

Magdeburgs

**Bewerbung
um den Titel**

20

25

**Kulturhauptstadt
Europas**

**2020
2019
2018
2017
2016**



DIE VORGESCHICHTE

Kaum war die letzte deutsche Kulturhauptstadt Europas, Essen/Ruhr 2010, erfolgreich beendet, begab sich Magdeburg bereits in die Startlöcher, ihre Nachfolge anzutreten: Schon 2011 beschloss der **Stadtrat einstimmig** die Teilnahme an diesem einzigartigen Stadtentwicklungsprojekt, das Magdeburg nachhaltig weiterentwickeln sollte. Zu dieser frühen Entscheidung trug auch die Annahme bei, Deutschland würde zum nächsten Mal im Jahre 2020 eine Kulturhaupt Europas stellen.

Zum Koordinator dieser ersten Phase der Bewerbung wurde das Forum Gestaltung e.V. berufen. Unter seiner Federführung entstand eine intensive Kampagne unter dem Motto „**Magdeburg sein, Kulturhauptstadt werden**“. Zur Aktivierung und Involvierung der Stadtgesellschaft wurden u.a. neue künstlerische Formate ausprobiert, der Film „Magdeburg sein“ produziert und die Jüdischen Kulturtage als neues Festival etabliert. Mit der „Kulturnacht“ entstand zudem eine neue Stufe der Zusammenarbeit der vielfältigen städtischen Kulturakteur*innen, die das Kulturangebot der Stadt nachhaltig erweiterte.

2014 beschlossen Europäisches Parlament und Europarat Änderungen im Auswahlverfahren um den Kulturhauptstadt-Titel. Die inhaltlichen und formalen Kriterien des Auswahlverfahrens wurden neu definiert. In der nunmehr festgelegten Reihenfolge der Länder, die in den Jahren von 2020 bis 2033 Kulturhauptstädte stellen sollten, wurde Deutschland (gemeinsam mit Slowenien) für **2025** vorgesehen. Der Titel sollte fünf Jahre vor dem Titeljahr, also in 2020, verliehen werden. Die Vorauswahl der Kandidatenstädte war für 2019 geplant; drei Jahre davor wiederum sollten die Kandidatenstädte nach Empfehlung der EU professionelle Bewerbungsteams etablieren.

2016

AUFBRUCH

SCHWERPUNKTE

Magdeburg stellte sich der Herausforderung konsequent und professionell. 2016 engagierte die Stadt das internationale **Berater*innen-Team** Acultos (später: Inside Track), das aus erfahrenen Kulturhauptstadt-Macher*innen besteht: zwei Mitglieder des Kulturhauptstadt-Teams Essen/Ruhr 2010 sowie einem Mitglied des Kulturhauptstadt-Teams Liverpool 2008. Inside Track begleitete die Bewerbung Magdeburgs bis zum Ende des Verfahrens in 2020.

Im Sommer 2016 rief die Stadt zur Bildung von thematischen **Beiräten** auf, welche erste Inhalte für die Bewerbung erarbeiten sollten. Entsprechend den von der EU vorgegebenen Bewerbungskriterien beschäftigten sie sich mit den Themen „Identität und historisches Erbe“, „Cultural Mapping, Partizipation und Digitalisierung“, „Internationalität und kulturelle Diversität“, „Stadtentwicklung und neue Urbanität“, „Künstlerische Vision“. Rund 70 Kulturschaffende und Bürger*innen folgten dem Ruf und engagierten sich für die Bewerbung. Bis Mai 2017 erarbeiteten sie Thesenpapiere und Konzepte, welche in der Folge zur Grundlage für das Bewerbungskonzept wurden.

Im Herbst 2016 beschloss die Stadt die Aufstellung eines **Bewerbungsbüros** und folgte damit den Empfehlungen der EU. Das Bewerbungsbüro wurde in den Fachbereich Kunst und Kultur unter Federführung des Beigeordneten für Kultur, Schule und Sport, Prof. Matthias Puhle, eingegliedert. Der Leiter des Bewerbungsbüros nahm im November seinen Dienst auf.

Bereits zum Jahresende fand ein erstes Treffen aller Beiräte mit dem Bewerbungsbüro statt, bei dem der Leiter die Ziele sowie die zeitliche Planung des Bewerbungsprozesses darlegte.



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Das Gewinnen möglichst vieler Bürger*innen und Akteur*innen für die Unterstützung der Bewerbung ist integraler Bestandteil des Prozesses. In diesem Sinne sorgte das Bewerbungsbüro während der gesamten Bewerbungsphase kontinuierlich für Möglichkeiten des Austauschs und der gemeinsamen Ideenentwicklung. Dafür organisierte es unterschiedlichste Formate und nahm an verschiedensten öffentlichen Veranstaltungen teil.

In 2016 war es u.a. mit einem Informationsstand beim Rathausfest vertreten.

STRUKTUR

Nach dem Stadtratsbeschluss über die Aufstellung eines Bewerbungsbüros wurden drei Stellen ausgeschrieben: Die Stellen für Verwaltung/Haushalt und für Kommunikation/ Marketing wurden im Sommer, die Stelle der Projektleitung im Herbst besetzt.

2016 BUDGET



BUDGETBERICHT EUROPÄISCHE KULTURHAUPTSTADT 2025

Monatsbericht für Jan - Dez 2016

| | Haushaltsplan | Ausgaben |
|---|-------------------|-------------------|
| Dienstaufwendungen für sonstige Beschäftigte | -34.000 € | -48.876 € |
| Beitr. gestz. SozVers. Dienstaufw. sonst. Beschäf. | -1.500 € | |
| Aufwendungen für Mieten und Pachten | -7.000 € | |
| Unterhaltung des sonst. beweglichen Vermögens | -1.000 € | -1.052 € |
| Besondere Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen | -113.000 € | -133.494 € |
| Lieferskonti | | 12 € |
| Aufwendungen für Dienstreisen | -2.000 € | -615 € |
| Bürobedarf/Fernmelde/GEZ/Bekanntmachungen | -13.000 € | -1.255 € |
| Erst.verb.Untern. - sonst. luK-Leistungen | | -19 € |
| Weitere sonst. Aufwendungen aus lfd. Verw.Tätigkeit | -26.500 € | -11.000 € |
| Summe | -198.000 € | -196.300 € |

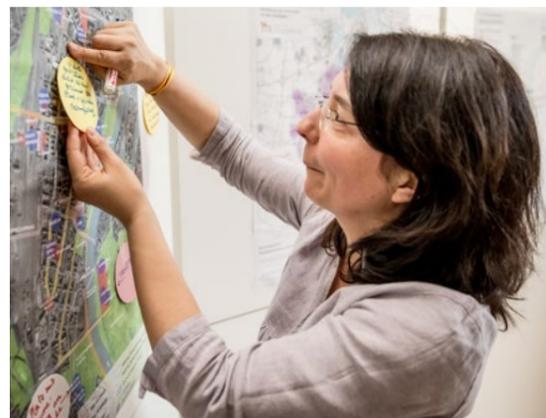


2017

AUSTAUSCH

SCHWERPUNKTE

Die **Abschlusspräsentation der Beiräte** vor dem Kulturdezernat am 15. Mai 2017 bedeutete einen vorläufigen Höhepunkt der Konzeptentwicklung für die Bewerbung. Zuvor hatten die Beiräte regelmäßig und unter Teilnahme des Bewerbungsbüros getagt um ihre Ideen- und Thesenpapiere zu entwickeln. Die Mitglieder des Beirats „Identität und historisches Erbe“ hatten sogar einen öffentlichen Workshop im kulturhistorischen Museum veranstaltet, in denen sie ihre Thesen in einem größeren Teilnehmer*innenkreis zur Diskussion stellten.



Das Bewerbungsbüro verstetigte den Austausch mit den Beiräten durch einen monatlichen „Beiratsstammtisch“, um die Mitglieder in die weitere Konzeptentwicklung zu involvieren. Sowohl die Abschlussberichte als auch die interdisziplinären Gespräche trugen maßgeblich zur Entwicklung des Bewerbungskonzepts bei.



