam, Florenz - Europas Schönheiten kennt jeder. Aber was ist mit Turku an der südwestküste Finnlands, Paphos, einer Bäderstadt im Südwesten der Republik Zypern oder Lissabon im Norden der Niederlande? All diese Städte verbindet zumindest eines: Sie dürfen sich mit der vielleicht wichtigsten kulturellen Auszeichnung des Kontinents schmücken. In verschiedenen Jahren und Jahrzehnten sind sie zur „Kulturhauptstadt Europas“ gekürt worden. 2025 will Magdeburg diesen begehrten Titel bekommen. Rückblick: Als die griechi-

sche Kulturministerin Melina Mercouri in den 1980er Jahren vorschlug, in jedem Jahr einer anderen europäischen Stadt den Namen „Kulturstadt“ zu verleihen, ging es für zunächst darum, ein sichtbares Zeichen gegen die untergeordnete Rolle der Kultur in der damaligen Europapolitik zu setzen. Seitdem sind mehr als 30 Jahre vergangen und Mercouris Idee hat entscheidende Wandlungen durchlebt. Aus der „Kulturstadt“ wurde die „Kulturhauptstadt“, und aus Großstädte-Kulturkanidlaten Städte, die manchmal erst auf den zweiten Blick als Gewinner hervorgehen.

Wendepunkt für Kulturhauptstädte Den Wendepunkt markierte 1990 die Ernennung Glasgows zur Kulturhauptstadt. Völlig überraschend setzte sich die schottische Industriestadt, die unter den Folgen des wirtschaftlichen Rückgangs zu leiden hatte, gegen Konkurrenten wie London und Edinburgh durch. Glasgow gewann den Titel nicht mit herausra-



Eine Skulptur mit dem Titel „Love“ des spanischen Kunstes Jaime Plensa steht im niederländischen Leeuwarden. Die Stadt ist die Provinz-Friesland ist Europäische Kulturhauptstadt 2018. Foto: das

genden Kulturschätzen, sondern mit einer innovativen Strategie, die Kunst und Kultur als Motor für gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel definierte – ein damals radikaler Ansatz. Heute geht es bei den Kulturhauptstadt-Projekten vor allem um Entwicklung kultureller Potenziale. Wichtig ist nicht, mit wie vielen historischen Gebäuden, Opernhäusern oder Museen eine Stadt aufwarten kann, sondern wie sie Kultur im weitesten Sinne

nutzen will, um langfristig ihre ganz eigenen Herausforderungen zu bewältigen. Essen und das Ruhrgebiet nutzten im Kulturhauptstadtjahr 2010 Kultur als Katalysator im Wandlungsprozess vom grauen Industriegebiet zu kreativen Kulturmetropolen. Die amtierende niederländische Kulturhauptstadt Leeuwarden versucht mit ihrem Programm, aus den eher in sich geschlossenen Triessen aufgeschlossene Europäer zu machen.

Kulturhauptstädte

- Bereits gekürte Kulturhauptstädte Europas 2019 bis 2022: 2018: Leeuwarden, Niederlande und Valletta, Malta 2019: Wlaka, Kroatien und Plovdiv, Bulgarien 2020: Galway, Irland und Rijeka, Kroatien 2021: Timisoara, Rumänien und Eusau, Griechenland sowie Novo Sad, Serbien 2022: Kaunas, Litauen und Esch an der Aa, Luxemburg

Blick und seinem Nachbarbald an Selbstbewusstsein und Image in nichts nach. Kann Kultur aber ernsthaft das Blatt für eine Stadt wenden? Sie kann. Das Kulturhauptstadt-Projekt im belgischen Mons brachte der Stadt für jeden investierten Euro über 5 Euro Gewinn ein. Das französische Marseille konnte im Kulturhauptstadtjahr 2013 einen Rekord von 11 Millionen Touristen verbuchen. Und Liverpool schaffte es 2008, 10.000 freiwillige Bürger aller Gesellschaftsschichten für die Mitarbeit an den Kulturhauptstadt-Projekten zu gewinnen. Fast alle ehemaligen Bewerberstädte profitieren noch heute von einem neuen Kulturverständnis der Kultur, neuen Kulturzentren, innovativen Baumaßnahmen, dauerhaften Projekten, einem sozialen Wandel – und vor allem: von einem erstarnten Selbstbewusstsein.

Magdeburg als Kulturhauptstadt Europas 2025 wäre weltweit mehr als ein Großevent, dessen Wirkung schnell ver-

puft. Natürlich geht es darum, mit allen Magdeburgern und Gästen aus der ganzen Welt ein unvergessliches Jahr mit zahlreichen internationalen Höhepunkten zu feiern – aber eben nicht nur das: Im Bewerbungsprozess geht es vor allem darum, zu zeigen, dass die Kulturhauptstadt Europas für die Bewohner der Stadt ein Ansporn und eine Frischzellenkur ist: für alle als Bürger dieser Stadt, für die Kreativen, die Kulturschaffenden, die Akteure aus Wissenschaft, Bildung, Wirtschaft und dem Sozialsektor.

Wenn die Stadt zeigen kann, wie die Elbestädter als kulturell aktive Magdeburger ihre Stadt und damit einen Teil Europas kreativer und lebenswerter gestalten können, ist das eine Chance, die sich die Magdeburger nicht entgehen lassen sollten.

\* Eine Serie gemeinsam mit dem Kulturhauptstadtbüro. Nächsten Donnerstag: Kulturhauptstadt werden – wie geht das genau?



