

Landeshauptstadt Magdeburg – Der Oberbürgermeister –		Drucksache DS0478/21	Datum 22.09.2021
Dezernat: III	Team 1	Öffentlichkeitsstatus öffentlich	

Beratungsfolge	Sitzung Tag	Behandlung	Zuständigkeit
Der Oberbürgermeister	05.10.2021	nicht öffentlich	Genehmigung OB
Finanz- und Grundstücksausschuss	27.10.2021	öffentlich	Beratung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	28.10.2021	öffentlich	Beratung
Stadtrat	04.11.2021	öffentlich	Beschlussfassung

Beteiligungen FB 02	Beteiligung des	Ja	Nein
	RPA		
	KFP		
	BFP		
	Klimarelevanz		x

Kurztitel

Fortführung der Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg 2022

Beschlussvorschlag:

1. Zur Fortführung der Ottostadtkampagne wird der Maßnahmenplan für das Jahr 2022 gemäß II. der Begründung mit einem Kostenaufwand von 167.000 € (brutto) bestätigt. Die geplanten Maßnahmen werden vom Dezernat für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit, dem Dezernat für Kultur, Schule und Sport, dem Stadtmarketing Verein Pro Magdeburg e.V. sowie der MMKT GmbH umgesetzt. Das Dezernat für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit entscheidet im Einzelnen über die beantragten Kleinprojekte aus dem dafür bestimmten Verfügungsfonds.
2. Zur Fortsetzung der Kampagne im Jahr 2022 wird dem Stadtrat zur Haushaltsberatung ein Maßnahmenplan 2023 vorgelegt werden.
3. Sollten ungeplante Veränderungen an der geplanten Mittelverwendung erforderlich sein, wird das Wirtschaftsdezernat diese dem Ausschuss WTR zur vorherigen Kenntnis und Zustimmung zuleiten.

Finanzielle Auswirkungen

Organisationseinheit	2001	Pflichtaufgabe	ja	x	nein
----------------------	------	----------------	----	---	------

Produkt Nr.	Haushaltskonsolidierungsmaßnahme				
	ja, Nr.				nein
Maßnahmebeginn/Jahr	Auswirkungen auf den Ergebnishaushalt				
	JA		NEIN		

A. Ergebnisplanung/Konsumtiver Haushalt

Budget/Deckungskreis:

2001

I. Aufwand (inkl. Afa)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
2023	167.000,-- €	20010000	52711750	167.000,-- €	
2024	167.000,-- €	20010000	52711750	167.000,-- €	
2025	167.000,-- €	20010000	52711750	167.000,-- €	
2026	167.000,-- €	20010000	52711750	167.000,-- €	
Summe:					

II. Ertrag (inkl. Sopo Auflösung)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
Summe:					

B. Investitionsplanung

Investitionsnummer:

Investitionsgruppe:

I. Zugänge zum Anlagevermögen (Auszahlungen - gesamt)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
Summe:					

II. Zuwendungen Investitionen (Einzahlungen - Fördermittel und Drittmittel)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
Summe:					

III. Eigenanteil / Saldo					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
Summe:					

IV. Verpflichtungsermächtigungen (VE)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
gesamt:					
20...					
für					
20...					
20...					
20...					
Summe:					

V. Erheblichkeitsgrenze (DS0178/09) Gesamtwert	
<input type="checkbox"/>	bis 60 Tsd. € (Sammelposten)
<input type="checkbox"/>	> 500 Tsd. € (Einzelveranschlagung)
<input type="checkbox"/>	> 1,5 Mio. € (erhebliche finanzielle Bedeutung)
<input type="checkbox"/>	Anlage Grundsatzbeschluss Nr.
<input type="checkbox"/>	Anlage Kostenberechnung
<input type="checkbox"/>	Anlage Wirtschaftlichkeitsvergleich
<input type="checkbox"/>	Anlage Folgekostenberechnung

C. Anlagevermögen

Investitionsnummer:

Buchwert in €:

Datum Inbetriebnahme:

Anlage neu

 JA

Auswirkungen auf das Anlagevermögen					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	bitte ankreuzen	
				Zugang	Abgang
20...					

federführendes(r) Amt/Fachbereich	Sachbearbeiter	Unterschrift AL / FBL
--------------------------------------	----------------	-----------------------

Verantwortliche(r) Beigeordnete(r)	Unterschrift
---------------------------------------	--------------

Termin für die Beschlusskontrolle	<input type="text"/>
-----------------------------------	----------------------

Begründung:

I. Rückschau auf das Jahr 2021

Das Jahr 2021 war wie bereits das Jahr 2020 durch die Auswirkungen der Corona Pandemie dominiert. Einige der vom Dezernat geplanten Projekte konnten nicht in der ursprünglich vorgesehenen Form umgesetzt werden oder mussten komplett fallen gelassen werden.

1. Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V.

Als wichtiger Partner des Marketings hat der Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V. auch im Jahr 2021 die Dachmarke Ottostadt Magdeburg beworben. Zentrales Element der Marketingaktivitäten des Vereins für die Ottostadt war in diesem Jahr die Binnenmarketingkampagne „otto ist nachhaltig“, in der Unternehmen, Personen und Projekte, die nachhaltig sind und aus Magdeburg kommen, der Öffentlichkeit präsentiert wurden. Neben einer Plakatkampagne gab es eine umfangreiche Berichterstattung in der Magdeburger Volksstimme sowie eine Ausstellung zum Thema, die durch den Verein initiiert wurde.

Der Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V. bewarb die Ottostadt Dachmarke darüber hinaus noch in diversen Sendungen des Lokalfernsehens.

2. MMKT GmbH

Das zentrale durch die MMKT betreute Projekt aus den Ottostadt Mitteln ist auch in diesem Jahr die Bewerbung des Kaiser Otto Fests, das in diesem Jahr aber erst Anfang Oktober stattfinden wird. Aussagen zu den umgesetzten Maßnahmen und dem Erfolg der Werbemaßnahmen können daher noch nicht getroffen werden. Es steht zu hoffen, dass die Umsetzung des Kaiser-Otto-Fests wie in den letzten Jahren komplikationslos erfolgt und weiterhin überregionale, regionale und lokale Gäste in die Innenstadt holt, um das historische Erbe der Ottostadt erlebbar zu machen.

3. Dezernat Wirtschaft

a) Verfügungsfonds für Kleinprojekte

Im Jahr 2021 wurde das Budget des Verfügungsfonds deutlich erhöht und damit Kleinprojekte, die von Magdeburger Vereinen, Unternehmen und Einzelpersonen durchgeführt werden und dabei Kampagnenelemente aufnehmen, unterstützt. Die elektronisch einzureichenden Projekte rangierten in unterschiedlichsten Segmenten des kulturellen und sportlichen Lebens und richteten sich an verschiedenste Zielgruppe. 22 Zuwendungsbescheide wurden dazu für Marketingmaßnahmen und Standortwerbung Dritter im Design der Ottostadt ausgereicht. Der Ausschuss für Wirtschaft Tourismus und Zusammenarbeit des Magdeburger Stadtrats wurde über die eingegangenen Anträge informiert und seine Meinung zu den Projekten eingeholt. Die Projektliste mit Benennung der Vorhabenträger und Projekte kann im Dezernat für Wirtschaft eingesehen werden.

b) Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Magdeburg

Das Dezernat Wirtschaft hatte ursprünglich für das Jahr 2021 geplant, eine größere Kampagne zur Fachkräftegewinnung unter der Dachmarke Ottostadt Magdeburg umzusetzen. Die Auswirkungen der Corona –Pandemie auf den regionalen Arbeitsmarkt und damit auf den zentralen Ansatzpunkt für eine Rückgewinnung von Fachkräften für die Magdeburger Betriebe erschienen dem Wirtschaftsdezernat so erheblich zu sein, dass eine Kampagne ohne überzeugende Rückkehrargumente wenig erfolgversprechend erschien. Die Umsetzung der Kampagne im Jahr 2021 wurde daher gestoppt. Das Budget von 75.000,-- € (brutto) weitestgehend eingespart und in den Stadthaushalt zurückgeführt.

c) SCM Turnier

Der SC Magdeburg wird im Oktober im Zuge des IHF Super Globe 2021 vom 05.10.2021 bis zum 10.10.2021 (4 Spiele) in Dschidda Saudi – Arabien auftreten. Das Turnier wird als eines der großen Handballevents des Jahres 2021 erhebliche mediale Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Der SC Magdeburg hat der Landeshauptstadt angeboten im Zuge des Turniers in Saudi-Arabien auf den Trikots der Spieler für die Ottostadt Magdeburg zu werben. Das Angebot im Wert von 14.875,- Euro (brutto) wurde angenommen und aus den nicht verwendeten Mitteln aus der Marketingkampagne unter b) erläutert, finanziert.

