

- Die Idee wurde von vielen Akteuren sehr positiv aufgenommen und auf eigene Projekte angewandt – unterschiedliche Ideen und Vorstellungen wurden damit verbunden. So z.B. 1200 Meter Geschichte (Festmeile des Kuratoriums), ein Quiz mit 12 Fragen (Stadtarchiv), 12 Lichtpunkte im Stadtraum (Idee einer Kooperation von Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Hochschule Magdeburg-Stendal [FH], Büro 12hundert).
 - Dramaturgie: Die 12 Monate des Jahres werden jeweils mit einem Thema verknüpft – analog zur Ausstellung des Kulturhistorischen Museums von Mai bis Oktober werden 12 Höhepunkte „aufgesetzt“. An jedem 12. des Monats wird eine thematisch gebundene Veranstaltung oder ein wichtiges gesellschaftliches Ereignis stattfinden.
2. Durchführung eines ersten gemeinsamen Treffens mit Akteuren am 07.08.2003 sowie Auflistung und Dokumentation aller vorhandenen Projekte und Ideen (Stand 03.09.2003) unabhängig von einer Realisierung im Einzelfall:
- Konkretisierte Projekte : Anzahl ca. 130
 - ca. 25 Höhepunkte unterschiedlicher Ausprägung (u.a. Festmeile, Projekt Gert Hof, Museumsnacht, Figurentheaterfestival, Stadt-Illumination des Elbauenparks, 5. Internationales Kunstfestival, Festival des Sports)
 - ca. 40 Publikationen
 - ca. 25 Tagungen und Vorträge (u.a. Deutscher Ingenieurtag)
 - ca. 20 Ausstellungen (alle Facetten der Stadtgeschichte)
 - ca. 20 Sonstiges (Sondermünze – genehmigt, Sonderbriefmarke, Sondermedaille, Neuproduktion Abtshof, Schmuckkanaldeckel).
3. Durchführung von Workshops zur Festlegung von Leitbild sowie Ober- und Teilzielen für die 1200-Jahrfeier
- Der erste Workshop fand am 18.08.2003 statt. In der Diskussion der Teilnehmer wurde das Leitbild „Moderne Stadt mit großer Geschichte“ favorisiert. Diese Aussage entspricht den inhaltlichen Vorstellungen, muss bezüglich der Formulierung jedoch nochmals überarbeitet werden.
 - Ein zweiter Workshop findet am 13.10.2003 statt. Aufbauend auf die dann festzulegenden Ziele werden Kriterien für die Veranstaltungen zur 1200-Jahrfeier entwickelt, die eine konkrete und zielgerichtete Auswahl der Veranstaltungen und Projekte zur 1200-Jahrfeier ermöglichen und Beliebigkeit ausschließen.
4. Einberufung einer Arbeitsgruppe Marketing und Durchführung eines geschlossenen Corporate Design Entwurfswettbewerbs (Erscheinungsbild) sowie erster Marketingmaßnahmen
- Marketinggruppe besteht aus den folgenden Mitgliedern: Beigeordneter für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit, Dr. Klaus Puchta; Geschäftsführer der MMKT, Olaf Ahrens; Geschäftsführer proM, Steffen Schüller; Pressesprecherin des Oberbürgermeisters, Dr. Cornelia Poenicke; Leiterin Büro 12hundert, Christine Friedrich. Ab September ein Mitarbeiter der LMG
 - Arbeitsstand: Derzeit wird ein Media- und Marketingplan für die Vermarktung der 1200-Jahrfeier erarbeitet; für eine Kooperationsvereinbarung von Stadt, MMKT und LMG laufen die ersten Vorbereitungen, Vertragsunterzeichnung soll Anfang nächsten Jahres sein.
 - Vorbereitung von Medienpartnerschaften
 - Ein künstlerischer Entwurfswettbewerb für das Erscheinungsbild der 1200-Jahrfeier findet derzeit statt. Die sechs eingeladenen Agenturen werden am 22.09.03 ihre Arbeiten abgeben. Eine Jury bestehend aus drei Sachpreisrichtern und vier Fachpreisrichtern unter Vorsitz des BG IV wird am 26.09.03 über die Verleihung der Preise entscheiden. Die Präsentation aller sechs Entwürfe und die Preisverleihung finden am 1. Oktober in den Räumen der Sparkasse am Alten Markt statt. An diesem Tag sollen auch die ersten Druckerzeugnisse vorliegen.
 - Durchführung eines Wettbewerbs für ein Maskottchen der 1200-Jahrfeier.

5. Akquisition von Sponsoren, Drittmitteln der Öffentlichen Hand (EU, Bund, Land) sowie Stiftungsmitteln (z.B. Akquisition von 100 Magdeburger Firmen mit der Bitte den Start zur 1200-Jahrfeier mit jeweils 1200 Euro zu unterstützen).
6. Erarbeitung einer Stadtratsvorlage und Erstellung des Gesamtkonzeptes 1200 Jahre Magdeburg bis Anfang November 2003
 - Die beschriebenen Vorarbeiten werden in das Gesamtkonzept zur 1200-Jahrfeier eingearbeitet.
 - Auf der Basis des Leitbildes und der Oberziele wird anhand der zu entwickelnden Kriterien zur Projektauswahl ein stringentes Programm erstellt.
 - Diesem beigefügt werden Zeit- und Maßnahmeplan sowie fundierte Kosten- und Finanzierungspläne, die einerseits die notwendigen Ausgaben der Stadt beinhalten aber auch die Eigenleistungen sowie Drittmittel.
 - Die Marketingplanung wird Bestandteil des Konzeptes.
 - Das Konzept bildet zugleich die Grundlage für eine Stadtratsvorlage Ende des Jahres.

Dr. Koch