

# Fortschreibung der Konzeption 850 Jahre Schwerin

(Stand: August 2009)



# Inhaltsverzeichnis

1. Einführung
2. Zielstellung
3. Veranstaltungen
  - 3.1. Festakt
  - 3.2. Festwochenende
  - 3.3. Abschlussveranstaltung
  - 3.4. Veranstaltungskalender
4. Marketing
5. Finanzplanung
6. Anlage
  1. Veranstaltungsübersicht
  2. Sponsoringkonzept (Entwurf)

## **1. Einführung**

Die Stadtvertretung hat die Verwaltung mit der Feinplanung und letztlich mit den konkreten Vorbereitungen der Feierlichkeiten im Jubiläumsjahr 2010 beauftragt (DS 02379/2008 vom 23.02.2009). Ein systematischer Prozess ist zur Durchführung dieses komplexen Vorhabens notwendig. Mit der Organisation, Planung, Steuerung und Überwachung aller damit im Zusammenhang stehenden Aufgaben ist ein Organisationsteam beauftragt worden, das dem Büro der Oberbürgermeisterin direkt zugeordnet ist.

Die Projektgruppe 850 Jahre Schwerin ist als interdisziplinäre Arbeitsgruppe konzipiert worden und unterstützt die Stadtverwaltung bei der Entwicklung strategischer Ansätze. In ihr arbeiten Vertreterinnen und Vertreter der IHK und HWK, der Stadt-, Landes- und Regionalmarketing, Vertreter von Kirchen, der DEHOGA, der ERFA Gruppe und der kleinen Hotellerie, der Kleinen LIGA und der ARGE Schwerin aktiv mit.

In den Teilarbeitsgruppen werden die jeweiligen Arbeitspakete konkret geplant, analysiert, durchgeführt und nach Projektablauf bewertet.

Der Festbeirat begleitet und unterstützt die Vorbereitungen des Stadtjubiläums. Vertreter aus Politik und Wirtschaft sowie Kulturpartner übernehmen darüber hinaus repräsentative Aufgaben. Die Mitglieder wirken in ihren jeweiligen Bereichen als Multiplikatoren.

## **2. Zielstellung**

Anlässlich ihres 850. Geburtstages zeigt sich die Landeshauptstadt Schwerin mit ihren Veranstaltungen in absoluter Feierlaune. Sie stellt sich als lebendige, tolerante, soziale, zukunftsorientierte, aber auch selbstkritische Stadt mit reichem kulturellen Erbe und Angebot sowie hoher Lebensqualität dar. Der Schwung, der mit der BUGA aufgenommen wurde, soll weiter getragen werden.

Die Schwerinerinnen und Schweriner feiern nicht nur am Festwochenende, das zum Jubiläum inszeniert wird. Die Kultur- und Sportstadt Schwerin präsentiert sich auch mit weiteren hochwertigen Ausstellungen, Konzerten und Theateraufführungen und anderen kulturellen und sportlichen Ereignissen. So können auch die Gäste sowie die Besucherinnen und Besucher der Landeshauptstadt Schwerin die touristischen Angebote genießen.

Eine historisch gewachsene Stadt mit ihren Traditionen und ihrer positiven Atmosphäre lebt von den Ideen und Aktivitäten ihrer Bürgerinnen und Bürger, Institutionen, Vereine und Clubs, die in dieser Stadt ihre Heimat und ihren Lebensraum sehen. Daher ist es wichtig, dass sie ihren Geburtstag maßgeblich mitbestimmen können. Die Stadtverwaltung bietet eine Plattform zum Mitmachen.

### 3. Veranstaltungen

#### 3.1 Festakt

Der offizielle Festakt bildet den Auftakt für das Jubiläumsjahr 2010 und findet am 28.02.2010 im Mecklenburgischen Staatstheater statt. Neben wichtigen Vertretern aus der städtischen Politik und Wirtschaft, den Vereinigungen und Kammern wird eine kleine Auswahl von Schwerinerinnen und Schweriner eingeladen. Landes- und Bundespolitiker werden gleichfalls an dem Festakt teilnehmen können. Die Schwerinerinnen und Schweriner heißen ihre Gäste aus den Partnerstädten zu dieser Veranstaltung herzlich willkommen.

Die Stadtverwaltung erarbeitet mit dem Mecklenburgischen Staatstheater gemeinsam das kulturelle Rahmenprogramm.

#### 3.2 Festwochenende

##### Geschichtsfeste

Auf fünf zeitgleich stattfindenden Veranstaltungen wird für die Schwerinerinnen und Schweriner und ihre Gäste die Kulturgeschichte vergangener Jahrhunderte erlebbar gemacht. An bekannten Plätzen der Innenstadt werden verschiedene Epochen dargestellt. Mit einer vielfältigen Programmgestaltung wird ein breites Spektrum an Alters- und Interessengruppen zum Mitfeiern und Mitmachen angesprochen. Durch Straßenkunst bzw. –feste werden die Veranstaltungsplätze miteinander verbunden. Die Geschichtsfeste werden unter möglichst großer Beteiligung von Schweriner Vereinen und Kultureinrichtungen vorbereitet und durchgeführt. Kommerzielle Veranstalter bzw. Agenturen kommen aus gegenwärtiger Sicht bei 3 Veranstaltungen in betracht (siehe Veranstaltungen im Einzelnen).

Die einheimische Wirtschaft, insbesondere Einzelhandels-, Handwerks- und Gastronomiebetriebe werden in die Prozessgestaltung weitestgehend eingebunden, um Transparenz zu sichern und Engagement zu befördern. Auf die dafür vorgesehenen Kommunikationsstrukturen wird auf die Einleitung (oben) verwiesen.

