Landeshauptstadt Magdeburg – Die Oberbürgermeisterin –		**Drucksache** **DS0369/22** **Öffentlichkeitsstatus** öffentlich	**Datum** 06.10.2022
Dezernat: III	**Team 1**		

Beratungsfolge	**Sitzung Tag**	**Behandlung**	**Zuständigkeit**
Die Oberbürgermeisterin	27.09.2022	nicht öffentlich	Genehmigung OB
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	27.10.2022	öffentlich	Beratung
Finanz- und Grundstücksausschuss	02.11.2022	öffentlich	Beratung
Stadtrat	10.11.2022	öffentlich	Beschlussfassung

Beteiligungen **FB 02**	**Beteiligung des**	**Ja**	**Nein**
	RPA		X
	KFP		X
	BFP		X
	Klimarelevanz		X

Kurztitel

Fortführung der Dachmarke Ottostadt Magdeburg 2023

Beschlussvorschlag:

1. Zur Fortführung der Ottostadtkampagne wird der Maßnahmenplan für das Jahr 2023 gemäß II. der Begründung mit einem Kostenaufwand von 167.000,-- € (brutto) bestätigt. Die geplanten Maßnahmen werden vom Dezernat Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit, dem Stadtmarketingverein 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 2024 wird dem Stadtrat zur Haushaltsberatung ein Maßnahmenplan 2024 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		Pflichtaufgabe		ja	x	nein

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

A. Ergebnisplanung/Konsumtiver Haushalt

Budget/Deckungskreis: DKOttostadt

I. Aufwand (inkl. Afa)					
Jahr	**Euro**	**Kostenstelle**	**Sachkonto**	**davon**	
				veranschlagt	**Bedarf**
2024	167.000,-- €	200100000	52711750	167.000,-- €	
2025	167.000,-- €	200100000	52711750	167.000,-- €	
2026	167.000,-- €	200100000	52711750	167.000,-- €	
2027	167.000,-- €	200100000	52711750	167.000,-- €	
Summe:	**Ansatz 2027 vorbehaltlich der Planung 2024 - 2027**				

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

- ☐ bis 60 Tsd. € (Sammelposten)
- ☐ > 500 Tsd. € (Einzelveranschlagung)
  - ☐ Anlage Grundsatzbeschluss Nr.
  - ☐ Anlage Kostenberechnung
- ☐ > 1,5 Mio. € (erhebliche finanzielle Bedeutung)
  - ☐ Anlage Wirtschaftlichkeitsvergleich
  - ☐ 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 Jörg Böttcher	Unterschrift AL / FBL

Verantwortliche(r) Beigeordnete III	Unterschrift Sandra Yvonne Stieger

Termin für die Beschlusskontrolle	

Begründung:

I. Rückschau auf das Jahr 2022

Das Jahr 2022 war wie die Vorjahre durch die Auswirkungen der Corona Pandemie dominiert. Auch wenn die gesellschaftlichen Lockerungen der Pandemieschutzmaßnahmen viele Prozesse erleichterten, waren die Umsetzung und Wirkung von Projektmaßnahmen immer mit Einschränkungen und Unwägbarkeiten verbunden.

1. Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V.

Als wichtiger Partner des Marketings hat der Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V. auch im Jahr 2022 die Dachmarke Ottostadt Magdeburg aktiv beworben. Zentrales Element der Marketingaktivitäten des Vereins für die Ottostadt war in diesem Jahr die Binnenmarketingkampagne „otto ist digital“ in der Unternehmen, Personen und Projekte, die besonders innovative digitale Ansätze verfolgen, der Öffentlichkeit präsentiert wurden. Neben einer Plakatkampagne gab es eine umfangreiche Berichterstattung in der Magdeburger Volksstimme, eine Ausstellung zum Thema sowie eine digitale und analoge Begleitdokumentation zur Kampagne. Detaillierte Informationen zur Kampagne hat der Verein in der Anlage 1 zur Verfügung gestellt.
Der Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V. stellte auch alle weiteren Öffentlichkeitsaktivitäten unter das Dach der Kampagne. Besonders erwähnenswert sind hier die Durchführung der Domfestspiele sowie die zahlreichen Fernsehsendungen, die durch den Verein für das Lokalfernsehen produziert wurden.

2. Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (MMKT GmbH)

Im Budget des Kampagnenjahres 2022 hatte die MMKT zwei größere Posten zu verantworten. Zum einen die Bewerbung des Kaiser – Otto – Fests sowie zum anderen eine Sonderkampagne zur vermehrten Gewinnung von Umlandtouristen für einen Tagesausflug nach Magdeburg.
Das Kaiser Otto Fest findet in diesem Jahr erst vom 30.09.22 bis zum 03.10.22 statt, deshalb ist eine Auswertung der Wirksamkeit der durchgeführten Marketingmaßnahmen im Zuge dieser Drucksache nicht möglich. Die MMKT schaltete Werbung in Print und digitalen Medien, nutzte Plakatwerbung und unterstützte den Veranstalter bei der Gewinnung von Besuchern für dieses größte Mittelalterfest in Sachsen-Anhalt. Erstmalig wurde ein Sonderzug gechartert, der Besucher aus Braunschweig zum Kaiser Otto Fest brachte.

Das zweite durch die MMKT zu verantwortende Großprojekt wurde maßgeblich im Sommer 2022 umgesetzt. In dieser Zeit verbringen viel Familien ihren Jahresurlaub im erweiterten Umland der Ottostadt. Die MMKT hat mit der Kampagne im Magdeburger Umland, vorwiegend in der Harz Region, für einen Tagesausflug nach Magdeburg geworben. Die durchgeführten Maßnahmen sind in der Anlage 2 erläutert.

3. Dezernat Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit

Das Dezernat betreute im Jahr 2022 einen vergrößerten Verfügungsfonds aus dem kleinere Projekte Marketingmittel erhalten können, wenn diese sich in das Design und die Bildsprache der Dachmarke Ottostadt Magdeburg integrieren. Der mit 50.000,-- € gefüllte Verfügungsfonds war im Jahr 2022 stark nachgefragt, bereits Ende Juni 2022 war das Budget ausgeschöpft und keine weiteren Anträge konnten angenommen und bewilligt werden. Die geförderten Projekte wurden dem WTR angezeigt, eine Aufstellung der unterstützten Vorhaben liegt dieser Drucksache als Anlage 3 bei.

4. Dezernat Kultur, Schule und Sport

Dem Dezernat Kultur, Schule und Sport wurden Mittel der Dachmarke zur Durchführung des Magdeburger Halbkugelversuchs in Höhe von 6.000,-- € zugeordnet. Die Planungen zur Umsetzung des Versuchs wurden durch die Auswirkungen der Corona Pandemie behindert. Das ursprünglich als auskömmlich angesehene Budget war nicht ausreichend, um die Finanzierung des Projekts sicherzustellen. Der Versuch konnte daher nicht umgesetzt werden.

Das Budget wurde zur Bewerbung der Lichterwelt eingesetzt.

II. Geplante Aktivitäten 2023

1. Bewährte Projekte

Bewährte Projekte der Dachmarke „Ottostadt Magdeburg“ sollen auch in 2023 fortgeführt werden, um keinen Abbruch in der Bewerbung der Dachmarke 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 Verantwortung tragenden Institutionen eine unverzichtbare Visitenkarte zur Bewerbung der Dachmarke.

Budgetansatz: 40.000,00 (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Wirtschaftsdezernat in Kooperation mit der 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 im Budget vergrößerten Auflage des Jahrs 2022 bewährt, um insbesondere auch lokal immer wieder mit kleineren Marketingmaßnahmen auf die Dachmarke Ottostadt Magdeburg hinzuweisen.

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

c) Unterstützung der Jahreskampagne Pro M „otto ist international und weltoffen“

Die Stadtmarketing-Kampagne für das Jahr 2023 soll im Zeichen der Internationalität und Weltoffenheit stehen – und die Aufmerksamkeit auf die Stadt als lebenswerter Ort mit vielfältigen Möglichkeiten, als Wissenschafts- und Forschungszentrum und als Wirtschaftsstandort lenken.
Dafür möchte der Stadtmarketingverein die Brücke in die Welt schlagen. Unter dem Motto „otto ist international“ (Arbeitstitel) sollen Wahl-Magdeburgerinnen und - Magdeburger vorgestellt werden, die ihre Wurzeln in anderen Ländern haben.
Der Fokus wird sich dabei auf Menschen richten, die aus verschiedenen Orten rund um den Globus in die Landeshauptstadt Sachsen-Anhalts gekommen sind, um hier zu leben, arbeiten, forschen und oder anderweitig ihre Erfahrungen und Expertise einbringen. Anhand ihrer Geschichten soll die internationale Strahlkraft Magdeburgs dargelegt werden.
Es könnten auch Magdeburgerinnen und Magdeburger vorgestellt werden die rund um den Globus gearbeitet, geforscht und gewirkt haben und zurückgekehrt sind, um Erfahrungen in ihrer Heimatstadt umzusetzen und damit internationale Strahlkraft in die Ottostadt bringen.
Außerdem könnten zudem Erfolgs-Geschichten von Magdeburgerinnen und Magdeburger erzählt werden, die in verschiedenen Ländern arbeiten, forschen und leben, jedoch ihre Wurzeln in Magdeburg haben und diese auch pflegen.
Mit der Kampagne kann gezeigt werden, dass die Ottostadt weltoffen und international ist – und ein spannender Ort für Menschen aus aller Welt: Investoren, Kulturschaffende, Studierende, Unternehmen und viele andere.
Mit dem Fokus auf die Internationalität wird der Stadtmarketingverein mit der Kampagne glaubhaft und nachvollziehbar beschreiben, wie hier bei uns der „rote Teppich“ ausgerollt wird – für große Konzerne wie „Intel“ – und für alle anderen, die das Potenzial der Landeshauptstadt von Sachsen-Anhalt nutzen möchten.

