

PRESSEMITTEILUNG
Magdeburg, 27.07.2022

Touristische Imagekampagne der Landeshauptstadt Magdeburg gestartet

Die Digitalkampagne setzt auf kurze, imposante Videosequenzen an frequenzstarken Bahnhöfen und wirbt für Magdeburg als attraktives Ziel für eine Städtereise.

Die Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH startet ihre touristische Imagekampagne, um die Stadt Magdeburg als relevante Reisedestination für Städtereisen und Kurztrips im Deutschlandtourismus zu verankern. Die digitale Kampagne läuft ab dem 25. Juli im Netz und in ausgewählten Großstädten, wie Berlin, Potsdam, Leipzig und Hannover.

Urbane Vielfalt, historische Sehenswürdigkeiten und grüne Natur am Fluss – alles vereint in einer Stadt, der Landeshauptstadt Magdeburg. Die Kampagne zielt darauf ab, die Bekanntheit der Marke Magdeburg zu stärken und das urbane Markenprofil zu etablieren. Klare Botschaft: Magdeburg überrascht mit ungewohnten Perspektiven und Eindrücken und muss den Vergleich mit anderen Destinationen nicht scheuen. Zentrale Elemente der Kampagne sind Bewegtbilder und starke Bildmotive, die Magdeburgs Außergewöhnlichkeit zeigen und einen Überraschungsmoment entstehen lassen.

Hardy Puls, Geschäftsführer der Magdeburger Marketing- und Tourismusgesellschaft, **erläutert dazu:** „Die Kampagne ist in-house entstanden und zeigt, dass man nicht weit wegfahren muss, um eine besondere Städtereise zu erleben: Natur, Sehenswürdigkeiten und lebendige Urbanität gibt es auch in Magdeburg an der Elbe! Vor allem soll die Kampagne Interesse wecken, um die Landeshauptstadt selbst zu erkunden und kennen zu lernen.“

Über digitale Medien erreicht die Kampagne die definierten Zielgruppen, um diese in die Elbstadt zu locken. Neben der neuen Landingpage www.visit-magdeburg.de, die eigens für die Imagekampagne entwickelt wurde, werden Infoscreens, Fahrgast TV und digitale CLPs in überregionalen Großstädten, wie Berlin, Potsdam, Leipzig und Hannover, bespielt. Das 9-Euro-Ticket gab den Ausschlag zur Fokussierung auf frequenzstarke Bahnhöfe. Neben diesen Maßnahmen erfolgt die Kommunikation über Display Ads, YouTube Prerolls, Video-im-Banner-Ads und Social Media Ads. Die Kampagne ist auf mindestens zwei Jahre

angelegt und wird mit Mitteln aus dem Corona-Sondervermögen des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt gefördert.

Die Webseite der Imagekampagne ist über den folgenden Link zu erreichen:
www.visit-magdeburg.de

Hintergrund: Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH

Die Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH wurde 1999 zur Vermarktung der Stadt Magdeburg und ihrer touristischen Attraktionen und Einrichtungen gegründet. Insgesamt sind über 30 Mitarbeitende für das Unternehmen tätig, davon mehr als die Hälfte an den drei Standorten der Tourist Information.

Die Magdeburg Marketing nimmt für die Landeshauptstadt Magdeburg die Aufgaben des Destinationsmanagements und -marketings wahr. Hauptanliegen ist es, die Attraktivität Magdeburgs nach außen hin zu vermitteln, Besucherzahlen zu steigern und insgesamt zu einer positiven Umsatzentwicklung in der Hotellerie, im Einzelhandel, in der Gastronomie und in zahlreichen anderen Dienstleistungsbranchen beizutragen, die allesamt von Tagesbesuchern und Übernachtungsgästen profitieren. Dazu wird in- und ausländischen Touristen eine umfassende Betreuung vor Ort sowie ein breites Angebot touristischer Erlebnisse, wie bspw. Stadtführungen, Stadtrundfahrten im Doppeldeckerbus oder Schiffstouren über die Elbe, geboten.

Die Landeshauptstadt Magdeburg ist mit 66,8 Prozent Hauptgesellschafter. Minderheitsgesellschafter mit jeweils 8,3 Prozent sind die Stadtsparkasse Magdeburg, die Interessengemeinschaft Innenstadt e. V., die Ströer Media Deutschland GmbH und der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Sachsen-Anhalt e. V.