Einen ersten **Konzeptentwurf** präsentierten der Beigeordnete für Kultur, Schule und Sport und ein Mitglied des Internationalen Beraterteams im Mai dem Stadtrat. Sämtliche Fraktionen bestätigten daraufhin einstimmig ihre Unterstützung. Die Schwerpunkte des Konzeptes wurden anschließend auch in zahlreichen öffentlichen und bilateralen Gesprächen vorgestellt und diskutiert.





Von Anfang an legte das Bewerbungsbüro großen Wert darauf, die Bürger*innen durch unterschiedliche Kommunikations- und Begegnungsformate einzubinden – sei es als Macher*innen, Ideengeber*innen oder Interessent*innen. Ein Meilenstein war dabei die Eröffnung des „Kubus2025“ im April. Er diente bis zum Ende der Bewerbungsphase als Ort für Diskussionen und Begegnungen im Zusammenhang mit der Bewerbung.

Im Jahr 2017 fanden u.a. **öffentliche Gespräche** mit Manager*innen ehemaliger Kulturhauptstädte – Ulrich Fuchs (stellvertretender Intendant von Linz 2009,

Generaldirektor von Marseille-Provence 2013 und Vorsitzender der Kulturhauptstadt-Jury in 2017) und Katarzyna Mlynczak-Sachs (Projektmanagerin von Wrocław 2016) – statt.

Zudem bot der Kubus2025 Platz für **thematische Workshops** zur Konzeptentwicklung: im April mit Vertreter*innen der freien Kulturszene, im Juli mit Akteur*innen aus der Kreativwirtschaft unter Mitwirkung der lokalen Firma „Initialzündler“. Auch das Kulturfrühstück, eine regelmäßige Vernetzungsveranstaltung der freien Szene, konnte im Kubus2025 durchgeführt werden.

Auch außerhalb des Kubus2025 nahm das Bewerbungsbüro an Diskussionen und **Austausch** mit unterschiedlichsten Akteur*innen teil. So wurde das vorläufige Bewerbungskonzept im Rahmen zahlreicher öffentlicher Gespräche und Präsentationen mit Verbänden und Vereinigungen wie z.B. dem Rotary Club, der evangelischen und katholischen Kirche, den GWAs, der IG Innenstadt, dem Verband der Reiseführer, den Kreisverbänden und Arbeitsgruppen von Parteien usw. diskutiert. Zudem beteiligte sich das Bewerbungsbüro regelmäßig an den monatlichen Treffen des Netzwerks der freien Szene „Forum der Subkulturen“. Die Magdeburger Schulen wurden mit einem

Rundbrief über den Bewerbungsprozess informiert. Die Strukturen des Austausches mit der **Kulturpolitik** wurden weiter verstetigt. Ab 2017 nahm das Bewerbungsbüro regelmäßig an den Sitzungen des Kulturausschusses teil und berichtete über den Stand des Projekts. Die Klausursitzung des Kulturausschusses im Kloster Michaelstein fand im Sommer 2017 unter dem Themenschwerpunkt „Kulturhauptstadt Europas“ statt. Auch mit dem Kulturhauptstadt-Beauftragten der Staatskanzlei/ Ministerium für Kultur Sachsen-Anhalt konnte ab 2017 ein regelmäßiger Austausch etabliert werden.



Im Zeichen der Bewerbung Magdeburgs um den Kulturhauptstadt-Titel fanden 2017 zahlreiche **Veranstaltungen** statt:

Im Mai initiierte das Bewerbungsbüro erstmalig in Magdeburg den Europäischen Nachbarschaftstag, eine jährliche, europaweite, niederschwellige Veranstaltung zur Begegnung von Bürger*innen.

Als Auftaktveranstaltung des dreijährigen internationalen Projekts „We are Europe“ organisierten die „Stiftung Zukunft Berlin“ und das Bewerbungsbüro im September eine zweitägige internationale Konferenz über Europa. An der Konferenz und den zugehörigen Workshops nahmen neben lokalen Akteur*innen auch 20 Journalist*innen sowie Kulturschaffende – unter anderem Referent*innen aus anderen Kulturhauptstädten Europas – aus ganz Europa teil.

Im Oktober verwirklichte das Theater Magdeburg gemeinsam mit dem Ausschuss der Regionen ein Begleitprogramm zur Unterstützung der Bewerbung unter dem Titel „Kulturraum Europa – Perspektiven für 2025“.

Erstmals in der Geschichte der Kulturhauptstädte fand während des gesamten Prozesses ein regelmäßiger Austausch der Bewerberstädte statt. Er begann 2017 mit zwei gemeinsamen Konferenzen: im Juni in Hildesheim und im September in Dresden. In Dresden lud Magdeburg die Bewerberstädte aus Deutschland und Slowenien zum ersten internationalen Treffen für März 2018 nach Magdeburg ein.



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Über die genannten öffentlichen Gespräche und Veranstaltungen hinaus war das Bewerbungsbüro auf den großen Veranstaltungen Magdeburgs und der Region präsent: auf dem Rathausfest, dem Europafest, dem Festival „Opus Aquanett“ des Kulturanker e.V.. Allein am Sachsen-Anhalt-Tag in Eisleben führte das Bewerbungsbüro rund 350 Gespräche mit Besucher*innen.

Im September wurden die ersten Ideen und Ansätze des Bewerbungskonzeptes in der ständigen Vertretung Sachsen-Anhalts in Brüssel im internationalen Rahmen präsentiert.

Unter Federführung des Dezernats für Wirtschaft, Tourismus und Regionale Zusammenarbeit nahm die Landeshauptstadt Magdeburg 2017 erstmalig mit einem eigenen Stand an der Leipziger Buchmesse teil. Bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie 2020 war das Bewerbungsbüro jedes Jahr mit Marketingmaterialien und Veranstaltungen auf dieser internationalen Messe präsent.

Zur gemeinsamen Verabschiedung des Jahres und zum Ausblick in die Zukunft lud das Bewerbungsbüro sämtliche Interessent*innen im Dezember in den Kubus2025 ein. Im Rahmen der Veranstaltung wurde die temporäre Lichtkunstinstallation des lokalen Künstlers Oliver Scharfbier „Advent und leere Disco“ präsentiert.

STRUKTUR

Es wurde schnell deutlich, dass die Komplexität und die Interdisziplinarität des Bewerbungsprozesses sowie zahlreiche nicht vorhergesehene Aufgaben die Kapazitäten der drei Mitarbeitenden überstiegen. In Abstimmung mit dem Beigeordneten für Kultur, Schule und Sport wurden daher drei freie Mitarbeiter*innen auf Honorarbasis beschäftigt, die folgende Aufgabenschwerpunkte übernahmen: Künstlerische Leitung des Kubus2025, Öffentlichkeitsarbeit und Involvierung der Bürger*innen sowie Regionale Netzwerkarbeit und Konzeptentwicklung im Bereich der Kreativwirtschaft.

Ab Oktober war zudem die Stelle für Kommunikation/Marketing vakant, sodass diese Aufgaben vorübergehend von einem weiteren freien Mitarbeiter übernommen wurden.

Am Ende des Jahres wurden Stellen für Kommunikation/Marketing, Projektmanagement und Projektkoordination neu ausgeschrieben.

2017 BUDGET

BUDGETBERICHT EUROPÄISCHE KULTURHAUPTSTADT 2025

| Monatsbericht für Jan - Dez 2017 | Haushaltsplan | Ausgaben |
|---|-------------------|-------------------|
| Dienstaufwendungen für sonstige Beschäftigte | -79.000 € | -90.136 € |
| Beitr. gestz. SozVers. Dienstaufw. sonst. Beschäf. | -1.500 € | |
| Aufwendungen für Mieten und Pachten | -7.000 € | |
| Erwerb geringwertiger Vermögensgegenstände für TB | | -1.045 € |
| des sonst. beweglichen Vermögens | -1.000 € | -85 € |
| Besondere Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen | -169.000 € | -169.795 € |
| Lieferskonti | | 0 € |
| Aufwendungen für Dienstreisen | -3.000 € | -4.934 € |
| Bürobedarf/Fernmelde/GEZ/Bekanntmachungen | -17.000 € | -2.244 € |
| Erst.verb.Untern. - sonst. IuK-Leistungen | | -964 € |
| Weitere sonst. Aufwendungen aus lfd. Verw.Tätigkeit | -28.500 € | -5.233 € |
| Summe Aufwendungen | -306.000 € | -274.436 € |



2018

VERNETZUNG

SCHWERPUNKTE

2018 markierte den **offiziellen Auftakt** des Kulturhauptstadt-Wettbewerbs: Im September 2018 erklärte die Kulturstiftung der Länder, welche als „Managing Authority“ die Koordination des Wettbewerbs in Deutschland übernommen hatte, in Berlin den Beginn des nationalen Auswahlverfahrens. Im Rahmen einer zweitägigen Auftaktveranstaltung am 15./16. Oktober im Europäischen Haus in Berlin präsentierten sich die deutschen Bewerberstädte im Pecha-Kucha-Format, erhielten zahlreiche Informationen zum weiteren Prozess und den ersten entscheidenden Termin: Die Abgabe des ersten Bewerbungsbuches sollte bis 30. September 2019 erfolgen.

