

Kategorie: Stadtgröße über 50.000 Einwohner

Laudatio: Erich Wagenlehner / Multi Development Germany GmbH

Nominiert:

- ⇒ Stadtmarketing Bamberg: Bamberg-Deutschlands schönstes Kaufhaus
- ⇒ City Marketing Passau: Flächenmanagement Passau
- ⇒ Würzburg/Schweinfurt: Die Qualitätsroute

Die Beiträge in der Kategorie Stadtgröße über 50.000 Einwohner zeigen unterschiedliche Wege, wie den Herausforderungen durch die strukturellen Umbrüche im Einzelhandel begegnet werden kann. Im Mittelpunkt steht dabei das gemeinschaftliche Engagement aller Beteiligten, das entscheidend zur Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Einkaufsstandorte beiträgt.

So führt Bamberg als das schönste Kaufhaus Deutschlands, nicht nur die „Abteilung“ Innenstadt, sondern vereint auch ein interkommunales Gewerbegebiet, drei Einkaufszentren und die angrenzende Stadt Hallstadt unter dem gemeinsamen Dach. Unter dem Motto „Kräfte bündeln - Stärken betonen“ wird die Einkaufsregion Bamberg als Ganzes und über die Stadtgrenzen hinaus bekannt und erlebbar.

Aktive Betriebsansiedlung, Leerflächen-Management, und Branchenmix-Optimierung auf dem Fundament von aktuellen Standortkennzahlen kennzeichnen das Flächenmanagement, das in Passau initiiert wurde. Unter der Federführung des Stadtmarketings wurde eine Plattform geschaffen, bei der alle betroffenen Gruppen zusammenarbeiten mit dem Ziel ansiedlungswillige Unternehmen kompetent zu beraten.

In Würzburg und Schweinfurt hat sich die Idee der Qualitätsroute inzwischen zu einem echten Markenzeichen entwickelt. In beiden Innenstädten verbindet das Netzwerk inhabergeführte Fachgeschäfte, die sich durch besondere Kompetenz, Kundenorientierung und Qualität auszeichnen.

Bei allen drei Kandidaten steht der Kooperationsgedanke im Mittelpunkt, sei es innerhalb eines Standortes oder über Stadtgrenzen hinweg. Dies zeigt: Nur durch gemeinsames Handeln ist erfolgreiches Stadtmarketing möglich.

Nach Meinung der Jury verdienen vor allem der strategische Ansatz und die Umsetzung im Siegerprojekt eine besondere Anerkennung und Auszeichnung. Der Fokus liegt dabei weniger auf der Momentaufnahme; vielmehr ist das Projekt als nachhaltiger Prozess zur qualitativen Weiterentwicklung des Standortes Innenstadt angelegt.

Der Bayerische Stadtmarketingpreis 2010 in der Kategorie Stadtgröße über 50.000 Einwohner geht daher an

Die Qualitätsroute Würzburg/Schweinfurt

Kategorie: Stadtgröße 30-50.000 Einwohner

Laudator: Roland Wölfel / Cima Beratung + Management GmbH

Nominiert:

- ⇒ City-Marketing Ansbach e.V.: Häuser erzählen – Ansbacher Geschichten
- ⇒ Altstadt-Initiative Hof: Der Rote Teppich von Hof
- ⇒ Straubinger Ausstellungs- und Veranstaltungs GmbH: Straubinger Winterzauber

In der Kategorie Stadtgröße 30.-50.000 Einwohner zeichnen sich die Nominierten aus Sicht der Jury durch diverse besonders anerkennenswerte Schwerpunkte aus.

In Ansbach hat die unkonventionelle Herangehensweise beim Thema Leerstandsmanagement, die Vernetzung der bis dahin meist nicht gemeinsam agierender Akteure „Theater & Hauseigentümer“ zu einem erfolgreichen, sympathischen Projekt geführt. Dieses kann zudem als Modell für andere Städte dienen und auch vor Ort mit unterschiedlichen Facetten und Akteuren weitergeführt werden.