Die Veranstaltungen im Einzelnen:

- Mittelaltermarkt auf dem Markt

Auf dem Marktplatz wird das Mittelalter wieder lebendig. Neben einer authentischen Darstellung von Handwerk und Gewerbe wird ein umfangreiches Unterhaltungsprogramm geboten. Händler in historischen Gewändern bieten zum Verkauf mittelalterliches Kunsthandwerk, Lebensmittel, gastronomische und andere historische Leistungen an. Anschaulich demonstrieren die Teilnehmer als Färber, Filzer, Schmied, Seiler, Zinngießer oder Glasbläser ihre Handwerkskunst und verzaubern zwischen authentischen Marktständen das Publikum. Solokünstler und Musikgruppen, Bühnentheater, Akrobaten, Schwertkämpfer und Feuerspucker sorgen für Spaß und Unterhaltung. Kinder lauschen bei spannenden Geschichten über Ritter und Drachen dem Märchenerzähler, folgen dem Puppentheater, verkleiden und schminken sich und machen das Wochenende auch für sich zu einem ganz besonderen Erlebnis. Ob aus Händen oder Karten – der Blick in die Zukunft darf natürlich nicht fehlen. Mit Einbruch

der Dunkelheit tauchen Fackeln, Öllampen, Kerzen und Teelichter die Veranstaltungsfläche in mystisches Licht.

Kostümierte Akteure oder Künstler beeinflussen mit gezielten, in die Schmiedestraße und den Schlachtermarkt hineinreichenden Aktivitäten den Besucherstrom.

- Barockfest an der Schelfkirche

Die Zeit des Barock bietet auf Grund der großen Zeitspanne von ca. 300 Jahren einen großen Rahmen für die Darstellung verschiedener Kunst- und Lebensstile. Die Besucherinnen und Besucher verbinden mit dem Begriff „Barock“ in erster Linie aufwendige Kleidung, gepuderte Perücken, verschwenderische Feste, Üppigkeit und Ständesdünkel, Musik von Bach, Händel und Vivaldi, Menuetttänze, Orgelmusik und große Opern.

Dieses Fest wird der Platzgröße und dem architektonischen Ambiente entsprechend ausgerichtet. Den Besucherinnen und Besuchern wird ein kleiner unterhaltsamer Ausflug in die Vergangenheit geboten. Die Ausdehnung der Veranstaltung auf benachbarte Straßen, die Mitwirkung und Zusammenarbeit der anliegenden Gewerbetreibenden, Gastronomen, Anwohner, des Ortsbeirates, der Stadtverwaltung und der Kirchengemeinde werden dieser Veranstaltung eine besondere Ausstrahlung geben.

Neben dem überwiegend unterhaltsamen Charakter wird das Programm auch aus einem informativen Teil bestehen:

- historische Ereignisse, Persönlichkeiten und Gebäude in der Schelfstadt,
- die Geschichte der Schelfkirche
- das bürgerliche Leben allgemein
- das Wirken der Innungen und Zünfte
- Präsentation von Erfindungen, Neuheiten, wie. z.B. die Kartoffel, die Kultivierung der Rose als Zierpflanze, die wachsende Bedeutung des Parfüms
- Speisen und Getränke nach historischen Rezepten

Das äußere Bild des Festes wird geprägt von Pagodenzelten, historischen Handwerks- und Versorgungsständen, einem Bühnenpodest, kostümierten Frauen und Männern, Attraktionen nach Schaustellerart, großen Modellbauten (Stadtoren u.ä.).

Das Bühnenprogramm wird überwiegend durch Schweriner Künstler, Orchester, Chöre und Laiensembles gestaltet, z.B. Konzert der Schelfoniker, Chor der Schelfkirche.

Höhepunkte werden u.a. sein

- ein Barockfeuerwerk am Sonnabend,
- eine „Barock-Predigt“ am Sonntag,
- eine Kartoffelschau,
- Modenschauen,
- kleine Theaterstücke,
- märchenhafte Attraktionen für Kinder, Puppenspiel, Bastelstraße u.ä.

- 19. Jahrhundert am Schloss

Das höfische Leben im Schweriner Schloss präsentiert sich in Form des jährlich stattfindenden Schlossfestes. Den Schlossverein bereitet das Fest anlässlich des Stadtjubiläums mit einem erweiterten Programm vor. Erstmals werden befreundete Schlossvereine aus dem gesamten Bundesgebiet eingeladen. Die Konzeptabstimmung erfolgt mit der Stadtverwaltung.

- 20. Jahrhundert auf dem Platz am Beutel

Das 20. Jahrhundert mit seiner wechselvollen Kulturgeschichte wird sich hier in einer Programmviefalt präsentieren, die alle Altersgruppen in nostalgische Stimmung versetzen soll. Mit Musik und Mode der goldenen Zwanziger, dem Swing, dem Rock'n Roll, den Beatles aber auch den unvergessenen deutschen Schlägern soll dies gelingen. Die Besucherinnen und Besucher, die einen großen Teil ihres Lebens in der DDR verbrachten, erleben hier viele bekannte Stars aus Funk- und Fernsehen. Sofern die noch aktiven Künstler nicht selbst auftreten, werden Cover-Bands die Originale ersetzen.

Neben dem Showprogramm werden eine Ausstellung (Oldtimer, Kinderwagen, Haushaltsgegenständen), Modenschauen und ein kleiner Ostprodukte - Markt (Großer Moor) die Erinnerungen an die 50iger bis 80iger Jahre wieder auffrischen.

