

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
III	S0345/23	12.07.2023
zum/zur		
A0140/23 der Fraktion Gartenpartei/Tierschutzallianz		
Bezeichnung		
Zurück zu den Magdeburger Farben und dem Stadtwappen „Magdeburger Jungfrau,“		
Verteiler	Tag	
Die Oberbürgermeisterin	25.07.2023	
Kulturausschuss	23.08.2023	
Ausschuss für kommunale Rechts- und Bürgerangelegenheiten	24.08.2023	
Verwaltungsausschuss	25.08.2023	
Stadtrat	14.09.2023	

„A0140/23 der Fraktion Gartenpartei/Tierschutzallianz

Der Stadtrat beschließt:

die Landeshauptstadt Magdeburg präsentiert sich zukünftig wieder in den traditionellen Magdeburger Farben rot und grün und mit dem Stadtwappen „Magdeburger Jungfrau“.

Wir bitten um Überweisung in den Ausschuss für kommunale Rechts- und Bürgerangelegenheiten und den Verwaltungsausschuss.

Begründung:

Seit die Landeshauptstadt Magdeburg mit der Otto Kampagne wirbt, die in den Farben orange und braun auftritt, sind unsere traditionellen Farben rot und grün und unser Stadtwappen aus der Präsentation der Stadt fast gänzlich verschwunden und kaum mehr nach außen sichtbar.

Mit diesem Antrag soll der Grundstein für eine Rückkehr gelegt werden.“

Die Verwaltung nimmt wie folgt Stellung:

Die Verwaltung erteilt dem Antrag eine Absage und erläutert, warum die Umsetzung teils nicht möglich ist resp. welche Folgeschritte notwendig wären, diesen wenigstens teilweise umzusetzen, aber auch, warum das nicht zu empfehlen ist.

Am 10.09.2009 beschloss der Magdeburger Stadtrat die Erarbeitung einer neuen Dachmarke für die Landeshauptstadt Magdeburg:

Beschluss-Nr. 061-003(V)09

Für die Entwicklung und Initiierung besagter Dachmarkenkampagne wurden von 2009 bis einschließlich 2012 Mittel aus dem städtischen Haushalt in Höhe von insgesamt 1,43 Mio. € zur Verfügung gestellt. Weitere Aufwendungen und damit die Fortführung der Dachmarkenkampagne wurden in den Folgejahren durch den Stadtrat bestätigt.

Von der Kreativagentur Scholz & Friends Agenda Berlin entwickelt, erlangte die sog. Ottostadtkampagne eine große öffentliche Aufmerksamkeit. Die Agentur erarbeitete eine umfangreiche Dachmarke inkl. eines Logos und Corporate Designs für die Landeshauptstadt Magdeburg.

Sämtliche Bestandteile der Kampagne zu negieren und auf eine andere Farbgebung umzuschwenken ist nur durch die Erarbeitung eines vollständig neuen Corporate Designs möglich. Die Kosten würden sich auf mind. dem Niveau des Erstinvestments in die laufende Kampagne bewegen.

Die Nutzung des Stadtwappens ist nicht uneingeschränkt möglich, da es sich hierbei um ein Hoheitszeichen handelt. Die Verwendung jener ist nur staatlichen Stellen gestattet. Daher scheidet die Nutzung des Stadtwappens „Magdeburger Jungfrau“ als Logo der Landeshauptstadt aus.

Das aktuelle Corporate Design ist übergreifend präsent und bei den Anwendern sicher im Umgang. Das Logo wird mannigfaltig angewandt. Auch außerhalb der Stadtverwaltung wird die Kampagne in der freien Wirtschaft, der Kultur, im Sozialbereich etc. identitätsstiftend genutzt. Es besteht faktisch keine Notwendigkeit einer Anpassung resp. Änderung. Die Entwicklung einer neuen Dachmarkenkampagne wäre eine freiwillige Aufgabe, die Finanzierung jener in der aktuellen Haushaltssituation nicht darstellbar.

Sandra Yvonne Stieger
Beigeordnete