



Mittelstand

Aiwanger: "Gewinner überzeugen durch innovative Projekte"

17. Juli 2020

MÜNCHEN Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger hat sechs Kommunen aus dem Freistaat mit dem diesjährigen Stadtmarketingpreis Bayern ausgezeichnet. Die Gewinnerstädte Fürth, Friedberg, Gunzenhausen und Nabburg sowie die Sonderpreisträger Schweinfurt und Ebermannstadt überzeugten die Fachjury mit innovativen Projekten. Der vom bayerischen Wirtschaftsministerium geförderte und vom Handelsverband Bayern e.V. zusammen mit dem Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern e.V. initiierte Preis wurde zum zehnten Mal verliehen – erstmals auch in der Kategorie „Corona-Projekte für Stadt und Handel“.

„Bayerns Innenstädte unterliegen einem hohen Veränderungsdruck, der durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie nochmals zugenommen hat. Kommunen und Handelswelt müssen den Wandel aktiv gestalten und insbesondere die Zukunftschancen aus der Digitalisierung ergreifen“, sagte Minister Aiwanger anlässlich der Preisverleihung, „das Stadtmarketing übernimmt dabei die entscheidende Rolle des Koordinators und Managers für die Zusammenarbeit aller städtischen Akteure. Die Gewinner, aber auch alle anderen Teilnehmer, die sich diesem Wettbewerb gestellt haben, zeigen eindrucksvoll, wie intelligente und innovative Konzepte für die Belebung der Innenstädte und des öffentlichen Raums heute funktionieren.“

Das Interesse am Wettbewerb war auch im Jubiläumsjahr ungebrochen. Von 39 Bewerbern schafften es bei vier Größenkategorien, in denen der Preis vergeben wird, jeweils drei in die Endauswahl. Beim erstmals ausgelobten Sonderpreis „Corona-Projekte für Stadt und Handel“ waren es zwei Städte, die sich gegen 16 weitere Bewerber durchsetzen konnten und in die Schlussrunde einzogen. Neben der Projektidee bewertete die Fachjury die Wirkung auf Image und Attraktivität, den Innovationscharakter und die Vorbildfunktion, das Kosten-Nutzen-Verhältnis sowie die Einbindung in die örtliche Stadtmarketing-Strategie.

In der Kategorie 1 – Städte bis 10.000 Einwohner – traten sechs Bewerber an, wovon Nabburg, Teuschnitz und Ebermannstadt in der Endauswahl landeten. Zum Sieger

kürte die Jury Nabburg in der Oberpfalz, wo mit der Imagekampagne „Nabburg – Unsere Stadt“ ein sympathisches Identifikationsprojekt für den ganzen Ort geschaffen wurde. Die Plakataktion mit bekannten Persönlichkeiten der Stadt lehnt sich an berühmte Gemälde, Filmszenen und Plattencover der vergangenen Jahrzehnte an. Durch die gelungene Kombination aus Bildsprache und örtlichem Leistungsangebot wirken die Botschaften sehr authentisch, so die Jury.

In der Kategorie 2 – Städte von 10.000 bis 20.000 Einwohner – waren zwölf Bewerbungen eingegangen. In der Schlussrunde standen Ochsenfurt, Lohr am Main und der Preisträger Gunzenhausen, der mit dem „Digitalen Adventskalender“ eine kreative Idee für die eigenen Social-Media-Aktivitäten entwickelt hat. Jeden Tag wurde ein Video mit einem Gedicht veröffentlicht, gelesen von einer Gunzenhausener Persönlichkeit oder einem Unternehmer. Der Video-Adventskalender entwickle das schon länger bestehende Projekt „Winterzeit“ auf emotionale und überzeugende Art weiter, urteilten die Juroren.

Das schwäbische Friedberg stach in der Kategorie 3 – Städte von 20.000 bis 50.000 Einwohner – insgesamt zehn Bewerber aus, darunter die für die Schlussrunde nominierten Kitzingen und Amberg. Dank des neuen Formats mit Themenschwerpunkten wie Blumen-, Früchte-, oder Kürbisfest konnte die Tradition der Marktsonntage erfolgreich wiederbelebt werden. Die Gemeinschaftsaktion erforderte viel ehrenamtlichen Einsatz und wird von der Jury mit dem Stadtmarketingpreis 2020 belohnt.

In der Kategorie 4 – Städte über 50.000 Einwohner – verwies Fürth mit dem Projekt „Fürther Markt – Schnabulieren 2.0“ Bayreuth und Würzburg auf die zweiten Plätze. Durch ein überarbeitetes Wochenmarkt-Konzept mit modernen und mobilen Ständen und einem attraktiven Angebot wurde ein neuer Treffpunkt für die Menschen in Fürth geschaffen. Die Stadt habe mit ihrer Investition Verantwortung übernommen und einen wichtigen Impuls für eine qualitativ hochwertige Entwicklung der Handelslandschaft gesetzt, hob die Jury hervor.

Beim neu geschaffenen und erstmals verliehenen Sonderpreis „Corona-Projekte für Stadt und Handel“ befand die Jury einstimmig, dass beide Projekte in der Endauswahl ausgezeichnet werden. Das Gutschein-System aus Ebermannstadt „EBSer Solidarität“ überzeugte, da es den ortsansässigen Handel fördert und gleichzeitig die Arbeit der lokalen „Corona-Helden“ wertschätzt. Schweinfurt stach mit der Digitalisierungsoffensive „Schweinfurt ist online“ heraus, die in einem systematischen 10-Schritte-Programm die Angebote der lokalen Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister bündelt und sichtbar macht. Besonders innovativ ist dabei der taggleiche Auslieferungsservice.

Alle 14 bei der Preisverleihung anwesenden Nominierten erhielten eine Urkunde. Die Gewinner in den vier Kategorien dürfen sich zusätzlich über Blühpflanzen des Jubiläumssponsors Flower and Shower für die Innenstadt und einen Gutschein für ein

Webinar freuen. Der Corona-Sonderpreis ist mit jeweils 1.500 Euro dotiert.

Der Stadtmarketingpreis wird seit 2005 vergeben und vom bayerischen Wirtschaftsministerium gefördert. Die Initiatoren sind der Handelsverband Bayern e.V. und der Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern e.V. Zu den langjährigen Partnern und Unterstützern gehören der Sparkassenverband Bayern, die Rid Stiftung, Fokus Development und Essert Illuminationen. Die Fachliche Betreuung und Organisation liegt in den Händen der CIMA Beratung und Management GmbH.

Weitere Informationen: www.stadtmarketingpreis-bayern.de

Link zur Mediathek mit Fotos von der Verleihung:
www.stmwi.bayern.de/service/mediathek/fotos/foto/pm/43626/

Pressekontakt

Thomas Assenbrunner

stv. Pressesprecher

089 / 2162 2507

thomas.assenbrunner@stmwi.bayern.de

Pressemitteilung-Nr. 186/20