Insofern stand für das Bewerbungsbüro 2018 die **Arbeit am Bewerbungskonzept** im Fokus. Bereits zu Beginn des Jahres wurden der vorläufige Leitgedanke „Responsibility“ sowie die Schwerpunktthemen der Bewerbung in einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt. Nun galt es, das Konzept der Bewerbung zu konkretisieren und bestimmte Schwerpunktthemen mit potentiellen Projektträger*innen und Partner*innen sowie mit interessierten Bürger*innen zu diskutieren.

Eine große Rolle kam dabei wiederum dem Kubus2025 zu, der sich zunehmend als offizieller Ort der Kulturhauptstadt-Bewerbung etablierte. Insbesondere die monatlichen öffentlichen **Kulturgespräche** boten eine Plattform für Ideen, Synergien und Kooperationen

rund um die Bewerbung. Unter dem Titel „Mitdenken, diskutieren, mitmachen“ wurden unterschiedlichste Akteur*innen aus verschiedensten Bereichen eingeladen, mit dem Bewerbungsbüro und interessierten Bürger*innen ins Gespräch zu kommen. Insgesamt fanden 2018 elf Kulturgespräche zu Themen wie Belebung der Innenstadt, Medienkompetenz, Forschung und Wissenschaft, Kulturelle Bildung, Grüne Stadt, Religion sowie Sport und Kultur statt. Im letzten Kulturgespräch des Jahres 2018 wurde die Kulturstrategie 2030 diskutiert.

Neben den öffentlichen Gesprächsrunden fanden zahlreiche **Arbeitstreffen** mit potentiellen Projektträger*innen, Akteur*innen und weiteren Partner*innen aus dem Kulturbereich aber auch aus dem sozialen und wissenschaftlichen Sektor statt, bei denen an der Weiterentwicklung und Schärfung des Konzeptes gearbeitet wurde. Diese fanden wiederholt u.a. mit Vertreter*innen der Freien Szene, den Sozio-Kulturellen Zentren sowie dem Integrationsbeirat, dem Seniorenbeirat und den Quartiersmanager*innen statt. Hervorzuheben ist dabei ein ganztägiger Workshop mit Mitgliedern der Freien Szene, der am 6.12. im Forum Gestaltung stattfand und mit Unterstützung von Herbert Beesten (Förderverein der Schriftsteller e.V.) organisiert wurde. Insgesamt nahmen etwa 60 Freischaffende, Künstler*innen, Kulturschaffende und Interessierte teil.



Um auf den wiederholt laut werdenden Wunsch nach weniger Bürokratie bei der Vergabe von Fördermitteln einzugehen, rief das Bewerbungsbüro freie Kulturschaffende zum Ende des Jahres unter dem Motto „EinfachMACHEN!“ zur Einreichung von Projektanträgen auf Basis einer für Magdeburg neuartigen, unbürokratischen Ausschreibung auf. Damit sollten im Folgejahr Projekte auf dem Weg zur Kulturhauptstadt mit insgesamt bis zu 75.000€ unterstützt werden.

Eine ebenso große Rolle spielte weiterhin der Austausch mit den **Bürger*innen**. Durch die personelle Erweiterung des Bewerbungsbüros konnten 2018 eine Kommunikations- und Marketingstrategie entwickelt und zahlreiche Veranstaltungen, Gesprächsrunden, Vorträge und Präsentationen durchgeführt werden. Von großer Hilfe war dabei die Zusammenarbeit mit dem Verein **Magdeburger KINDness e.V.**, der sich während des gesamten Bewerbungsprozesses als Unterstützerverein engagierte. 2018 entwickelte er –

gewissermaßen als Testphase für das spätere Kulturhauptstadtjahr – ein kleines Freiwilligenprogramm, mit dem er zahlreiche Veranstaltungen begleitete. Wertvolle Hilfestellung gab dabei die Freiwilligenagentur Magdeburg, welche bereits über umfangreiche Erfahrungen mit der Koordination von ehrenamtlichem Engagement verfügte und als wichtige Partnerin für das Freiwilligenprogramm der Kulturhauptstadt gewonnen werden konnte.

Im Frühjahr konzipierte das Bewerbungsbüro eine niedrigschwellige **Umfrage** zur Zufriedenheit der Bürger*innen mit ihrem Stadtteil, ihren kulturellen Interessen und ihren Ideen für Verbesserungen. Sie wurde u.a. bei Veranstaltungen in Form von Postkarten in Umlauf gebracht und stand zudem digital auf der Website zur Verfügung. Insgesamt beteiligten sich knapp 750 Personen aus sämtlichen Stadtteilen und jeden Alters an der Umfrage. Mit weiteren 200 Personen führte der Unterstützerverein Magdebur-



Wichtiger Bestandteil eines Bewerbungsprozesses ist der fachliche Austausch und die Vernetzung mit **früheren, aktuellen und werdenden Kulturhauptstädten**. In diesem Sinne wurde der bereits begonnene Austausch unter den Bewerberstädten mit der Konferenz „**under construction**“ in Magdeburg fortgesetzt. Vom 22. bis 24. März 2018 kamen Vertreter*innen aus den deutschen und slowenischen Bewerbungsbüros Chemnitz, Dresden, Hannover, Hildesheim, Lendava, Ljubljana, Magdeburg, Nova Gorica, Nürnberg und Zittau zusammen. Im Fokus des dreitägigen Treffens standen Vorträge und Diskussionsrunden über die europäische Dimension des Wettbewerbs und die Gestaltungsmöglichkeiten Europas. In einer eigens hierfür konzipierten Stadtrundfahrt wurde den deutschen und slowenischen Gästen Magdeburg von einer unkonventionellen Seite gezeigt. Vom 24. bis 26. Mai 2018 besuchte das Bewerbungsbüro als Teil einer offiziellen Delegation des Oberbürgermeisters die amtierende Kulturhauptstadt der Niederlande, **Leeuwarden**. In Arbeitstreffen, informativen Stadtrundgängen und Besuchen prägender Kulturhauptstadt-Orte konnten die Vertreter*innen Magdeburgs mit Mitarbeiter*innen

des Leeuwardener Teams ins Gespräch kommen und so wertvolle Anregungen für die eigene Bewerbung gewinnen.

Im November erfolgte ein Schulterschluss mit der **Wirtschaft**. Mehr als 50 Wirtschaftsunternehmen aus Magdeburg und Umgebung wurden zu einem Wirtschaftstreffen am 7. November in das Gesellschaftshaus eingeladen. 36 Unternehmen folgten der Einladung, darunter SWM, Sparkasse, ÖSA, MDCC, MMKT, Mediengruppe Magdeburg, Stadtmarketing „Pro Magdeburg“, WOBAU, IG Innenstadt, IHK, MVB, MWG. Im Rahmen des Wirtschaftstreffens wurde über die Ziele und den Nutzen der Kulturhauptstadtbewerbung für die Wirtschaft sowie die Bedeutung der Kultur für eine nachhaltige Stadtentwicklung gesprochen. Rund 50 Unterstützer*innenschreiben zeugten im Nachgang von einer stärkeren Wahrnehmung und Unterstützung der Bewerbung seitens der Wirtschaft. Die rund 350 Mitglieder des Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V. bekundeten geschlossen ihre Unterstützung. Sie alle fanden im ersten Bewerbungsbuch als Nachweis des Supports der lokalen Wirtschaft Erwähnung.

ger KINDness e.V. Tiefeninterviews zur Zufriedenheit in den Stadtteilen. Mit erweiterten und an die jeweiligen Zielgruppen angepassten Umfragebögen wurden zudem in Kooperation mit dem Amt für Statistik, der Otto-von-Guericke-Universität, der Hochschule Magdeburg-Stendal sowie 12 weiterführenden Schulen Studierende und Schüler*innen zu ihren kulturellen Interessen und der Wahrnehmung bzw. Attraktivität der Stadt Magdeburg befragt. Rund 530 Studierende und 2.300 Schüler*innen nahmen an der Befragung teil. Insgesamt haben so im Jahr 2018 ca. 3.900 Personen an den verschiedenen Umfragen teilgenommen. Die Ergebnisse der Befragungen lieferten wichtige Informationen und Anregungen für die weitere Ausarbeitung des Konzeptes, insbesondere mit Blick auf die jungen Zielgruppen.