II. Geplante Aktivitäten in 2022

1. Bewährte Projekte

Bewährte Projekte der Dachmarke „Ottostadt Magdeburg“ sollen auch im Jahr 2022 fortgeführt werden, um keinen Abbruch in der Bewerbung der Dachmarke Ottostadt Magdeburg verzeichnen zu müssen.

a) Bewerbung des Kaiser-Otto-Festes

Das Kaiser-Otto-Fest hat sich seit erstmaliger Durchführung zu einem bedeutenden Element der Bewerbung der Dachmarke „Ottostadt Magdeburg“ entwickelt. Lokal, regional und zunehmend auch überregional zieht das Fest Gäste in die Stadt und macht die Verbindung Magdeburgs zu einem der Namensgeber der Dachmarke auch körperlich erlebbar. Das Kaiser-Otto-Fest ist aus Sicht der für das Marketing der Stadt Verantwortung tragenden Institutionen eine unverzichtbare Visitenkarte zur Bewerbung der Dachmarke. Im Jahr 2022 soll zusätzlich zur allgemeinen werblichen Unterstützung für das Fest über einen eigens gecharterten Sonderzug mit Gästen aus der Partnerstadt Braunschweig dafür gesorgt werden, dass die Bekanntheit des Kaiser-Otto-Festes über die Großregion Magdeburg getragen wird.

Budgetansatz: 61.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung der Maßnahmen ist die MMKT GmbH

b) Fortführung des Verfügungsfonds

Mit Mitteln des Verfügungsfonds wurden in den letzten Jahren eine Vielzahl von kleineren Veranstaltungen lokaler Vereine und Institutionen co-finanziert. Das Instrument hat sich aus Sicht der Verwaltung auch in der vom Budget vergrößerten Auflage des Jahres 2021 bewährt, um insbesondere lokal immer wieder mit kleineren Marketingmaßnahmen auf die Dachmarke Ottostadt Magdeburg hinzuweisen.

Die Nutzung von Mitteln des Verfügungsfonds durch Externe, die das Design und die Mechanik der Dachmarke aufnehmen, hat sich aus Sicht des Wirtschaftsdezernats so gut bewährt, dass der Topf wie im Jahr 2021 befüllt werden soll und künftig größere Summen für Einzelprojekte eingesetzt werden sollen. Das Dezernat für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit hat dazu einen Kriterienkatalog erarbeitet, auf dessen Grundlage eine Bewerbung möglich ist.

Budgetansatz: 50.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Wirtschaftsdezernat

c) Vermehrte Gewinnung von Umlandtouristen für einen Tagesausflug nach Magdeburg

Insbesondere im Sommer sind viele umliegende Landkreise beliebte Urlaubsziele von Touristen. Diese Zielgruppe für einen Besuch der Ottostadt Magdeburg zu motivieren, ist Zielstellung des Projekts. In Kooperation mit Tourismus-Gesellschaften, Verkehrsverbänden, touristischen Veranstaltern und Hotels in der Region soll daran gearbeitet werden bereits in der Region

vorhandenes touristisches Potential für die Ottostadt Magdeburg nutzbar zu machen.

Budgetansatz: 40.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung MMKT GmbH

d) Umsetzung Halbkugelversuch

Mit der Magdeburger Geschichte ist insbesondere das Wirken Otto von Guericke untrennbar verbunden. Sein berühmter Halbkugelversuch ist direkt mit Magdeburg verbunden. Zielstellung ist es, die Umsetzung des Halbkugelversuchs im 2022 für Magdeburger und Gäste der Stadt zu ermöglichen und das historische Erbe eines der Namensgeber der Dachmarkenkampagne erlebbar zu machen.

Budgetansatz: 6.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Dezernat für Kultur, Schule und Sport

e) Unterstützung der Jahreskampagne Pro M „otto ist digital“

Der Stadtmarketing Verein Pro Magdeburg e.V. wird im nächsten Jahr eine weitere Jahreskampagne unter dem Titel „otto ist digital“ umsetzen. Das Projekt soll aus Mitteln der Dachmarke Ottostadt Magdeburg co-finanziert und damit die traditionelle Kampagne des Vereins unterstützt werden.

Budgetansatz: 10.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Stadtmarketing Verein Pro Magdeburg e.V.