



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 13. Juli 2016, 21:00 Uhr

Grußwort

des
Bayerischen Staatssekretärs
für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

Franz Josef Pschierer

anlässlich

der Verleihung des
Stadtmarketingpreises 2016

am 13. Juli 2016
in München

I. Herzlich willkommen im Ludwig-Erhard-Festsaal.

- Wir verleihen heute bereits zum 8. Mal den Bayerischen Stadtmarketingpreis.
- Unter dem Stichwort Marketing gibt es unzählige dicke Wälzer mit noch mehr Weisheiten und klugen Sprüchen für eine richtige Marketing-Strategie.
- Ich habe mir aus diesem umfangreichen Fundus für den heutigen Termin ein Zitat herausgesucht.
- Es stammt von dem Schweizer Gründer Caspar Coppetti, der mit der Laufschuhmarke „On“ für viel Aufsehen gesorgt hat.
- Er hat gesagt: *„Es gilt nicht mehr: Geiz ist geil, sondern: Mehrwert ist geil.“*

II. Ich finde, dieses Zitat passt nicht nur für Laufschuhe.

- Es lässt sich gut auf viele andere Bereiche übertragen und ist auch für den heutigen Stadtmarketingpreis ein passendes Motto.
- Denn machen wir uns nichts vor. Der stationäre Handel wird sich im Wettbewerb mit den Online-Giganten nicht über den Preis behaupten können.
- Was unsere Einzelhändler vor Ort auszeichnet, sind Beratung, Service, der persönliche Kontakt, das Einkaufserlebnis – mit anderen Worten: der Mehrwert.
- Und wie man diesen Mehrwert schafft, zeigen die Nominierten des Stadtmarketingpreises auf ganz unterschiedliche Art und Weise.

III. Und das ist genau der richtige Ansatz!

- Denn leider sind die Innenstädte und Ortskerne auch bei uns in Bayern bedroht.
- Es gibt immer mehr Konkurrenz: nicht nur – wie angesprochen – im Online-Geschäft, sondern auch durch Fachmarktzentren auf der grünen Wiese, Shoppingcenter und Outlets am Stadtrand.
- Mit anderen Worten: Der Kampf um das sprichwörtliche Stück Kuchen wird härter.
- Unter diesem Druck kann das „System Innenstadt“ auch kippen.

Deshalb sind die Kommunen gefordert, die Innenstädte so attraktiv wie möglich zu halten.

- Genau das ist Idee hinter unserem Stadtmarketingpreis:
Den eigenen Marktplatz wieder als Mittelpunkt für Wirtschaft, Arbeit und Leben begreifen und gestalten.
 - Und ihn entsprechend zu pflegen, zu fördern und zu entwickeln.
- Denn von einer lebendigen Innenstadt profitieren letztlich alle:
Die Unternehmer, die dort ihre Läden haben. Die Menschen, die in einer Stadt nicht nur wohnen, sondern leben wollen.
- Und nicht zuletzt die Touristen, die beides wollen:
Attraktive Einkaufsmöglichkeiten und das Flair unserer historischen Städte und Gemeinden.

Dabei gilt: Je wohler sich die Leute in der Innenstadt fühlen, desto lieber kaufen sie dort ein.

- Und je mehr Umsatz dort gemacht wird, desto lohnender sind Investitionen in innerstädtische Geschäfte und Einrichtungen.
- Diese positive Wechselwirkung wollen wir nutzen! Das ist das Ziel des Bayerischen Stadtmarketingpreises!
- Es gibt ihn schon seit 2005. Er war von Anfang an eine Gemeinschaftsinitiative vieler Initiatoren, Partner und Sponsoren:
- Mein erster Dank geht in diesem Zusammenhang an die Initiatoren des Preises:
die CIMA Beratung + Management GmbH, den Handelsverband Bayern, den Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern sowie die Wirtschaftsjunioren.

IV. Sie alle haben gemeinsam mit meinem Haus diesen Preis erneut ausgelobt.

- Herzlichen Dank für Ihr beständiges Engagement!
- Bedanken möchte ich mich auch bei den Sponsoren. Viele sind schon seit Jahren dabei:
 - der Sparkassenverband Bayern.
 - Fokus Development.
 - die Günther Rid Stiftung für den Einzelhandel.
- Und ich freue mich, dass wir mit Essert Illuminationen einen neuen Sponsor im Kreis begrüßen zu können.
- Ihnen allen herzliches Vergelt´s Gott für Ihre Unterstützung.

V. Nicht unerwähnt lassen möchte ich unsere wichtigen Partner

- Den Bayerischen Gemeindetag.
- Den Bayerischen Städtetag.
- Den Bundesverband für City- und Stadtmarketing.
- Sowie das Institut für City- und Regionalmanagement.
- Namentlich nennen möchte ich Frau Kirsten Rosenthal von der CIMA. Sie haben auch heuer wieder das Projekt mit viel Einsatz und Herzblut betreut.
- Herzlichen Dank an Sie und an alle Beteiligten für ihr großes Engagement bei der Vorbereitung und Durchführung dieser Veranstaltung!

Dieses Engagement zahlt sich aus!