Auch die Kommunikation innerhalb der **Stadtverwaltung** und der verschiedenen Gremien und Ausschüsse sowie innerhalb des **Landes** nahmen an Bedeutung zu. So fand am 19. Februar eine Besprechung von Oberbürgermeister Dr. Lutz Trümper und Staatsminister Rainer Robra über die Teilnahme des Landes in der Bewerbungs- und Kulturhauptstadtphase statt. Ein Pilot-Workshop am 5. März, bei dem Vertreter*innen der Dezernate III, IV, VI und des Bewerbungsbüros über die Belebung der Innenstadt diskutierten, bildete den Startschuss für eine intensivere interdisziplinäre Zusammenarbeit verschiedener Abteilungen. Im November und Dezember wurde allen interessierten Stadtrats-Frakturen das aktuelle Bewerbungskonzept vor- und zur Diskussion gestellt.







ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Neubesetzung der Stelle Kommunikation/Marketing ermöglichte es, die Kommunikation der Kulturhauptstadt-Bewerbung in der Öffentlichkeit auf eine neue Stufe zu heben.

Das bundesweit ausgeschriebene und von einer Magdeburger Agentur umgesetzte Logo der Bewerbung konnte im März veröffentlicht werden. Damit einher ging eine niedrigschwellige Unterstützer-Kampagne unter dem Motto „MACHEN!“ mit dazugehörigem Community-Logo. Printprodukte in Form von Flyern informierten über die Bewerbung. Eine Plakataktion mit dem Motto „Wenn man nüscht macht, kommt ooch nüscht!“ zielte v.a. auf eine jüngere Zielgruppe ab.

Die Webseite www.magdeburg2025.de erhielt einen Relaunch, der es ermöglichte, tagesaktuell Neuigkeiten und Veranstaltung zu veröffentlichen. Die sozialen Netzwerke Twitter, Instagram und Facebook wurden aktiviert und bis zum Ende des Bewerbungsprozesses kontinuierlich nahezu täglich bespielt. Die Follower-Zahlen wuchsen stetig, sodass die Magdeburger Kanäle im Vergleich zu denen der anderen deutschen Bewerberstädte fast dauerhaft die höchstfrequentierten waren.

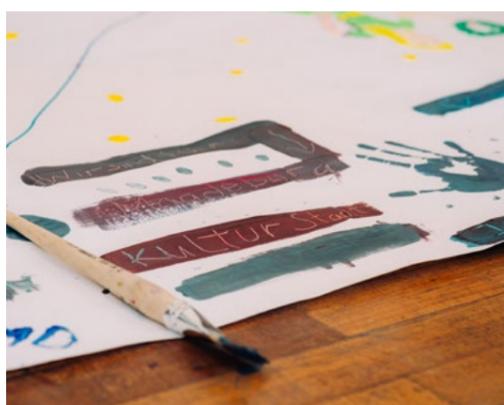
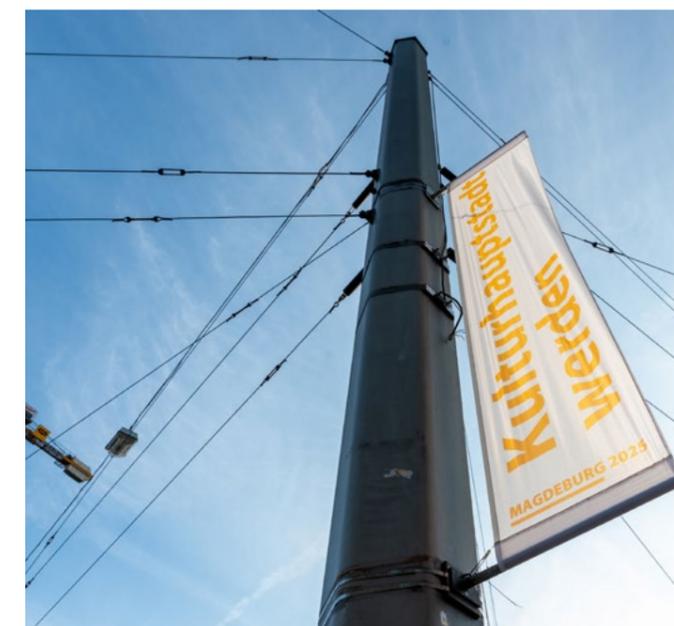
In der Volksstimme veröffentlichte das Bewerbungsbüro eine 14-tägige Kolumne, die über Inhalte und Prozess der Initiative Kulturhauptstadt Europas informierte.

An Veranstaltungen wie Girls' Day und Boys' Day, Tag der Nachbarn, Europafest, Lange der Nacht der Wissenschaft, Kulturnacht und Filmkunsttage Sachsen-Anhalt war das Bewerbungsbüro erneut vertreten.

STRUKTUR

Anfang 2018 konnten die neu ausgeschriebenen Stellen zur Erweiterung des Bewerbungsbüros besetzt werden. Neben dem Projektleiter waren ab Februar je eine Mitarbeiterin für Kommunikation/Marketing sowie Projektmanagement und ab April eine Mitarbeiterin für Projektkoordination tätig. Zudem wurde das Bewerbungsbüro weiterhin von drei freien Mitarbeiter*innen unterstützt.

Auch die Beratertätigkeit durch Inside Track wurde fortgesetzt und intensiviert. So gab es regelmäßige ganztägige Workshops und Arbeitstreffen. Darüber hinaus wurde eine Expertin für das Thema Audience Development auf Honorarbasis beauftragt, ein Grobkonzept für diesen zentralen Bereich zu erarbeiten und beratend zur Seite zu stehen.



2018 BUDGET

BUDGETBERICHT EUROPÄISCHE KULTURHAUPTSTADT 2025

| Monatsbericht für Jan - Dez 2018 | Haushaltsplan | Ausgaben |
|--|-------------------|-------------------|
| Dienstaufwendungen für sonstige Beschäftigte | -128.000 € | -129.701 € |
| Beitr. gestz. SozVers. Dienstaufw. sonst. Beschäf. | | |
| Aufwendungen für Mieten und Pachten | | |
| Erwerb geringwertiger Vermögensgegenstände für TB | -5.000 € | -346 € |
| Unterhaltung des sonst. beweglichen Vermögens | -5.000 € | |
| Aus- u Fortbildungsaufwendung, Umschulung | -1.800 € | -669 € |
| Besondere Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen | -109.000 € | -152.110 € |
| Lieferskonti | | 1 € |
| Zuschüsse an übrige Bereiche (allgemein) | -75.000 € | |
| Aufwendungen für Dienstreisen | -8.000 € | -3.502 € |
| Bürobedarf/Fernmelde/GEZ/Bekanntmachungen | -13.000 € | -3.797 € |
| Erst.verb.Untern. - sonst. luK-Leistungen | | -2.048 € |
| Weitere sonst. Aufwendungen aus lfd. Verw.Tätigkei | -43.000 € | -16.506 € |
| Summe Aufwendungen | -387.800 € | -308.678 € |



2019

VORAUSWAHL

SCHWERPUNKTE

Zu Beginn des Jahres wurden jene Projekte ausgewählt, welche im Rahmen der Aktion „**EinfachMACHEN!**“ eine Unterstützung in Höhe von jeweils bis zu 5000,- Euro erhalten sollten. Die Besonderheit der im Vorjahr veröffentlichten Ausschreibung bestand darin, dass bürokratische Hürden von der Antragstellung bis zur Projektabrechnung deutlich minimiert wurden und so auch unerfahrene oder neue Akteur*innen ermuntert wurden, Projektvorschläge einzureichen. Diese Herangehensweise erwies sich als sehr erfolgreich – insgesamt gingen 109 Projektanträge ein – und inspirierte das Kulturbüro bei der Überarbeitung seiner Fachförderrichtlinien. Für die Auswahl der Projekte wurde eine Jury, bestehend aus dem Bewerbungsbüro, der Fachbereichsleiterin Kunst und Kultur, den freien Mitarbeiter*innen sowie der studentischen Hilfskraft gebildet. Zunächst wurde geprüft, ob die Bewerber*innen die Kriterien der Ausschreibung erfüllten. Anschließend wurden die Projektideen diskutiert, wobei der innovative Ansatz sowie die Involvierung einer Vielzahl von Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft ausschlaggebend waren. Per Mehrheitsvotum wurden 13 Projekte von unterschiedlichen Akteur*innen, Initiativen und Vereinen ausgewählt, die ihre Vorhaben im Laufe des Jahres 2019 realisieren konnten.