In Hof hat man unter dem Motto „Reagiert statt Frustriert“ die Zukunft der Innenstadt nach dem Scheitern des Hofer Himmels kurzfristig selbst in die Hand genommen. Dass hier nicht in Schockstarre verharrt wurde, sondern stattdessen innerhalb kürzester Zeit wieder Ideenreichtum, Elan und Einsatzbereitschaft herrschten, ist durchaus beeindruckend. Jeder weiß, dass das Wiederaufstehen nach einem Fallen das Schwierigste ist.

In Straubing zeigt sich, was die professionelle Vernetzung vieler Partner bewirken kann. Die Vielfalt der Angebote, die Ansprache verschiedener Zielgruppen und insbesondere das überwiegend nicht kommerzielle, familienfreundliche Angebot ruhen auf mehreren Säulen. Diese Konstruktion wird durch die Bewerber getragen und bekommt so den für eine erfolgreiche Durchführung notwendigen Halt. Die positiven Umfragewerte unter den Besuchern bestätigen den Erfolg des Winterzaubers.

Vereint sind alle drei nominierten Projekte in ihrem Bestreben, nachhaltig das Image der Innenstadt zu verbessern, sei es als Einkaufsziel und Aktionsbühne, als Identifikationspunkt für die Bürger oder als weihnachtlicher Besuchermagnet über die Grenzen der Stadt hinaus.

Letztendlich war es der Innovationscharakter, der die Jury zur Entscheidung führte. Bei dem ausgezeichneten Projekt hofft die Jury, dass diese Geschichten nur der 1. Band in einer erfolgreichen Reihe von Ansbacher Erzählungen sind.

Der Bayerische Stadtmarketingpreis 2010 in der Kategorie Stadtgröße 30-50.000 Einwohner geht daher an

City-Marketing Ansbach e.V.

Kategorie: Stadtgröße 15.-30.000 Einwohner

Laudatio: Andrea Bastian / Sparkassenverband Bayern

Nominiert:

- ⇒ Stadt Bad Tölz/Tölzer Kasladen: Käsefestival Bad Tölz
- ⇒ Förder- und Werbegemeinschaft Herzogenaurach e.V.:
Schaufenster Herzogenaurach
- ⇒ Stadt Penzberg / Projektgruppe „Erlebnis Beruf“: „Erlebnis Beruf“ Ansichten der
Penzberger Geschäftswelt – ein Projekt für Baustellenmarketing

In der Kategorie Stadtgröße 15.-30.000 Einwohner wird deutlich, welche große Bedeutung das Engagement der privaten Seite für die Mitfinanzierung, die Weiterentwicklung und schließlich den Erfolg jedes Stadtmarketings heutzutage spielt.

Da gibt es einen engagierten Verein, der es vor allem durch ein beeindruckendes ehrenamtliches Engagement schafft, ein lokales Informationsblatt in Eigenregie so aufzuwerten und zu vermarkten, dass die für das Stadtmarketing gekürzten öffentlichen Mittel dank dieser neuen Einnahmequelle wieder ausgeglichen werden können.

Da gibt es einen aus der Händlerschaft initiierten kleinen Kreis, der ein erfolgreiches Festival ins Leben ruft. Mit einer Vielzahl von Partnern aus Stadt und Region wird eine Plattform geschaffen, die der Präsentation der heimischen Wirtschaft dient, Tradition und Moderne verknüpft, so neue Zielgruppen erschließt und schließlich allen Beteiligten über die Zusammenarbeit einen Mehrwert bringt.

Und da gibt es ein bereits im Jahre 2004 von der Stadt einmal ins Leben gerufenes Projekt, das den Spagat zwischen Innen- und Außenmarketing auf originelle Weise schafft. Die überarbeitete Wiederaufnahme dieses Projektes in 2010 ist aber nur möglich, durch innovative Säulen der Neufinanzierung. Finanzielles Risiko sowie die Verantwortung für Konzeption und Durchführung tragen nun einige Unternehmer vor Ort, die das Projekt professionell weiterentwickeln und den aktuellsten Entwicklungen anpassen.

In allen drei nominierten Beispielen ist die Unterstützung von Seiten der Stadt durch Startkapital oder sonstige finanzielle Mitwirkung gesichert, der Dialog zwischen beiden Seiten fest installiert. Derartige Privat-Öffentliche-Partnerschaften sind in Zeiten knapper öffentlicher Kassen sicher zukunftsweisend.

