

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> – Die Oberbürgermeisterin –		<b>Drucksache</b> <b>DS0363/23</b>	<b>Datum</b> 26.06.2023
<b>Dezernat: III</b>	<b>Team 1</b>	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich	

<b>Beratungsfolge</b>	<b>Sitzung</b> <b>Tag</b>	<b>Behandlung</b>	<b>Zuständigkeit</b>
Die Oberbürgermeisterin	10.10.2023	nicht öffentlich	Genehmigung OB
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	26.10.2023	öffentlich	Beratung
Finanz- und Grundstücksausschuss	10.11.2023	öffentlich	Beratung
Stadtrat	16.11.2023	öffentlich	Beschlussfassung

<b>Beteiligungen</b> <b>FB 02</b>	<b>Beteiligung des</b>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>
	<b>RPA</b>		
	<b>KFP</b>		
	<b>BFP</b>		
	<b>Klimarelevanz</b>		

### **Kurztitel**

Fortführung der Dachmarke Ottostadt Magdeburg 2024

### **Beschlussvorschlag:**

1. Zur Fortführung der Ottostadtkampagne wird der Maßnahmenplan für das Jahr 2024 gemäß II. der Begründung mit einem Kostenaufwand von 67.000,-- € (brutto) bestätigt. Die geplanten Maßnahmen werden vom Dezernat Wirtschaft in Kooperation mit 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 2025 wird dem Stadtrat zur Haushaltsberatung ein Maßnahmenplan 2025 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	67.000,-- €	30000000	52711750	167.000,-- €	-100.000,-- €
2025	167.000,-- €	30000000	52711750	167.000,-- €	
2026	167.000,-- €	30000000	52711750	167.000,-- €	
2027	167.000,-- €	30000000	52711750	167.000,-- €	
<b>Summe:</b>	<b>Ansatz 2028 vorbehaltlich der Planung 2025-2028</b>				

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

## B. Investitionsplanung

Investitionsnummer:

Investitionsgruppe:

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

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

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

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

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 Beigeordnete III	Unterschrift Frau Stieger
-------------------------------------	---------------------------

Termin für die Beschlusskontrolle

--

## **Begründung:**

### **I. Rückschau auf das Jahr 2023**

Erstmalig seit der Coronapandemie konnte im Jahr 2023 wieder weitgehend ohne Einschränkungen Veranstaltungen geplant und umgesetzt werden. Der Verfügungsfonds mit dem Kleinprojekte einen Werbekostenzuschuss erhalten können, war bereits zur Jahresmitte voll ausgeschöpft. Zu einzelnen Projekten, wie bspw. dem Kaiser-Otto-Fest oder dem Projekt „otto hat tradition“ kann aufgrund der Durchführung Ende September/Anfang Oktober noch nicht abschließend Bericht erstattet werden.

#### **1. Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V.**

Als wichtiger Partner des Marketings hat der Stadtmarketingverein Pro Magdeburg e.V. auch im Jahr 2023 die Dachmarke Ottostadt Magdeburg aktiv beworben. Zentrales Element der Marketingaktivitäten des Vereins für die Ottostadt war in diesem Jahr die Binnenmarketingkampagne „otto ist international“ in der sich Personen, die in Magdeburg leben und arbeiten und einen internationalen Hintergrund haben, vorstellten. 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 2023 hatte die MMKT die Bewerbung des Kaiser-Otto-Fests zu verantworten. Das Fest findet in diesem Jahr im Zeitraum 29.09.23 bis 01.10.23 statt, daher kann im Rahmen dieser Drucksache noch keine Auskunft über den Erfolg des Fests gegeben werden.

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. Eine Zusammenfassung der durch MMKT angestoßenen und begleiteten Werbemaßnahmen ist als Anlage 2 enthalten.

#### **3. Dezernat Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit**

Das Dezernat betreute im Jahr 2023 den 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 2023 stark nachgefragt, bereits Ende Juni 2023 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.

Neben der Bewirtschaftung des Verfügungsfonds wurde die Durchführung des Magdeburger Halbkugelversuchs durch das Dezernat Wirtschaft begleitet. Die Otto-von-Guericke Gesellschaft erhielt einen Zuschuss in Höhe von 10.000,- € um den Halbkugelversuch am 02.07.2023 durchzuführen.