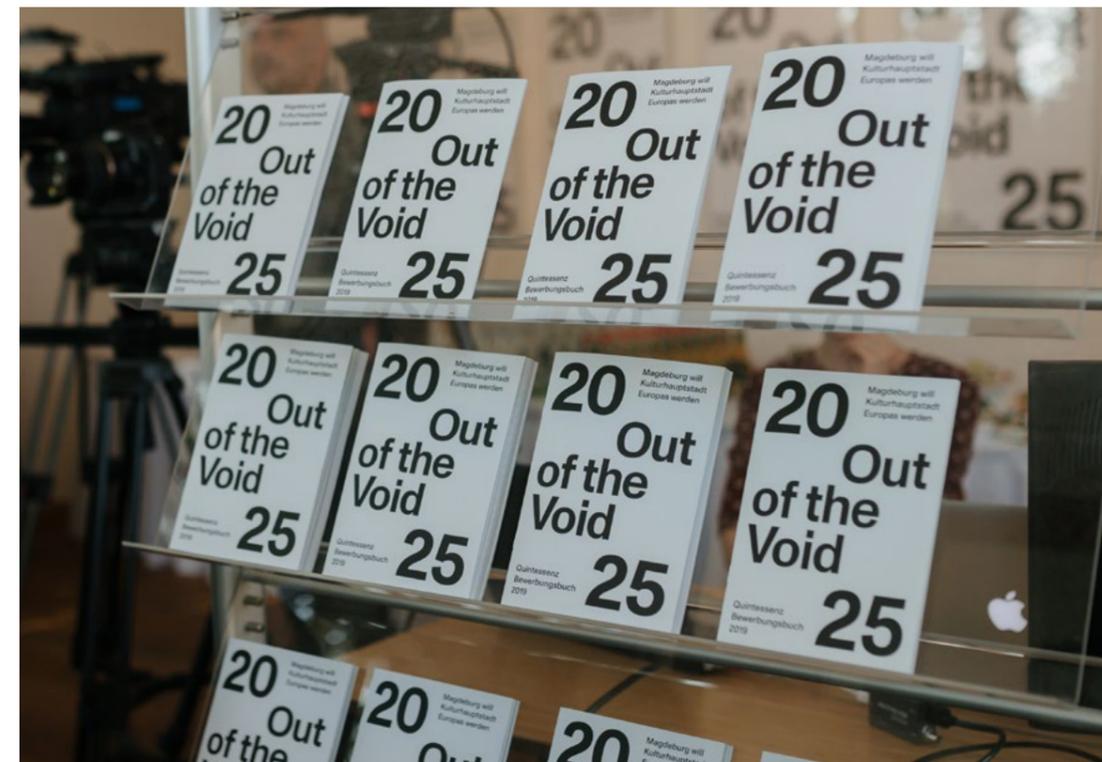
Das erste Halbjahr 2019 stand ganz im Zeichen der Erstellung des **ersten Bewerbungsbuches** und damit auch des Konzeptes der Magdeburger Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2025. Dazu wurden die in den Jahren zuvor erarbeiteten Beiratsberichte, die Impulse aus den Kulturgesprächen und die Ergebnisse aus den bilateralen Gesprächen mit Stakeholdern herangezogen. Daraus wurde das Motto „**Out of the Void**“ entwickelt. Es bezog sich auf die in den Beiratsberichten wiederholt festgestellte Leere im Stadtbild Magdeburgs, das zu stärkende kulturelle Profil der Stadt und den Verlust einer Stadtidentität durch die historischen Zerstörungen. Zudem war das Motto eine Reminiszenz an die Entdeckung des Vakuums durch Otto von Guericke – stellvertretend für die naturwissenschaftliche Tradition der Stadt.

Gemäß den inhaltlichen und formalen Kriterien der EU besteht das Bewerbungsbuch der Vorauswahl-Phase aus 38 Fragen, welche in Englischer Sprache auf maximal 60 DIN A4-Seiten beantwortet werden müs-

sen. Der **Fragenkatalog** unterteilt sich in die Bereiche „Contribution to the long-term strategy“ (Beitrag zur Langzeitstrategie), „Cultural and artistic content“ (Kulturelle und künstlerische Inhalte), „European dimension“ (Europäische Dimension), „Outreach“ (Erreichung und Einbindung der Gesellschaft), „Management“ und „Capacity to deliver“ (Umsetzungsfähigkeit).

Es galt, gemäß dem Motto der Bewerbung, die Herausforderungen und Bedarfe der Stadt herauszuarbeiten, um der Jury zu zeigen, wie der Kulturhauptstadttitel positiv auf die weitere Entwicklung der Stadt einwirken könnte. Zu speziellen Themen, etwa zu Outreach und Audience Development, fanden zudem Workshops unter Mitwirkung von Expert*innen statt. Für den Bereich „Cultural and artistic content“ nahm das Bewerbungsbüro erste Projektideen von lokalen Akteur*innen auf. Zudem entwickelte es (z.T. in Zusammenarbeit mit Kurator*innen) eigene Projekt-konzepte und gewann dafür lokale wie internationale Projektpartner*innen.





Für das Design und Layout des Bewerbungsbuches zeichnete nach einer öffentlichen Ausschreibung eine Berliner Agentur verantwortlich. Das Team entschied sich für eine einheitliche Bildsprache und beauftragte einen Magdeburger Fotografen, eine Bildserie anzufertigen, die das Motto "Out of the Void" widerspiegelt. Das Bewerbungsbüro reichte das erste Bewerbungsbuch fristgemäß zum **30. September 2019** bei der Kulturstiftung der Länder ein. Da es auf Englisch verfasst wurde, fertigte es zudem eine Broschüre auf Deutsch mit den Kerninhalten der Magdeburger Bewerbung für die Bürger*innen an.

Parallel zur Erstellung des Bewerbungsbuches galt es, ein Team von **Delegierten** auszuwählen, das die Magdeburger Bewerbung „Out of the Void“ vor der EU-Jury präsentierte und sich im Anschluss ihren Fragen stellte. Für die Auswahl der Delegierten sowie die

inhaltliche und formale Vorbereitung der Präsentation stand dem MD2025-Team das Beraterteam Inside Track zur Seite. In einer Reihe von Workshops wurde die Präsentation konzipiert und einstudiert sowie potentielle Jury-Fragen trainiert. Neben zwei Mitgliedern des Bewerbungsbüros und dem Oberbürgermeister bestand die Magdeburger Delegation aus der Intendantin des Theaters Magdeburg, der Besitzerin eines Concept Stores, einem freischaffenden Musiker, einer politischen Aktivistin, dem Gründer eines Start-Ups aus dem medizinischen und digitalen Bereich sowie einer Stadtteilmanagerin.

Die Jurypräsentation fand in Berlin am 11.12.2019 statt. Die Verkündung der Bewerberstädte, die es auf die Shortlist geschafft hatten, erfolgte einen Tag später im Rahmen einer Pressekonferenz. Magdeburg erhielt als erste Kandidatin das Ticket für die **zweite Runde**.





ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Kulturgespräche im Kubus2025 wurden monatlich fortgeführt – mit Themen wie Gemeinwesenarbeit, Vielfalt in der europäischen Kultur, Geschlechterrollenbilder, Esskultur und die 13 Projekte von EinfachMACHEN!. Weitere Kulturgespräche fanden vor Ort in den Stadtteilen und ihren soziokulturellen Zentren – Feuerwache, Volksbad Buckau und Moritzhof – statt. Hier wurde vor allem über das Projekt selbst informiert und Stimmen von Bürger*innen eingefangen.

