

Hintergrund:

Die Ottostadt. Ein neues Image für Magdeburg

Die Landeshauptstadt Sachsen-Anhalts besinnt sich auf ihr historisches Erbe und präsentiert sich der Öffentlichkeit von nun an als Ottostadt. Der neue Name verleiht Magdeburg ein starkes Image mit hohem Wiedererkennungswert – und sorgt so für hohe Aufmerksamkeit.

Seit dem 2. Februar 2010 präsentiert sich die Elbe- und Domstadt der Öffentlichkeit mit einer neuen Dachmarke: „Ottostadt Magdeburg“. Mit dem neuen Namen möchte die Landeshauptstadt Sachsen-Anhalts im nationalen Rahmen auf sich aufmerksam machen. Denn das war ihr bislang gelungen. Eine repräsentative Umfrage hatte 2005 ergeben, dass Magdeburg außerhalb von Sachsen-Anhalt weitgehend unbekannt ist. Auf einer Reihe von Marketingkonferenzen wurde daher beschlossen, eine neue Werbekampagne ins Leben zu rufen, mit der das Image der Stadt weiterentwickelt werden kann. Im Jahr September 2009 stimmte Magdeburgs Stadtrat dann der Umsetzung des ausgewählten Kampagnenansatzes als Ottostadt zu.

Die Kampagne erfindet die Stadt nicht neu, sondern setzt gezielt auf Persönlichkeiten und Traditionen, die Magdeburg bis heute prägen. Otto der Große und Otto von Guericke sind die beiden großen historischen Persönlichkeiten, die den Besuchern schon jetzt an vielen Orten in der Stadt begegnen. Magdeburg ist bereits Otto. Und die beiden Ottos verleihen Magdeburg ein Stück Einzigartigkeit und Alleinstellung im Konkurrenzkampf der deutschen Städte um die Aufmerksamkeit von Investoren und Touristen. Magdeburg hat einen Dom – den haben Köln und Freiburg aber auch. Magdeburg liegt an der Elbe, genauso wie Dresden und Hamburg. Aber weder Köln, Freiburg, Dresden und Hamburg haben zwei Ottos, die die Geschichte und Gegenwart der Stadt so maßgeblich beeinflusst haben. Kurz, der eigentliche Markenkern Magdeburgs heißt Otto, nicht Dom oder Elbe. Von daher ist es nur konsequent, Magdeburg mit der Marke Ottostadt ein ungewöhnliches und aufmerksamkeitsstar

kes Image zu geben, das sich gleichzeitig aus der Geschichte einerseits und dem Verständnis der Stadt als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort andererseits, speist.

Magdeburg will mit der neuen Kampagne neugierig machen: auf seine Geschichte, auf die Lebensqualität in der zweitgrünsten Stadt deutschlandweit, auf seine Wirtschaftskraft und auf seine Wissenschaftslandschaft mit der im Verhältnis zur Einwohnerschaft höchsten Akademikerquoten in ganz Deutschland. Die Stadt möchte, dass alle, die neugierig geworden sind, in die Ottostadt kommen: als Gäste, als Studierende, Wissenschaftler, Unternehmer oder Investoren – und bleiben. Das ist das eines der beiden Hauptziele, das mit der Imagekampagne erreicht werden soll.

Zum anderen verfolgt die Kampagne als zweites Ziel, dass sich die Magdeburgerinnen und Magdeburger noch stärker mit ihrer Stadt identifizieren. Da ist es ein gutes Zeichen, dass die Magdeburgerinnen und Magdeburger seit Bekanntwerden des neuen Kampagnennamens lebhaft über die Ottostadt diskutieren. Viele Einwohner haben sich schon vor dem Kampagnenstart mit Herkunft und Zukunft ihrer Stadt im Zeichen Ottos auseinandergesetzt. Diesen fruchtbaren Boden nutzen nun ihrerseits viele Institutionen und Persönlichkeiten, um sich mit dem Thema Otto auseinanderzusetzen. So bietet etwa die städtische Volkshochschule Magdeburg in diesem Jahr eigens Seminare zum Thema „Otto“ an, bekannte Persönlichkeiten wie die Leichtathletin Nadine Kleinert oder Moderator Stephan Michme engagieren sich als Botschafter für die Ottostadt. Des Weiteren wird es „ottorisierte“ Stadtführungen in Magdeburg geben, und eine „Otto-Theaterserie“ ist in Planung. Die Beispiele zeigen, dass Magdeburgs neue Kampagne so facettenreich wie die Stadt selbst ist. Auch weil sie von vielen gesellschaftlichen Gruppen der Ottostadt getragen wird und sie fortan alle Bürgerinnen und Bürger einladen möchte, sich mit eigenen Ideen und Projekten an der neuen Dachkampagne zu beteiligen.

Weitere Informationen über die Kampagne der Ottostadt Magdeburg finden Sie im Internet unter www.ottostadt.de sowie unter www.magdeburg.de.

Mit ihren Fragen können Sie sich auch gern an die Pressestelle im Büro des Oberbürgermeisters oder das Pressebüro der Ottostadt Magdeburg wenden, die Ihnen gerne auch Informationen und Bildmaterial zukommen lassen.

Pressekontakt:

Landeshauptstadt Magdeburg Michael Reif stellv. Pressesprecher Tel. (0391) 540 27 17 E-Mail: presse@ob.magdeburg.de	Redaktionsbüro Ottostadt Thorsten Sperlich Scholz & Friends Agenda da Tel. (030) 700 186 712 E-Mail: thorsten.sperlich@s-f.com	Laura Schlotthauer Scholz & Friends Agenda Tel. (030) 700 186 710 E-Mail: laura.schlotthauer@s-f.com
---	--	--