Die Jury meint, dass die Zusammenarbeit im Siegerprojekt besonders aner kennenswert und vorbildlich ist. Darüber hinaus führte die gelungene Kombination zweier verschiedener Ansätze wie die Vernetzung der örtlichen Wirtschaft und die Maßnahmen im Rahmen eines Baustellenmarketing zu der Entscheidung der Jury.

Der Bayerische Stadtmarketingpreis 2010 in der Kategorie Stadtgröße 15.-30.000 Einwohner geht daher an

Stadt Penzberg und die Projektgruppe „Erlebnis Beruf“

Kategorie: Stadtgröße bis 15.000 Einwohner

Laudatio: Peter Habit /
Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel

Nominiert:

- ⇒ Stadt Landau an der Isar: Landau a.d. Isar – meine Einkaufsstadt
- ⇒ Stadt Neunburg vorm Wald / Initiative Kunstverein Unverdorben:
Neues Leben im Hirschenwirt – Kunst und Kultur als Zwischennutzung
- ⇒ Gewerbeverband und Stadt Weißenhorn:
Wir in Weißenhorn – Kennen Sie die Schokoladenseiten...?

In der Kategorie Stadtgröße 15.000 Einwohner war die Jury von der Vielzahl und Qualität der Beiträge sehr beeindruckt. Die Projekte, die hier von den „Kleinsten“ eingereicht wurden – die geringste Einwohnerzahl lag bei gerade mal 6.000 – können sich durchaus mit den Wettbewerbsbeiträgen aus den anderen Kategorien messen. Zudem bewarben sich hier 10 Kommunen und/oder Organisationen um den Preis, die Konkurrenz in dieser Kategorie war also vergleichsweise größer und daher sollte die Nominierung umso deutlicher als eine Auszeichnung für hervorragende Arbeit verstanden werden.

Zwei der nominierten Projekte nutzen das Potential der Menschen vor Ort als ideale Botschafter für ihre Stadt. Diese personalisierte Werbung schafft es, das Wir-Gefühl zu stärken, die Bedeutung der Städte als Einkaufsort zu transportieren und so letztlich das Standortimage positiv zu beeinflussen.

Das gesamte Konzept, das Weißenhorn unter dem Slogan „Wir in Weißenhorn“ führt, enthält mehrere perfekt durchgeplante Einzelbausteine, die schon für sich genommen eine Bewerbung wert gewesen wären. Die Zusammenarbeit zwischen Stadt und Handel ist hierbei vorbildlich.

Die Kampagne in Landau an der Isar besticht durch Humor und die Bereitschaft vieler „normaler“ Bürger, sich für ihre Stadt einzusetzen. Die hohe Identifikation der Bürger mit Ihrer Stadt ist ablesbar und sehr glaubwürdig.

Auch in dem dritten nominierten Projekt steht die Stärkung der lokalen Wirtschaft im Vordergrund, der Weg ist jedoch ein anderer. Im Rahmen eines umfassenden Stadtmarketings mit dem Ziel, lebendige Innenstädte und Ortskerne zu erhalten bzw. zu schaffen, spielen im Hinblick auf eine vitale Funktionsvielfalt neben dem Handel auch gastronomische und kulturelle Angebote eine bedeutende Rolle. Das Wegfallen von diesen Einrichtungen geht einher mit entsprechenden Leerständen in meist sehr zentralen Lagen - ein großes Problem für das gesamte Ortsleben. Dass es in dem nur knapp 9.000 Einwohner großen Neunburg vorm Wald gelungen ist unter Einbindung von Stadt, Vereinen, Immobilienbesitzern, lokalen Unternehmen und Künstlern eine Perspektiv-Nutzung zu schaffen, die den Bereich aufwertet und zudem eine Impulswirkung für weitere Projekte in der Altstadt hat, ist daher eine besonders beachtliche Leistung.

Die Jury möchte mit Ihrer Wahl des Siegers ein Zeichen für ganzheitliches Stadtmarketing setzen und die Anstrengungen aller Beteiligten in einer sehr kleinen Kommune besonders würdigen.

Der Bayerische Stadtmarketingpreis 2010 in der Kategorie Stadtgröße bis 15.000 Einwohner geht daher an

Stadt Neunburg vorm Wald / Initiative Kunstverein Unverdorben