Die im Rahmen der Aktion EinfachMACHEN! unterstützten Projekte wurden medial (auf der Homepage, den Social-Media-Kanälen und in der Volksstimme) begleitet.

Wie auch in den Jahren zuvor beteiligte sich Bewerbungsbüro am Girls' Day und Boys' Day, dem Europafest, der Langen Nacht der Wissenschaft, dem Tag der Nachbarn und den Filmkunsttagen.

Die Inhalte des Bewerbungsbuches „Out of the Void“ wurden ebenfalls der breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Neben der Pressekonferenz im Kubus2025 fanden eine Präsentation im Moritzhof, die gleichzeitig live gestreamt wurde, sowie eine Vorstellung beim Kreativsalon der Stadt Magdeburg statt. Am 1. Oktober wurde es offiziell auf der Pressekonferenz der Kulturstiftung der Länder in Berlin der überregionalen Presse und den Mitbewerberinnen präsentiert. Für interessierte Stadtratsfraktionen sowie für die Vertreter*innen der Fachbereiche und künstlerischen Eigenbetriebe der Stadt bot das Team MD2025 ebenfalls Präsentationen an.

Für alle Interessent*innen wurde die Infobroschüre „Quintessenz Bewerbungsbuch 2019“ mit den Kerninhalten der Bewerbung veröffentlicht.



STRUKTUR

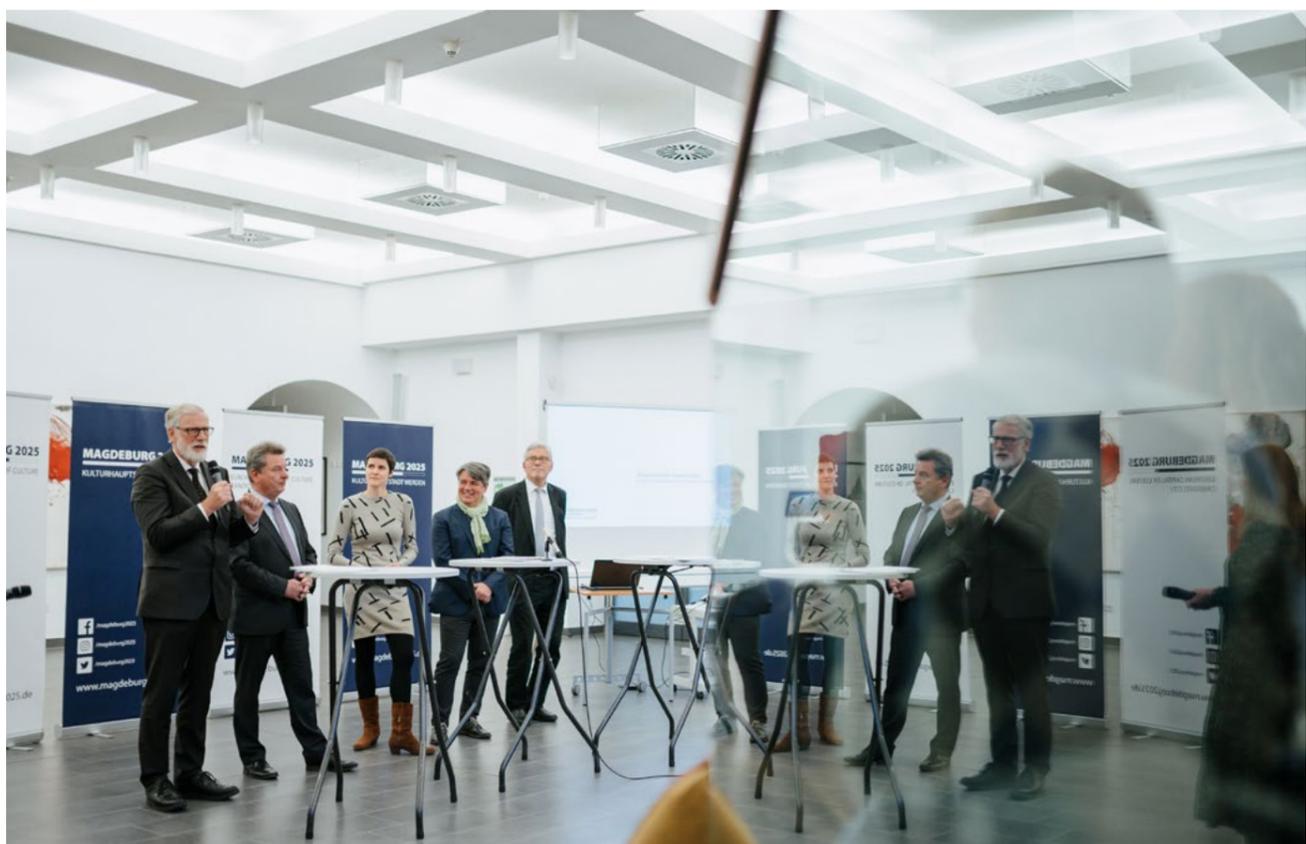
Um die Arbeit an der Bewerbung auch personell abzusichern, wurden zu Jahresbeginn zwei neue Kolleginnen eingestellt: für Projektkoordination und für Büroorganisation. Zudem wurde die Stelle Verwaltung/Haushalt im Herbst neu besetzt.

Das Bewerbungsbüro wurde weiterhin von drei freien Mitarbeiter*innen unterstützt.

Für die Erarbeitung spezieller Themen und Projekte wurden Honorarverträge mit Expert*innen geschlossen.

Die Öffentlichkeitsarbeit sowie das Marketing wurde von Honorarkräften unterstützt.







2019 BUDGET



BUDGETBERICHT EUROPÄISCHE KULTURHAUPTSTADT 2025

| Monatsbericht für Jan - Dez 2019 | Haushaltsplan | Ausgaben |
|--|-------------------|-------------------|
| Dienstaufwendungen für sonstige Beschäftigte | -176.488 € | -173.119 € |
| Beitr. gestz. SozVers. Dienstaufw. sonst. Beschäf. | | |
| Aufwendungen für Mieten und Pachten | | |
| Erwerb geringwertiger Vermögensgegenstände für TB | -5.000 € | -1.059 € |
| Unterhaltung des sonst. beweglichen Vermögens | -5.000 € | -339 € |
| Aus- u Fortbildungsaufwendung, Umschulung | | -1.161 € |
| Besondere Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen | -140.288 € | -155.842 € |
| Zuschüsse an übrige Bereiche (allgemein) | -50.588 € | |
| Aufwendungen für Dienstreisen | -10.000 € | -8.445 € |
| Bürobedarf/Fernmelde/GEZ/Bekanntmachungen | -10.000 € | -5.827 € |
| Erst.verb.Untern. - sonst. luK-Leistungen | -100 € | -1.154 € |
| Aufw. aus d. Einstellung in sonst. Rückstellungen | -125.000 € | -125.000 € |
| Weitere sonst. Aufwendungen aus lfd. Verw.Tätigkei | -10.000 € | -6.441 € |
| Summe Aufwendungen | -532.463 € | -478.387 € |



2020 FINALE

SCHWERPUNKTE



In Reaktion auf den im Januar 2020 veröffentlichten Jury-Report und mit der fachkundigen Unterstützung des Beraterteams Inside Track wurde das Konzept der ersten Bewerbungsrunde einer kritischen Prüfung unterzogen, geschärft, konkretisiert und europäischer gedacht. Nicht mehr die Herausforderungen Magdeburgs, sondern die kreativen Lösungsideen wurden in den Fokus gestellt; das Motto „Out of the Void“ wurde weiterentwickelt zu „**Force of Attraction**“. Insbesondere das künstlerische und kulturelle Programm, das eine zentrale Stellung im zweiten Bidbook einnahm, wurde maßgeblich ausgebaut. Für jedes der rund 40 Projekte wurden lokale und internationale Projektpartner*innen vernetzt, grobe Budgets und Zeitpläne entwickelt und ein europäischer Kontext formuliert. Mit rund 180 internationalen und rund 100 lokalen Partner*innen der verschiedensten Sparten wurde Magdeburgs Bewerbung von einer großen Breite an Akteur*innen aktiv unterstützt. Mit jeder*in von ihnen wurde im Vorfeld intensiv kommuniziert. So brachten u.a. die städtischen Kulturinstitutionen ihre Ideen in mehreren Workshops ein.