- Das zeigen die zahlreichen Bewerbungen in diesem Jahr. Stadtmarketing wird in immer mehr bayerischen Städten aktiv gelebt.
- Dabei freut mich besonders, dass viele Bewerbungen Kooperationen sind: Kommunen, Gewerbetreibende und Bürger ziehen an einem Strang.
- Ihr gemeinsames Ziel ist es, die Stärken des Standorts auszubauen und geschickt zu präsentieren.
- Das ist gut so. Das macht unsere Städte unverwechselbar und erfolgreich.

Auch beim Stadtmarketing gibt es neue Trends.

- Der Megatrend unserer Zeit ist die Digitalisierung. Dies gilt auch für den Einzelhandel.
- Und so sympathisch mir alle „Buy local“-Initiativen sind, langfristig werden sie allein nicht helfen.

- Die Digitalisierung ist zweifelsfrei eine Gefahr für den stationären Handel, sie bietet aber auch große Chancen.
- Dazu muss der stationäre Handel die digitalen Instrumente nutzen!

Das beginnt bei der Online-Präsentation des eigenen Geschäfts.

- Die Reichweite geht dann weit über die eigene Region hinaus und bietet eine Vielzahl von Informationen:
- Wann ist das Geschäft offen, wie sieht es aus, was kann ich erwarten, wer bedient mich? Empfehlen mir andere Kunden dieses Geschäft?
- Eine weitere digitale Möglichkeit ist der Onlineverkauf.
- Nehmen Sie z.B. den Touristen, der von unseren bayerischen Schmankerln begeistert war. Der freut sich, wenn er diese auch im Internet findet und sich nach Hause schicken lassen kann.

VI. Und die digitalen Möglichkeiten gehen noch weiter.

- Etwa indem man das eigene Sortiment durch den Einsatz von Tablets oder Virtual Reality platzsparend erweitert.
- So werden Informationen gebündelt und Waren auf ganz neue Art erlebbar gemacht.
- Die Digitalisierung bietet die Möglichkeit, direkt mit den Kunden über die sozialen Medien zu kommunizieren, seine Wünsche besser zu erfassen und ihn zum Partner zu machen.

VII. Aber auch wir als Politik leisten einen Beitrag, um dem Einzelhandel beim Weg ins digitale Zeitalter zu helfen.

- Das ist der Anspruch von Ilse Aigner und mir.
- Wir haben die Digitalisierung zu einem klaren Schwerpunkt unserer politischen Agenda gemacht.
- Und gerade auch den Einzelhandel haben wir hier fest im Blick. Ich möchte hierzu auf einige Punkte näher eingehen.
- Wir haben im vergangenen Jahr eine große E-Commerce Studie beim Regensburger Ibi-Institut in Auftrag gegeben.
- Die Ergebnisse sind eindeutig. Es ist von einem weiter spürbar steigenden Anteil des E-Commerce am Umsatz des Einzelhandels auszugehen. Besonders im Nonfood-Handel wird der E-Commerce weiter stark wachsen.

VIII. Besonders bemerkenswert ist dabei Eines:

- Die Zukunft gehört eher dem Multichannel als dem pure-playern.
- Denn der Kunde will beides: Stationär und Online! Das ist die Chance für Städte und Mittelstand!
- Wir müssen daher Wege finden, Handel und Innenstädte fit für das Internet zu machen.

IX. Hilfreich auf diesem Weg ist unser neues Modellprojekt „Digitale Einkaufsstadt Bayern“.

- Damit haben wir drei Modellkommunen in die Förderung genommen: Coburg, Günzburg und Pfaffenhofen an der Ilm gehen voran, andere sollen folgen.
- Zusammen mit den Experten von CIMA, elaboratum und der BBE Handelsberatung werden wir den Kommunen über zwei Jahre hinweg mit Rat und Tat zur Seite stehen.
- So wollen wir gemeinsam Instrumente erarbeiten, die für den Handel in ganz Bayern Vorbild sein können.

X. Wir wollen stationären Handel mit dem Online-Handel verknüpfen: mit starken Händlergemeinschaften.

- Kräfte bündeln – das ist das Motto.
- Ich bin sicher: Von den dort entwickelten best-practice Beispielen werden viele Kommunen in ganz Bayern profitieren.
- Meine sehr geehrten Damen und Herren, wichtig für uns ist nicht ein Gegeneinander von On- und Offline-Handel.
- Uns geht es um die Bewahrung und Fortentwicklung unserer mittelständischen Einzelhandelslandschaft, auch unter den neuen Bedingungen der Digitalisierung.
- Auch wenn Amazon oder Zalando sicherlich ihre Meriten haben – wir können und wollen ihnen den Einzelhandel der Zukunft nicht allein überlassen!

XI. Mit Ihrem Einsatz als Stadtmarketing-Experten können wir das bewerkstelligen.

- Und die zahlreichen Bewerbungen zum Stadtmarketing-Preis zeigen, dass Sie hierfür viele gute Ideen haben.
- Für die Jury war die Auswahl wieder besonders schwierig: Nicht nur aufgrund der Vielzahl, sondern auch aufgrund der Qualität der Bewerbungen.
- Ich gratuliere allen 12 Städten, die es in die Endrunde geschafft haben.
- Sie alle sind damit – ob sie nun heute gewinnen oder nicht – durch ihre Aktionen Vorbilder im Stadtmarketing.
- Freue mich auf die Preisverleihung und wünsche Ihnen allen weiterhin alles Gute! Vielen Dank!