Über das Dezernat Wirtschaft wurde auch die Durchführung der Magdeburger Developer Days unterstützt. Während der Magdeburger Developer Days trifft sich die IT Wirtschaft des Landes Sachsen – Anhalt sowie angrenzender Regionen zum Austausch. Die Unterstützung der Developer Days wird von Seiten des Wirtschaftsdezernats insbesondere auch im Vorfeld auf die anstehende Personalrekrutierung für das durch Intel vergrößerte IT – Cluster der Region verstanden und soll dazu dienen auf die Stadt und die sehr gute Perspektive am Arbeitsmarkt der Ottostadt Magdeburg hinzuweisen. Die vom 08.05.23 bis 10.05.23 stattgefundenen

Developer Days haben die Erwartungen deutlich übertroffen. Der Teilnehmerrekord von 650 Personen verdeutlicht die weiter zunehmende Bedeutung der IT Wirtschaft in Magdeburg sowie die durch die Developer Days geförderte bessere Vernetzung der Branche.

Mit dem Projekt „otto hat tradition“ arbeitet die Wirtschaftsförderung daran, traditionelle Inhabergeführte Unternehmen mit langjähriger Tradition in Magdeburg bekannt zu machen. Neun Unternehmen aus verschiedenen Stadtteilen Magdeburgs wurden im Rahmen des Projekts ausgewählt. Die Projektmittel werden dafür eingesetzt, den Unternehmen eine bessere Bekanntheit durch Werbemaßnahmen zu geben. Fotomaterial wurde produziert und dieses für Plakatomotive genutzt, über kurze Videoclips werden die Unternehmen ihren Kunden weiter bekannt gemacht. Da die Kampagne erst im umsatzintensiven Vorweihnachtsgeschäft starten soll, ist eine Bewertung des Projekts aktuell noch nicht möglich.

Die Bewerbung Magdeburgs als lebenswerte Großstadt, um Facharbeiter für die lokale Wirtschaft leichter rekrutieren zu können, wurde als eigenständige Kampagne in diesem Jahr nicht umgesetzt. Der ursprünglich für 2023 geplante Baustart des Intel Projekts hat sich leicht ins kommende Jahr verschoben, so dass der Aufhänger für die Kampagne, der zusätzliches überregionales Interesse an Magdeburg schaffen sollte, im Jahr 2023 entfiel. Das Budget wurde der Bewerbung der Lichterwelt zugeschlagen, um die erhebliche positive Außenwirkung für die Stadt weiter zu verbessern.

## II. Geplante Aktivitäten 2024

Die Haushaltssituation der Landeshauptstadt macht auch aus Sicht der Verwaltung Kürzungen am Budget der Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg erforderlich. So dass die Verwaltung mit dieser Drucksache einen deutlich, um 100.000,-- € auf 67.000,-- €, reduzierten Betrag zur Bewerbung der Dachmarke vorschlägt. Der reduzierte Betrag verringert entsprechend die Anzahl der geförderten Projekte. Die Kürzung ist misslich, weil dadurch lohnende Projekte im Jahr 2024, wie die Unterstützung der DevDays oder die Co-Finanzierung des Halbkugelversuchs nicht länger Bestandteil der Kampagnendrucksache sein werden. Ungeachtet dessen möchte die Kampagne aber ihren Beitrag dazu leisten den Haushalt ausgeglichener zu gestalten

### 1. Unterstützung bewährter Projekte

Bewährte Projekte der Dachmarke „Ottostadt Magdeburg“ sollen auch in 2024 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: 30.000,00 (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 so stark bewährt, dass auch unter verringerten Gesamtbudget am Verfügungsfonds festgehalten werden soll, um kleinere Veranstaltung lokal zu unterstützen und die Dachmarke in Magdeburg erlebbar zu machen.

**Budgetansatz: 30.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung**

**Wirtschaftsdezernat****c) Unterstützung der Jahreskampagne Pro M „otto ist transformation“**

Die Stadtmarketing-Kampagne für das Jahr 2024 soll im Zeichen der Transformation der Stadt 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 zur dauerhaften Veränderung der Stadt in den letzten Jahrzehnten schlagen. Unter dem Motto „otto ist transformation“ sollen Magdeburgerinnen und Magdeburger vorgestellt werden, die die Veränderung der Stadt erlebt und zum Teil mitgestaltet haben

Mit dem Fokus auf die sprichwörtliche Transformationsfähigkeit der Ottostadt wird der Stadtmarketingverein mit der Kampagne glaubhaft und nachvollziehbar beschreiben, wie positiv die Transformation der Stadt in den letzten Jahrzehnten gelungen ist und einen Ausblick auf die weitere erfolgreiche Entwicklung der Ottostadt geben.

**Budgetansatz: 7.000,00 € (brutto), verantwortlich für die Umsetzung Stadtmarketing Verein Pro Magdeburg e.V.**