Die **Corona-Pandemie** und die damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens erschweren die Arbeit an der Bewerbung erheblich. Sowohl die regelmäßig notwendigen, intensiven Teamgesprächen, als auch die zahlreichen Absprachen mit den Projektpartner*innen mussten in den digita-

Nach der Delegation in die finale Runde des Bewerbungsverfahrens im Dezember 2019 bestand die Hauptaufgabe der Bewerbungsbüros im Jahr 2020 darin, die **finalen Schritte** der Bewerbung zu konzipieren und umzusetzen. Dazu zählten ein zweites, 100-seitiges Bewerbungsbuch in englischer Sprache (zunächst terminiert für den 31.07.2020), ein ganztägiger Jury-Besuch (zunächst terminiert für Mitte September 2020) sowie eine Abschlusspräsentation mit anschließender Fragerunde vor der Jury (zunächst terminiert für den 21.-23.09.2020).



len Raum verlegt werden. Diesen erschwerten Bedingungen Rechnung tragend, entschied sich die EU, die Deadlines für die einzelnen Wettbewerbsschritte zu verschieben: Das Bidbook musste schlussendlich am 21. September abgegeben werden, der Jurybesuch erfolgte am 21. Oktober, die Abschlusspräsentation am 27. Oktober.

Auch für die die Bewerbung kontinuierlich begleitende Öffentlichkeitsarbeit mussten in kürzester Zeit digitale Lösungen gefunden werden. Herausragende Beispiele hierfür sind z.B. der #Artpile MD2025, das Social Media Meetup oder die Kooperation mit der Europäischen Sporthauptstadt 2020, Milton Keynes, unter dem Hashtag #MD20in20.

Unter dem Motto #2020für2025 wurde zu Beginn des Jahres ein Open Call zu einer **Mikroprojektförderung** ausgeschrieben. Die 20 der 121 beantragten Projekte, die im Jahr 2020 mit je 250€ unterstützt wurden, konnten noch vor Beginn des Lockdowns ausgelost werden – ihre Umsetzung musste allerdings z.T. ins Jahr 2021 verschoben werden.

Das zweite Bewerbungsbuch konnte am 21. September 2020 fristgerecht abgegeben werden. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Grafik-Agentur sowie dem Fotografen der ersten Runde wurde auch für die visuelle Gestaltung des zweiten Bewerbungsbuches fortgesetzt, um einen einheitlichen Stil zu wahren. Das Bewerbungsbuch wurde der Öffentlichkeit – in englischer Sprache und in der deutschen Übersetzung – zur Verfügung gestellt.





Mitte August traf die Kulturstiftung der Länder die Entscheidung, die üblicherweise analog stattfindenden Jury-Besuche und Abschlusspräsentationen aufgrund der Corona-Pandemie – erstmalig in der Geschichte der Kulturhauptstadt-Auswahlverfahren – in den digitalen Raum zu verlegen. Für die abschließenden Schritte des Bewerbungsverfahrens bedeutete dies einen enormen Zusatzaufwand innerhalb einer extrem knappen Frist.

Der **digitale Jurybesuch** am 21.10.2020 umfasste 3 x 70 Minuten Livestreams plus 3 x 30 Minuten Befragung durch die Jury. Verantwortlich für die inhaltliche Konzeption und die Akquise der rund 50 beteiligten Akteur*innen aus der Stadtgesellschaft war das die Bewerbung verantwortende Kernteam aus fünf Mitarbeitenden; verantwortlich für die technische Umsetzung eine Magdeburger Agentur. Der digitale Jurybesuch hatte zum Ziel, die Inhalte der Bewerbung sowie ihre Protagonist*innen lebendig werden zu lassen. So trat eine Vielzahl von Akteur*innen aus Magdeburg vor die Kamera, welche die Stadt und die Bewerbungsinhalte teils stellvertretend für ihre Organisation, teils als Einzelpersonlichkeit repräsentierte. Zudem konnten viele nationale und internationale Projektpartner*innen für Videobotschaften gewonnen werden. Die Beiträge der beteiligten Akteur*innen wurden in zahlreichen Einzelgesprächen sowie an vier Proben Tagen erarbeitet.



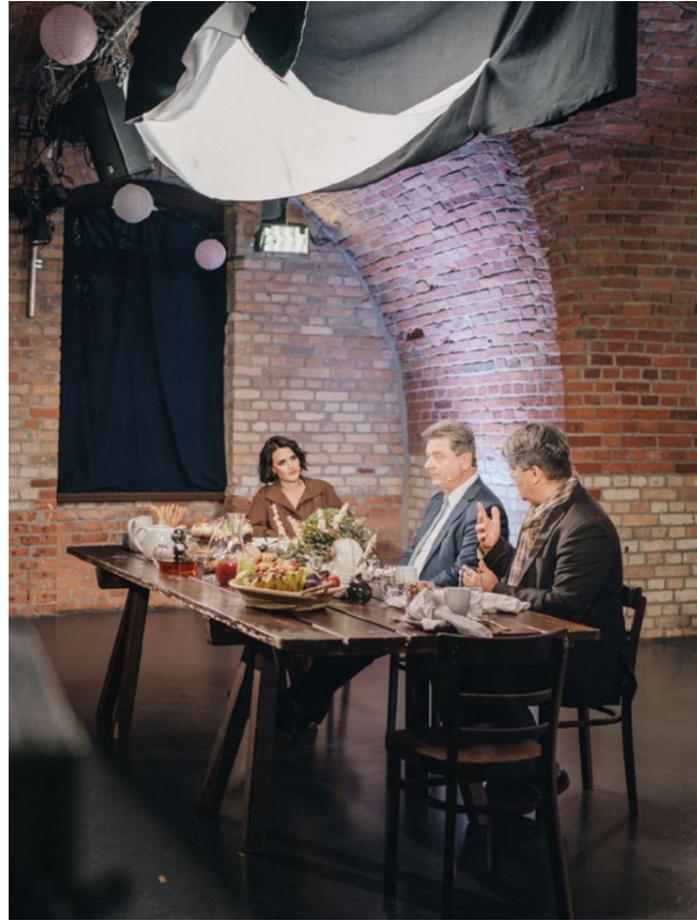
Die **digitale finale Präsentation** am 27.10.2020 bestand aus 30 Minuten vorbereiteter Präsentation durch eine Delegation von 10 Magdeburger*innen sowie einer 60-minütigen Befragung durch die Jury. Neben vier Mitgliedern des Bewerbungsbüros, dem Oberbürgermeister sowie der neu gewählten Beigeordneten für Kultur, Schule und Sport, Regina-Dolores Stieler-Hinz, wurden die Leiterin der JugendKunstSchule Magdeburg, der Direktor des Technikmuseums, ein freischaffender Musiker sowie eine engagierte Studentin ausgewählt, welche stellvertretend für die Kerninhalte der Bewerbung standen. Sie wurden in zahlreichen Einzelgesprächen und vier gemeinsamen Präsentationstraining auf ihre verantwortungsvolle Aufgabe vorbereitet. Ein professionelles, zweitägiges Kameratraining qualifizierte sie für die Arbeit vor der Kamera. Die Präsentation gab der Jury zusammenfassende und auch persönliche Einblicke in die Kernthemen der Bewerbung. Die anschließende Befragung durch die Jury vertiefte die Inhalte der Bewerbung und hinterfragte einzelne Details.



Die **Titelvergabe** war für den 28.10.2020 angekündigt. Um der Stadtgesellschaft und den zahlreichen beteiligten Akteur*innen ein Mitfeiern bei der Entscheidung sowie das Feiern der geleisteten Arbeit der vergangenen Jahre zu ermöglichen, wurde ein tagfüllendes, öffentliches **Kulturfest** in der Festung Mark geplant und realisiert. Das reichhaltige Rahmenprogramm bestand aus einem Showprogramm auf mehreren Bühnen, ganztägigen Aktionen und Infoständen, einem Livestream mit Moderation, diversen Interviews und Live-Pressekonferenz, Catering und Public Viewing. Es wurde vorwiegend als Freiluftveranstaltung und unter strengen Hygiene-Auflagen organisiert. Beim Kulturfest kamen noch einmal zahlreiche Akteur*innen und Unterstützer*innen der Bewerbung zusammen. Der gemeinsam zurückgelegte Weg wurde in Bild und Ton reflektiert und gefeiert. Die Veranstaltung geriet auch aufgrund des in der Folgewoche beginnenden Lockdowns zu einem emotionalen Ereignis.