- 21. Jahrhundert am Südufer Pfaffenteich

Es ist ein großes Showprogramm geplant. Das Kulturbüro der Landeshauptstadt Schwerin wird die Eröffnungsveranstaltung für den traditionellen Kultursommer und damit das gesamte Rahmenprogramm organisieren. Ein professioneller Veranstalter wird eingebunden, sofern sich kein Medienpartner für den Showteil am Sonnabend findet.

### Festumzug

Der große Festumzug ist am 5. Juni 2010 in der Zeit von 11.00 Uhr bis 13.30 Uhr der Höhepunkt am Festwochenende. Er wird durch die Schweriner Innenstadt führen (Alexandrinestraße ; Südufer Pfaffenteich; Mecklenburgstraße; Geschwister- Scholl Straße; Alter Garten; Werderstraße)

2 Teile des Festumzuges wurden von der AG Festumzug konzeptionell aufbereitet und in 44 Bildern aufgezeichnet. Neben dem Entree wird ein historischer Teil die bedeutsamsten Schweriner Ereignisse zumeist unterhaltsam in chronologischer Abfolge darstellen. Kunstvereine, aber auch Museen u.a. haben ihre aktive Unterstützung bei der Umsetzung verbindlich zugesagt.

Unsere historisch gewachsene Stadt mit ihren Traditionen und ihrer positiven Atmosphäre lebt aber auch von den vielen großen und kleineren Betrieben, Institutionen, Organisationen, Gruppen, Vereine und vielfältige Gemeinschaften, die aktiv das gesellschaftliche, kulturelle, gesellige und sportliche Leben mitgestalten. Da der Festumzug nicht nur unserer reichen Vergangenheit nachspüren und die Historie für alle erlebbar machen soll, sondern auch einen Bogen in die Gegenwart und Zukunft schlagen wird, ist stadtweit zur Teilnahme aufgerufen worden. Weit über 30 Betriebe bzw. Vereinigungen oder Schulen und KITAS haben bereits ihr Interesse bekundet. Weitere Interessensbekundungen gehen regelmäßig bei der Stadtverwaltung ein.

Der Festumzug wird lebendig gestaltet. Dazu werden verschiedene Aktionen an der Wegstrecke organisiert. Unter zur Hilfenahme von Programmzettel und durch mehrere Moderationspunkte wird den Schwerinerinnen und Schwerinern und den Gästen der Festumzug vorgestellt und erläutert.

Mit Unterstützung eines Medienpartners soll der Festumzug im Fernsehen übertragen werden. Erste Vorgespräche haben dazu stattgefunden.

### **3.3 Abschlussveranstaltung**

Der Abschluss des Festjahres wird unter dem Motto „Eine Stadt erstrahlt im Licht“ stehen. Ein Sternenmarsch durch die Schweriner Innenstadt wird mit Schweriner Kindern organisiert. Durch wundervolle Lichtilluminationen wird die Stadt am Ende der Veranstaltung erstrahlen. Das Feinkonzept befindet sich in der Erarbeitung. Die Veranstaltung wird mit der Nacht der Museen gekoppelt, die am 12. November 2010 stattfindet.

### **3.4 Veranstaltungskalender**

Um dem Erfordernis einer effektiven Vermarktung des Stadtjubiläums gerecht zu werden, ist das breite Spektrum aller Veranstaltungen im Jubiläumsjahr unter dem Motto „850 Jahre jung – action wird stadt finden“ wirkungsvoll zu präsentieren. Das bedeutet, nicht allein, die genannten Jubiläumsveranstaltungen zu bewerben. Alle großen und kleinen, traditionellen oder neuen Veranstaltungen werden zu einem großen Jubiläumsprogramm gebündelt. Dabei werden die Veranstaltungen möglichst unter das 850-Jahre-Motto gestellt oder der bisherige Veranstaltungsinhalt um ein besonderes „Jubiläumsgeschenk“ erweitert. In der Anlage 1 ist die Veranstaltungsübersicht (Bearbeitungsstand: 13.08.2009) beigefügt.

## **4. Marketing**

Grundlegende Ziele aller Marketingmaßnahmen zum Stadtjubiläum sind:

- Informationen an die Schwerinerinnen und Schweriner zum Jubiläumsjahr
- Erreichung eines hohen überregionalen Bekanntheitsgrades des Stadtjubiläums
- Erhöhung der Besucherzahlen bei allen im Jubiläumsjahr stattfindenden Veranstaltungen
- positive Effekte für die einheimische Wirtschaft, insbesondere für die Bereiche Einzelhandel, Hotel- und Gastronomiegewerbe und Kultur

Vordergründig besteht die Marketingstrategie in der Durchführung von klassischen Werbemaßnahmen unter effektiver Nutzung aller bereits vorhandenen Ressourcen im Rahmen bestehender Verträge (Stadtmarketing, Fa. Ströer, SKH). Als Werbeträger dienen in erster Linie

- Außenwerbeanlagen, wie Litfasssäulen, Plakatwände, Brücken
- Anzeigen in Tagespresse, Reisemagazinen, Fachzeitschriften, Programmheften
- Flyer und Aufkleber
- Internet
- Veranstaltungskalender
- Werbung auf Messen und Ausstellungen
- Medienpartner
- Publikationen
- Merchandising

### Außenwerbung

Im Rahmen des Werbevertrages zwischen der Landeshauptstadt Schwerin und der Firma Ströer wird das Stadtjubiläum mit Medialeistungen in Höhe von 150.000 Euro unterstützt. Der überwiegende Anteil dieses Budgets soll in überregionale

Werbemaßnahmen (z.B. Hamburger Hauptbahnhof) fließen. Innerstädtisch sind die Fortsetzung der Brückenwerbung und maximal 2 Plakatwände als ausreichend einzuschätzen. Bereits im Juni 2009 sind zwei Brückplanen angefertigt worden, die im wöchentlichen Wechsel an Schweriner Brücken aushängen.