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

d) Durchführung des Magdeburger Halbkugelversuchs
Mit der Magdeburger Geschichte ist insbesondere das Wirken Otto von Guerickes untrennbar verbunden. Sein berühmter Halbkugelversuch ist direkt mit Magdeburg verbunden. Zielstellung ist es, die Umsetzung des Halbkugelversuchs im Jahr 2023 für Magdeburger und Gäste der Stadt zu ermöglichen und das historische Erbe eines der Namensgeber der Dachmarkenkampagne erlebbar zu machen. Angedacht ist entweder eine Umsetzung im Zuge des Landeserntedankfests oder aber im Zuge des Kaiser Otto Fests.

Budgetansatz: 10.000,-- € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Wirtschaftsdezernat

2. Neue Projekte

a) Weiterentwicklung der DevDays
Magdeburg ist das Zentrum der IT – Wirtschaft im nördlichen Sachsen-Anhalt. Die Branche hat sich in den letzten Jahren immer stärker entwickelt und stellt zwischenzeitlich einen bedeutsamen Bestandteil der Magdeburger Wirtschaft dar. Seit einigen Jahren werden die Unternehmen der Branche durch die Magdeburger Developer Days (DevDays) besser vernetzt. Dem Veranstalter der DevDays gelingt es seit Jahren ein attraktives Programm für Programmierer und Entwickler aus dem IT Bereich zusammenzustellen und führende Unternehmen der Branche, auch überregional, nach Magdeburg zu holen. Über zwei Tage diskutieren die ca. 350 Teilnehmer der DevDays über neueste Entwicklungen der IT Wirtschaft. Die Wirtschaftsförderung der Stadt hat sich bereits in den Vorjahren in die DevDays eingebracht und möchte die DevDays im nächsten Jahr wirtschaftlich stärker unterstützen. In enger Zusammenarbeit zwischen Veranstalter und Landeshauptstadt sollen die DevDays nicht nur zum zentralen Branchenevent im nördlichen Sachsen - Anhalt sondern mindestens für das Land oder in Mitteldeutschland ausgebaut werden.

Budgetansatz: 10.000,-- € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Wirtschaftsdezernat in Kooperation mit Veranstalter der DevDays

b) „otto hat tradition“
Insbesondere in den verschiedenen Magdeburger Stadtteilen abseits der Innenstadt gibt es eine erhebliche Zahl von Traditionsunternehmen, die seit Jahrzehnten erfolgreich am Markt agieren. Zielstellung des Projekts „otto hat tradition“ ist es, diese Traditionsunternehmen, die mindestens 25 Jahre am Standort Magdeburg sesshaft sein müssen, durch eine Kampagne dabei zu unterstützen sichtbarer zu werden und im Bewusstsein der Magdeburger besser verankert zu werden.

Budgetansatz: 10.000,-- € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Wirtschaftsdezernat

c) Bewerbung von Magdeburg als lebenswerte Großstadt zur Gewinnung von Fachkräften für die lokale Wirtschaft
Durch die anstehende Ansiedlung der Fa. Intel wird sich der bereits erkennbare Fachkräftemangel in der Wirtschaft der Ottostadt Magdeburg weiter vergrößern. Die Wirtschaftsförderung möchte durch eine Kampagne zur Bewerbung der Ottostadt als lebenswerte Großstadt mit großer wirtschaftlicher Perspektive und Chancen dazu beitragen potentielle Arbeitnehmer für den Wirtschaftsstandort Magdeburg zu interessieren und die Versorgung mit Fachkräften für alle Unternehmen in der Landeshauptstadt zu verbessern.

Budgetansatz: 37.000,-- (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Wirtschaftsdezernat