Die internationale Jury verlieh den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ an die Stadt Chemnitz.





ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

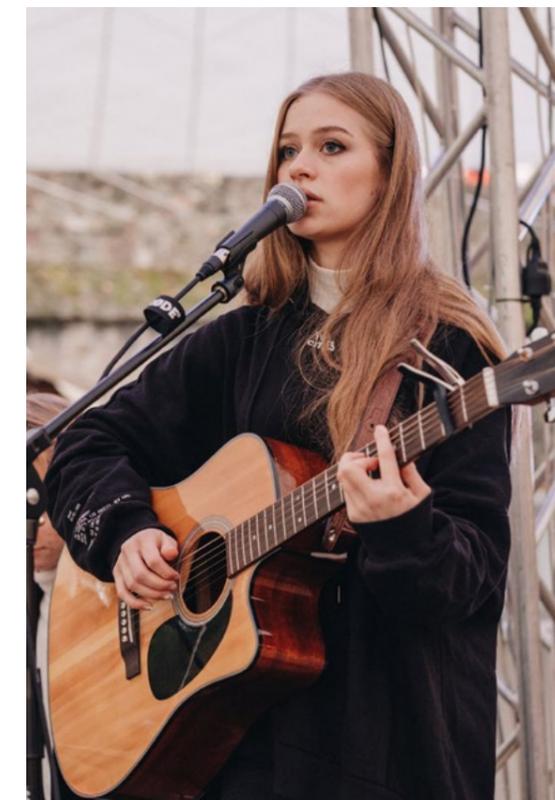
Das Erreichen des Finales führte zu Berichterstattungen über die Bewerbung Magdeburgs auch in über-regionalen Medien (z.B. Deutschlandfunk Kultur, Arte, ZDF, MDR; Die Zeit, Hannoversche Allgemeine).

Trotz der Beschränkungen durch die Corona-Pandemie konnten zahlreiche öffentliche Veranstaltungen durchgeführt werden. Viele davon wurden explizit für den digitalen Raum konzipiert.

So erfolgte mit dem #ArtpileMD2025 ein Aufruf an Künstler:innen zur digitale Ko-Kreation von Kunstwerken. Die Vernissage fand im Rahmen des Kulturfests statt. In Kooperation mit der Europäischen Sporthauptstadt 2020, Milton Keynes, wurde zu sportlichen Aktionen im öffentlichen Raum eingeladen: per Video-clip zum Workout – und analog zum Spikeball-, Par-kour- und Jonglage-Training. Am Digitaltag beteiligte sich das Bewerbungsbüro mit einem „Social Media Meetup“ zahlreicher Akteur*innen im Livestream. Analog konnten z.B. die Veranstaltung „Kunst. Musik. Fahrradtour. Und Kino.“ sowie ein Straßenmusik-konzert mit der Band Me & Mr. Fox durchgeführt werden.

Bei diversen Veranstaltungen Dritter – u.a. beim Frei-raumlabor auf dem Breiten Weg – wurde mit dem beliebten I LOVE MD-Fotoautomaten auf die Bewer-bung aufmerksam gemacht.

Die Öffentlichkeitsarbeit kulminierte zum Wettbe-werbsfinale hin: Maßnahmen wie u.a. Werbespots in Supermärkten oder auf LED-Wänden, Anzeigen in der Magdeburger Volksstimme, die Beflagung und Pla-katierung der Innenstadt machten auf das Finale so-wie das Kulturfest aufmerksam. Sämtliche öffentliche Veranstaltungen – insbesondere Pressekonferenzen oder das Kulturfest – wurden fotografisch und filmisch begleitet. Die entstehenden Medienprodukte waren direkt live sowie im Nachgang online aufrufbar.



STRUKTUR

Das Ende 2019 bestehende, siebenköpfige Projekt-team blieb in der zweiten Bewerbungsphase zunächst konstant. Der Sachbearbeiter Verwaltung/Haushalt trat auf eigenen Wunsch im Frühjahr aus dem Vertrag aus; die Sachbearbeiterin Büroorganisation im Herbst 2020. Die Stellen wurden nicht nachbesetzt.

Die Arbeit mit dem Beraterteam Inside Track auf Ho-norarbasis wurde in der zweiten Bewerbungspha-se fortgesetzt; nicht so die Zusammenarbeit mit den drei freien Mitarbeiter*innen. Die bereits in der ersten Bewerbungsphase beteiligten Projektkurator*innen wurden in der zweiten Phase auf Honorarbasis zur vertiefenden Ausarbeitung der Projekte engagiert. Die Öffentlichkeitsarbeit sowie das Marketing wurden temporär durch studentische Hilfskräfte unterstützt.

2020 BUDGET



BUDGETBERICHT EUROPÄISCHE KULTURHAUPTSTADT 2025

| Monatsbericht für Jan - Dez 2020 | Haushaltsplan | Ausgaben |
|--|-------------------|-------------------|
| Zuweisungen für laufende Zwecke vom Land | 260.424 € | 173.785 € |
| Summe Erträge | 260.424 € | 173.785 € |
| Dienstaufwendungen für sonstige Beschäftigte | -219.760 € | -229.577 € |
| Beitr. gestz. SozVers. Dienstaufw. sonst. Beschäf. | | |
| Aufwendungen für Mieten und Pachten | | |
| Erwerb geringwertiger Vermögensgegenstände für TB | -5.000 € | |
| Unterhaltung des sonst. beweglichen Vermögens | -5.000 € | |
| Aus- u Fortbildungsaufwendung, Umschulung | | -3.092 € |
| Besondere Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen | -257.777 € | -244.084 € |
| Lieferskonti | | 1 € |
| Aufwendungen für Dienstreisen | -10.000 € | -1.707 € |
| Bürobedarf/Fernmelde/GEZ/Bekanntmachungen | -10.000 € | -9.451 € |
| Erst.verb.Untern. - sonst. luK-Leistungen | -100 € | -1.981 € |
| Weitere sonst. Aufwendungen aus lfd. Verw.Tätigkei | -13.127 € | -23.471 € |
| Summe Aufwendungen | -520.764 € | -513.361 € |
| Summe Budget | -260.340 € | -339.576 € |





AUSBLICK UND DANK

SCHWERPUNKTE

Obgleich Magdeburgs Bewerbung um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ nicht mit dem Titel gekrönt wurde, kann sie als Erfolg gewertet werden. Sie formulierte neue Visionen für die Weiterentwicklung der Kulturlandschaft und schaffte die Vernetzung zahlreicher Akteur*innen auf lokaler und internationaler Ebene. Die Stadt Magdeburg entwickelte parallel und symbiotisch zum Bewerbungskonzept ihre Kulturstrategie 2030. Ab Ende des Jahres 2020 arbeitete das Bewerbungsbüro an einem „Plan B“ zum Transfer der Ergebnisse in eine kulturelle Langzeitstrategie.

Allen Visionär*innen, Wegbegleiter*innen, Projektpartner*innen und engagierten Magdeburger*innen, welche die Kulturhauptstadt-Bewerbung unermüdlich und tatkräftig unterstützt haben, sei großer Dank ausgesprochen – verbunden mit dem Wunsch, die Ergebnisse dieses intensiven Prozesses zur Weiterentwicklung von Stadt und Kulturlandschaft in die Zukunft zu tragen!



IMPRESSUM

Bewerbungsteam

Tamás Szalay, Bid director
 Uta Belkuis
 Julia Figdor
 Gerald Fuchs
 Katrin Gellrich
 Kerstin Hartinger
 Andrea Jozwiak
 Oliver Scharfbier
 Claudia Siebert
 Henriette Täger-Farny

Fotografierende

Harald Krieg
 Andreas Lander
 Felix Paulin
 Matthias Sasse
 Alexander Lichtner
 Markus Köpke

Konzept und Design

dasda Designagentur GbR
 Josephine Ehlenberger
 Nils Heinemann