### Anzeigen

In Kooperation mit der Stadtmarketing wird die Anzeigenwerbung in ausgewählten Magazinen, Zeitschriften u.ä. unter Nutzung des 850-Jahre-Design bereits im 2. Halbjahr 2009 erfolgen. Die Stadtverwaltung wird sich an den Gesamtkosten beteiligen. Damit kann die Anzeigenwerbung auf weitere tourismusinteressante Medien geschaltet werden, z.B:

- Programmheft der Sommerfestspiele
- Neckermann Städtereisenkatalog
- Kulturkalender
- Omnibus Revue
- Eurobus
- Unterwegs (U-Bahnen Hamburg)
- Deutsche Welten + Beileger Kultur Vakantietipps
- Tageszeitungen
- Kurzreisenkatalog der Stadtmarketinggesellschaft
- Gastgeberverzeichnis
- Kompass (Reiseführer)

### Flyer

In einer ersten Auflage von 50.000 Stück wurden Flyer u.a. in Hotels, öffentlichen Einrichtungen und auf der BUGA verteilt. Eine zweite Auflage in Höhe von 30.000 Stück wird bis September 2009 verteilt. Empfänger sind hier wieder u.a.

- die Hotels,
- die Stadtmarketing zwecks Beilage in der Infopost (6.000 Stück)
- ECE-Tour 2009 (Braunschweig, München und Nürnberg)
- Öffentliche Einrichtungen (Museum, Theater)
- RDA Köln August 2009 (Bustouristikmesse)

Es ist geplant, einen mehrseitigen Flyer mit umfangreichen Informationen über die Veranstaltungen im Jubiläumsjahr, die Stadthistorie und den Sehenswürdigkeiten heraus zugegeben. Es wird auf die bleibenden Attraktionen der BUGA hingewiesen. Im Jahr 2010 werden ggf. weitere Flyer mit konkreten Veranstaltungsinhalten gefertigt. Darüber hinaus werden alle sich bietenden Möglichkeiten der Beteiligung an Flyeraktionen anderer öffentlicher Einrichtungen der Stadt genutzt (z.B. Freilichtbühne, Sport- und Kongresshalle, Speicher, Schleswig-Holstein-Haus).

### Internet

Die Darstellung der Jubiläumsveranstaltungen erfolgt dem Anlass entsprechend anschaulich und informativ, mit ansprechenden Bildern und übersichtlicher Textgestaltung. Die Seiten werden gemeinsam mit der Stadtmarketinggesellschaft unter Nutzung des Tourismusportals erstellt.

### Veranstaltungskalender

Siehe Punkt 3.4

### Messen und Ausstellungen

Bei Messeauftritten, z.B. der RDA in Köln (Bustouristikmesse), der Reisen Hamburg im Februar 2010, wird das Stadtjubiläum als Schwerpunkt präsentiert. Das gilt auch für die ECE-Tour in 2009.

### Medienpartner

Für Werbezwecke, Berichterstattungen und Programmgestaltung am Festwochenende sollen regionale und überregionale Medienpartner gewonnen werden. Beiträge über die Landeshauptstadt, ihre Historie, das Jubiläum und alle damit im Zusammenhang stattfindenden Veranstaltungen und Aktivitäten können so über die Stadtgrenzen hinaus werbewirksam präsentiert werden. Das Festwochenende, insbesondere der Festumzug, sowie andere Veranstaltungshöhepunkte des Jahres 2010 sollten zu attraktiven Sendezeiten präsentiert werden. In gleicher Weise wird die lokale Presse genutzt.

### Publikationen

Das Stadtjubiläum bietet Anlass, verschiedener Publikationen aufzulegen, etwa Chroniken, Bildbände sowie einer Festschrift. Ein Buch speziell über das Festjahr wird mit ansprechenden Bildern und Beiträgen versehen und sorgt so für Nachhaltigkeit und Erinnerungen an das Jubiläumsjahr 2010.

### Merchandising

Aus Anlass des Stadtjubiläums sollen attraktive Souvenir- und Geschenkartikel angeboten werden, die als Werbeträger für Schwerin dient, z.B. :

- Gedenkmünzen
- Kugelschreiber
- T-Shirts
- Schlüsselbänder bzw. -anhänger
- Maskottchen

Die Ressourcen und Erfahrungen der Stadtmarketinggesellschaft können dabei effektiv genutzt werden.

Für das Gesamtmarketing bleibt die Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH als Partnerin der Landeshauptstadt Schwerin tätig.

## **4.Finanzplanung**

Die Finanzplanung stellt die grob geschätzten Ausgaben dar. Um Einnahmen generieren und die städtischen Ausgaben damit deutlich verringern zu können, bedarf es Geld- oder geldwerte Leistungen aus Spenden oder Sponsoringverträgen. Das Sponsoringkonzept liegt im Entwurf vor und ist als Anlage 2 beigefügt.

	2009	2010	2011 <sup>1</sup>
<b>Festakt</b>	0	8.000	
- Catering; kulturelle Umrahmung			
<b>Festwochenende:</b>			
<b>Allgemeine Ausgaben</b>		195.000	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmhefte</li> <li>• Security</li> <li>• Stadtgestaltung</li> <li>• Versorgungsleistungen (Strom, Wasser, Abwasser, Absperrungen, Feuerwehr, Rettungsdienst, Müll, Reinigung)</li> <li>• Aufwandsentschädigungen (Festumzug und Geschichtsfeste)</li> <li>• Verpflegung der Mitwirkenden (Getränke oder Gutscheine)</li> <li>• einheitliche T-Shirts für Mitwirkende</li> </ul>			
<b>Geschichtsfeste</b>		205.000	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittelaltermarkt (Marktplatz)</li> <li>• 20. Jahrhundert (Platz am Beutel)</li> <li>• Barockfest (Schelfmarkt)</li> <li>• 21. Jahrhundert (Bühne am Pfaffenteich)</li> <li>• Schlossfest (Burggarten und Alter Garten)</li> </ul> <p>Kleinkunst auf den Straßen/Straßenfeste Pyro- oder Lasershow; Multimedia o.ä. Bühnentechnik</p>			
<b>Festumzug</b>		100.000	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kostüme und Requisiten (Entree, historischer Teil) Musik z.B. Kapellen (gesamter Festumzug)</li> <li>• Pferde (mit Reiter)</li> <li>• Reparatur bzw. Umbau oder Herstellung von Handwagen (historischer Teil)</li> <li>• Aufbauten für Festumzugsautos (historischer Teil)</li> <li>• Kutschen</li> </ul> <p>Technik und Moderation für die Fernsehübertragung</p>			

<sup>1</sup> \* im Jahr 2010 müssen für das Jahr 2011 Finanzen KSK eingeplant werden; Höhe noch nicht bezifferbar

Zuschauertribünen Kosten für die DEKRA –Fahrzeugabnahme Sachkostenbezuschussung von ARGE-Projekte (Herstellung von Requisiten) Sonstige Ausgaben (z.B. Programmzettel Festumzug)			
<b>Abschlussveranstaltung</b>		10.000	
<b>Bezuschussung weiterer Projekte:</b> Schwerin-Kultur-Nacht Kunst-Aktiv-Woche Beteiligung der Stadt am Mecklenburg- Vorpommern-Tag Festschrift und Buch über das Festjahr Veranstaltung zum 3. Oktober mit der Partnerstadt Wuppertal Ausstellungen		112.000	
<b>Marketing / Corporate Design / Logo</b>	40.000	100.000	
Corporate Design/Gestaltungshandbuch Anfertigung Brückenbanner Druckvorlagen für Flyer/Anzeigen/Broschüren Schaufensterbanner Kostenbeteiligung Anzeigenwerbung der Stadtmarketing			
<b>Sonstiges:</b>	10.000	55.000	
GEMA, KSK Honorare Sachkostenbezuschussung für weitere ARGE- Projekte Partnerstädte			
	50.000	785.000	

## Anlage 1

### Schweriner Jubiläumsprogramm 2010<sup>2</sup>

<b>Konzerte</b>				
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>	<b>Kategorie</b>
09.01.2010	Ania Jools	Speicher	LH SN	Soul
16.01.2010	Nine Below Zero	Speicher	LH SN	Rock
23.01.2010	Stern-Combo- Meißen	Speicher	LH SN	Rock
29.01.2010	Dota	Speicher	LH SN	Deutschrock
30.01.2010	Baby Sommer French Connection	Speicher	LH SN	Jazz
06.02.2010	IC-Falkenberg	Speicher	LH SN	Deutsch Rock & Pop
11./12./13.02.2010	Bon Scott	Speicher	LH SN	Rock'n'Roll; Heavy Metal
19.02.2010	Mara Aranda & Solatge: Dèria	Speicher	LH SN	Folklore
20.02.2010	DEKA dance	Speicher	LH SN	Rock
26.02.2010	Fährmann	Speicher	LH SN	
27.02.2010	Hamburg Blues Band	Speicher	LH SN	Blues
06.03.2010	ReCartney	Speicher	LH SN	Blues
12.03.2010	Adwoa Hadman & Band	Speicher	LH SN	
13.03.2010	Rudy Rotta & Band	Speicher	LH SN	Blues/Rock
19.03.2010	Rainer von Vielen & Kauz	Speicher	LH SN	Indie-Rock
20.03.-21.03.2010	47. Wettbewerb „Jugend musiziert“	Konservatorium	LH SN	alle Genres
20.03.2010	Natascha Osterkorn	Speicher	LH SN	Folk/Folklore
27.03.2010	Stone	Speicher	LH SN	Rock
23.04.2010	Dire Strats	Speicher	LH SN	Rock

<sup>2</sup> Stand: 13.08.2009

24.04.2010	Dominique Lacasa & Band	Speicher	LH SN	Folk
15.05.2010	GURU GURU	Speicher	LH SN	Krautrock
21.05.2010	Ronny Taheny	Speicher	LH SN	Classic Rock & Pop
25.05.2010	Roland Kaiser	Freilichtbühne	Sport- u. Kongresshalle Schwerin C & M Concert und Management GmbH	Schlager
28.05.2010	The Lords	Speicher	LH SN	Rock
04.06.2010	Nacht der Chöre	Dom	Domgemeinde	
06.06.2010	Matthias Reim & Bonnie Tyler	Freilichtbühne	Sport- u. Kongresshalle Schwerin C & M Concert und Management GmbH	Schlager, Pop international, Power Rock,
07.06.-11.06.2010	ATRAXION	ATARAXIA; Innenstadt	ATARAXIA	alle Genres
13.07.2010	MeckProms	Schlossgarten	Theater / Mecklenburgische Staatskapelle	13.07.2010
29.07.2010	Ludwig Güttler	Schelfkirche	Bubu Concerts / Artist Agency	Klassik
04.09.2010	Inga Rumpf & Band	Speicher	LH SN	Rock
21.09.-26.09.2010	6. internationaler Wettbewerb „Verfemte Musik“	Konservatorium	LH SN	alle Genres
22.10.2010	Quadro Nuevo	Speicher	LH SN	Tango

<b>Sportveranstaltungen</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
02.05.2010	45. Sachsenhausen-Gedenklauf	Sportplatz des Burgsee-Vereins	
08.05.2010	Schweriner Nachtlauf	Start u. Ziel: Südufer Paffenteich; Laufstrecke: Innenstadt, Richtung Schloss u. zurück	

11.06. – 11.07.2010	Public Viewing zur Fußball- Weltmeisterschaft der Männer	Freilichtbühne	
11.06.2010	Offene Schülermeisterschaften Drachenboot	KRG-Gelände	
12.06. - 13.06.2010	Drachenbootfest Fauler See	KRG-Gelände	
25.06. - 27.06.2010	Deutschland bewegt sich – Schwerin macht mit	Südufer Paffenteich	BARMER Ersatzkasse, Schlossparkcenter
02.07. - 04.07.2010	Landesjugendsportspiele M-V	Sportstätten in Schwerin	Landessportbund
03.07.2010	26. Schweriner Fünf- Seen-Lauf	Start (erstmalig): Berta-Klingberg- Platz	Schweriner Fünf-Seen- Lauf e. V.
17.07. - 18.07.2010	City Triathlon Schwerin 2010	Burgsee; Werderstraße; Platz am Beutel	
08.08.2010	Schweriner Langstreckenschwimmen	Zippendorfer Strand	
13.08. - 15.08.2010	Drachenbootfestival	Pfaffenteich	Kanurennengemeinschaft
25.09. - 26.09.2010	Schweriner Jedermanns Zehnkampf – 20. Jubiläum	Stadion Lambrechtsgrund	
27.09.- 03.10.2010	Sportstadt Schwerin	Schlossparkcenter und Umfeld	Schlossparkcenter / BARMER

<b>Märkte</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
02.07. - 04.07.2010	Töpfermarkt	Marktplatz	Verein „Ton und Töne“ e. V., Dalberg
13.11. - 14.11.2010	Martensmarkt	Marktplatz	Stadtmarketing
24.11. - 31.12.2010	Weihnachtsmarkt	Altstadt	
28.11.-29.11.2010	Advent im Hof	Kulturbüro	LH SN

<b>Kunst und Ausstellungen</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
10.12.2009- 07.03.2010	Erfundene Wirklichkeit. Niederländische Zeichnungen der Sammlung Christoph Müller	Staatliches Museum Schwerin	Staatliches Museum Schwerin
01.03.- 13.03.2010	„Chasing the Dream“ – Die Welt der Jugend im Licht der acht Entwicklungsziele	Schlossparkcenter	ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
11.03.2010	825 Jahre Schwerin	Mecklenburgisches Staatstheater	
01.04. - 04.07.2010	Schwerinblicke – Künstlernansichten	Staatliches Museum Schwerin	Staatliches Museum Schwerin
15.05. – 16.05.2010	Schweriner Kultur Nacht	Museen, Institutionen der Stadt, Kulturvereine	LH SN, Staatliches Museum
23.05.- 24.05.2010	Kunst offen		Tourismusverband/Kulturbüro
25.05.- 06.06.2010	Von Niklot zu Niklot	Schlossparkcenter	ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
14.06.- 19.06.2010	ARTINALE	Schlossparkcenter	ATARAXIA
16.07 – 28.08.2010	Märchenausstellung	Schweriner Schloss	Petermännchenkulturförder- gesellschaft / ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
22.07. - 14.11.2010	Scheinbar vertraut Die holländische Genremalerei in Schwerin	Staatliches Museum Schwerin	Staatliches Museum Schwerin
11.08.- 29.08.2010	Weltklasse aus M-V	Schlossparkcenter	ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
12.11.2010	Nacht der Museen	Museen	Staatliches Museum Schwerin
09.12.2010 – 06.03.2011	Teure Köpfe. Lisiewski – Hofmaler in Anhalt- Dessau und Ludwigslust	Staatliches Museum Schwerin	Staatliches Museum Schwerin

<b>Kinderveranstaltungen</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
19.08.2010	Kinderfest der Verkehrswacht	Mecklenburgstraße, Schmiedestraße, Marktplatz	Verkehrswacht

<b>Kabarett- und Comedy</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
08.01.2010	Bauer Karl	Speicher	LH SN
15.01.2010	MTS	Speicher	LH SN
22.01.2010	Wolfgang Trepper	Speicher	LH SN
26.03.2010	Podewitz	Speicher	LH SN
19.08.2010	Hans Scheibner	Speicher	LH SN
01.10.2010	Academixer	Speicher	LH SN

<b>Musicals und Shows</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
02.01.2010	ABBA 99 Show	Speicher	LH SN
05.02.2010	Janis Joplin Show	Speicher	LH SN

<b>Opern, Theater, Bühne</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
05.03.2010	Theater Theken Nacht	Innenstadt	Theater
25.06. – 06.08.2010	Schlossfestspiele „Macht des Schicksals“	Alter Garten	Mecklenburgisches Staatstheater
14.07.-17.07.2010	7. Mueßer Kasperjade	Freilichtmuseum Mueß	Theater / Puppentheater E-Werk
07.08.-08.08.2010	Puppen im Park	Schlossgarten	Theater/Puppentheater E-Werk

<b>Feste</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
28.02.2010	Festakt	Mecklenburgisches Staatstheater	Stadt in Zusammenarbeit mit MST
08.05.2010	Bundesweite Veranstaltung des Deutschen Roten Kreuz: „Ein Rotes Kreuz für alle“	Markt, Schlachtermarkt	DRK-Landesverband
04.06.-06.06.2010	Festwochenende 850 Jahre Schwerin	Innenstadt	LH SN
03.07.2010	Christopher Street Day	Südufer Pfaffenteich	CSD Schwerin e. V.
10.07. – 11.07.2010	Inselfest Kaninchenwerder	Insel Kaninchenwerder	Stadtwerke
14.08.-15.08.2010	Mecklenburg-Vorpommern-Tag	Altstadt	Staatskanzlei
27.09. - 29.08.2010	Winzerfest	Marktplatz	Weingut Koch, Neumagen-Dhron
09.09. - 12.09.2010	Altstadtfest	Pfaffenteich, Altstadt	Wölk Eventservice GmbH
03.10.2010	20 Jahre Tag der deutschen Einheit	Markt	LH SN
12.11.2010	Abschlussveranstaltung – Lichterfest	Altstadt	LH SN/Stadtwerke

<b>Messen, Versammlungen, Lesungen, Vorträge</b>			
<b>Datum</b>	<b>Veranstaltung</b>	<b>Ort</b>	<b>Veranstalter</b>
30.05.2010	Gottesdienst	Berliner Platz	Kirchen
12.06.2010	Tag der offenen Tür im Konservatorium	Konservatorium	LH SN
Oktober / November	Schweriner Literaturtage	Städtische Einrichtungen	LH SN

## Anlage 2

### 850 Jahre Schwerin im Jahr 2010

#### Sponsoringkonzept (Entwurf)

Nach dem für Schwerin erfolgreich verlaufenen BUGA Jahr 2009 steuert die Landeshauptstadt einem weiteren kulturellen, touristischen und darüber hinaus stadtgeschichtlichen Großereignis entgegen.

Im Jahr 2010 jährt sich zum 850. Mal die Gründung der Stadt und - wie schon die Bundesgartenschau 2009 - wollen die Schwerinerinnen und Schweriner dieses Ereignis als ein Fest mit Gästen und Freunden feiern.

Der Schwung, den die Landeshauptstadt mit der Vorbereitung und Durchführung der Bundesgartenschau aufgenommen hat, soll weiter tragen, das Bild der Stadt und ihrer gastfreundlichen Bewohner, das sich bei vielen Besuchern eingepreßt hat, soll dauerhaft weiter wirken.

Durch den großen Besucherzustrom aus der Veranstaltung der Bundesgartenschau im Jahr 2009, den Nachklang der positiven Eindrücke, die die Besucher mitgenommen haben und die starke mediale Präsenz hat die Stadt bundesweit und darüber hinaus deutlich an Bekanntheit gewonnen und ist als lohnendes Reiseziel fest platziert.

Deshalb will die Landeshauptstadt sich nicht nur mit einem Festakt selbst feiern, sondern das ganze Jahr 2010 mit vielen Freunden und Partnern in der Stadt zu einem ganzjährigen Event gestalten.

Um den eigentlichen Jahreshöhepunkt mit Geschichtsfesten und Festumzug herum sollen möglichst viele kulturelle und sportliche Ereignisse, die in diesem Jahr stattfinden, unter der Dachmarke „850 Jahre Schwerin“ zu einer ganzheitlichen Veranstaltungs- und Marketingstrategie zusammengeführt werden.

1. ist das erforderlich, um die Organisatoren und Akteure der einzelnen Events als Partner und Mitgestalter der 850 Jahr Feier zu gewinnen, die im Umkehrschluss an den Aktivitäten zum Festjahr partizipieren;
2. können dadurch die Kräfte und Ressourcen der Stadtmarketinggesellschaft, der Projektgruppe „850 Jahre Schwerin“ und anderer Marketingträger gebündelt, Parallelarbeiten vermieden werden;
3. kann so ein Veranstaltungspaket zusammengestellt werden, das für potenzielle, Lieferpartner, Gastronomen und Sponsoren eine wirtschaftlich interessante Größe erhält;
4. Vervielfacht sich auf diese Weise die Wirkung der 850 Jahrfeier als Marketingplattform für potenzielle Sponsoren.

#### Das Festjahr als Präsentationsformat für Sponsoren

Das Stadtjubiläum und die darum gruppierten Veranstaltungen und Marketingaktionen werden noch wesentlich geprägt sein von den nachklingenden Eindrücken der Bundesgartenschau 2009.

Für Sponsoren, die bereits bei der Bundesgartenschau 2009 präsent waren, wäre ein erneutes Engagement beim Stadtjubiläum mit großem Wiedererkennungswert und Bindungswirkung für Ihr Unternehmen verbunden.

Die mit der Präsenz bei der Bundesgartenschau gewonnene Aufmerksamkeit und der durch die Verbundenheit zur Bundesgartenschau gewonnene Imagezuwachs können kontinuierlich fortgesetzt werden.

Neu gewonnene Sponsoren werden durch ihren gemeinsamen Werbeauftritt mit den „Traditionellen“ sofort deutlicher wahrgenommen.

Das Sponsoring Engagement für die Veranstaltungen zur 850 Jahr Feier Schwerins ermöglicht:

- neue Zielgruppen zu akquirieren,
- in traditionellen Zielgruppen das Image weiter zu pflegen, zu profilieren und die Bindung zu festigen,
- Umsatzzuwächse durch den Erwerb exklusiver Lieferrechte zu erzielen,
- die Einbindung von Produkten oder Dienstleistungen des Sponsors in die Infrastruktur und die Abläufe der Veranstaltungen,
- direkte Unternehmenskommunikation mit den Besuchern der Veranstaltungen und den Gästen der Stadt,
- die mediale Präsenz der Veranstaltung in einer Landeshauptstadt zu nutzen,
- Präsentations- und Marketingvorteile gegenüber dem Wettbewerb.

### Die 850 Jahrfeier der Landeshauptstadt Schwerin – Ihr Marketingportal

Präsentationen/ Publikationen	Anzahl	Gäste/ Kontakte	Berichterstattung, Auflage Vertrieb
Eröffnungs- u. Abschlussveranst.	Je 1	600	Rundfunk, Fernsehen Tagespresse bundesweit und Regional
Kultur- und Sportveranstaltungen	ca. 250	500.000	Tagespresse regional, z.T. Rundfunk u.FS.
Tagungen/ Konferenzen	ca. 10	3.000	Tagespresse regional
Messen	ca. 10	1.000.000	Tagespresse bundesweit Fernsehen, Fachzeitschriften Magazine
Flyer	1	1.000.000	500 000
Programmheft	1	200.000	100.000
Redaktionelle Artikel	10	1.000.000	Tagespresse, Anzeigenzeitungen, Kundenmagazine regional und bundesweit
website	1	1.500.000	bundesweit / Jahr
Großformatige Anzeigen	5	1.000.000	Tageszeitung / Reisemagazine,
Großplakate	3	500.000	Schwerin, Hamburg, Berlin
Plakate	10	1.000.000	Mecklenburg- Vorpommern,

			Brandenburg, S-H, Sa.- Anh. NDS
Thematische Ausstellungen	5	100.000	Schwerin, ECE Center bundesweit
Fahnen	100	250.000	SN, SN- Umland
Banner	20	250.000	SN, SN- Umland
Festmappe	1	1.000	SN
Bildband	1	20.000	SN, bundesweit

### **Ihr individuelles Leistungspaket**

Die Vielfalt und Effektivität der Kommunikationsmöglichkeiten wird in der Bewertung durch die Sponsoren, Förderer und Partner der 850 Jahrfeier Schwerin 2010 sehr unterschiedlich wahrgenommen werden.

Entscheidend für das Engagement eines Sponsors sind der ganz individuelle Gebrauchswert der durch die Landeshauptstadt angebotenen Leistungsbausteine und deren Kombination zu einem anhaltend wirkungsvollen Marketinginstrument.

Nach ihren jeweils eigenen Bedürfnissen und gestützt auf die fachliche Erfahrung der Veranstaltungs- und Marketingmacher kann für jeden einzelnen Sponsor, Förderer und Partner ein preis- leistungsgerechtes Leistungssortiment zusammengestellt und vertraglich gebunden werden.

Dabei umfasst das Leistungspaket der Landeshauptstadt nicht nur die einmalige Definition und materielle Sicherstellung der Einzelleistungen sondern schließt den Anspruch des Sponsors auf durchgängige personelle Betreuung während der gesamten Vertragslaufzeit ein.

Soweit gewünscht und vereinbart kann eine qualifizierte, abschließende Dokumentation des Sponsoringengagements inkludiert werden.

	Leistung	Medienpartner	Premiumsponsor	Hauptsponsor	Sponsor	Förderer
1	Verwendung der offiziellen Titel "Premiumsponsor, Hauptsponsor, Sponsor, Förderer"	x	x	x	x	x
2	Eigenpräsentation bei Veranstaltungen der LHS	x	x	x		
3	Wort- und Bildmarke auf Sponsorentafel im Stadthaus	x	x	x	x	x
4	eigene Promotionaktionen im Stadtgebiet und bei Eigenveranstaltungen der LHS	x	x	x		
5	Präsentation in der Festbeilage der SVZ	x	x	x		
6	Wort- und Bildmarke auf allen offiziellen Printerzeugnissen der Projektgruppe	x	x	x		
7	Präsentation von eigenen Veranstaltungen im Festjahresprogramm	x	x	x		
8	Wort- und Bildmarke auf dem Veranstaltungsstadtplan	x	x	x	x	
9	Fahnen und Banner je 3 Stück im Stadtgebiet	x	x	x		
10	Link zur eigenen website	x	x	x	x	
11	Möglichkeit der Eigendarstellung auf der Sposorensseite der Internetpräsenz	x	x	x		
12	Logo auf der Internetpräsenz	x	x	x	x	x
13	Banden, Zäune, Werbeflächen an städtischen Veranstaltungsplätzen	x	x	x	x	
14	namentliche Nennung bei Projektförderung	x	x	x	x	x

**Kontakt:**

Landeshauptstadt Schwerin  
Projektgruppe 850 Jahrfeier  
Am Packhof 2 - 6  
19053 Schwerin  
Telefon: 0385 545 1658  
Fax: 0385 545 1429  
e- mail: [dr.kadler.projekte@t-online.de](mailto:dr.kadler.projekte@t-online.de)  
Internet: [www.schwerin.de](http://www.schwerin.de)

Ihr persönlicher Ansprechpartner:

Dr. Joachim Kadler