

12 Nominierungen für den Stadtmarketingpreis Bayern 2018 stehen fest

Die ersten Würfel sind gefallen. Nach zunächst 42 Anmeldungen schafften 37 Bewerber die erfolgreiche Qualifikation. Diese wurden nun im Vorentscheid genau unter die Lupe genommen, um die 12 Nominierten der Endrunde auszuwählen.

Beim Stadtmarketingpreis geht es um gute Ideen und Inhalte, nicht um Hochglanz-Auftritte. Um dies zu gewährleisten, war heuer erstmals eine vorgegebene Muster-Präsentation als Bewerbungsgrundlage für alle verpflichtend. Die auf diesem Wege eingereichten Projekte wurden seit dem Einsendeschluss (6. April) von der Lenkungsgruppe intensiv studiert und schließlich gemeinsam im Vorentscheid (15. Mai) diskutiert und bewertet.

Eine echte Herausforderung, da die große Vielfalt naturgemäß die Vergleichbarkeit der diversen Einsendungen innerhalb einer Größenkategorie erschwert. Als roter Faden wurden die vier Bewertungskriterien, zu denen alle Bewerber aussagekräftige und detaillierte Informationen liefern sollten, herangezogen werden. Diese bildeten neben der Projektidee an sich die wesentliche Grundlage für die endgültige Auswahl.

In vier verschiedenen Größenkategorien wurden schließlich jeweils zwei bis vier Projekte nominiert. **Wer in der Endrunde ist, sehen Sie auf der nächsten Seite.**

Der große Dank der Veranstalter gilt allen Teilnehmern, die mit der Bandbreite an unterschiedlichsten Beiträgen zu der Wettbewerbsvielfalt und somit auch der Wertigkeit des Stadtmarketingpreises Bayern beigetragen haben, dieses Jahr aber leider bei den Nominierungen nicht berücksichtigt werden konnten.

Am 18. Juni haben nun alle Nominierten die Möglichkeit, ihr Projekt persönlich vor der Jury aus Vertretern aller Initiatoren, Sponsoren und Partnern vorzustellen. Wen die Jury auswählt, bleibt bis zur feierlichen Preisverleihung am 12. Juli unter Verschluss. Erst nachdem alle nominierten Projekte auf der Bühne vorgestellt wurden, wird das Geheimnis in einer Laudatio gelüftet und die Ehrung der strahlenden Sieger durch Minister Franz-Josef Pschierer kann erfolgen.

Der Stadtmarketingpreis wurde von Anfang an durch das Bayerische Wirtschaftsministerium gefördert und intensiv begleitet. Initiiert wurde der Wettbewerb erstmals 2005 vom Handelsverband Bayern, den Wirtschaftsjuvenen Bayern und dem Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern (AKCS). 2010 übernahm die CIMA Management + Beratung GmbH neben der fachlichen auch die organisatorische Verantwortung.

Die Reihe der langjährigen Unterstützer umfasst auch heuer wieder den Sparkassenverband Bayern, die Fokus Development AG, die Rid-Stiftung sowie die Firma Essert Illuminationen. Als weitere Partner sind Städte- und Gemeindetag Bayern, die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing (BCSD) sowie das Institut für City- und Regionalmanagement (ICR) seit Beginn dabei.

Alle genannten Institutionen sind auch in der Jury vertreten.

Kategorie 1 (7 Bewerber) – Größenklasse bis 10.000 Einwohner

	Projekttitle	Überzeugte durch...
Sommerhausen	Sommerhäuser Sommerakademie	<ul style="list-style-type: none"> • nochmalige Verdichtung des vorhandenen Angebots durch unaufwendige Wiederholung • Zusammenhalt und Identifikation vor Ort • Übertragbarkeit für kleine Kommunen
Obernburg	Römersommer Obernburg	<ul style="list-style-type: none"> • lebendige Vermittlung der eigenen Geschichte • kreatives und breit aufgestelltes Angebot für verschiedene Zielgruppen • erfolgreiche Bündelung der Kräfte vor Ort

Kategorie 2 (9 Bewerber) – Größenklasse 10.000 – 15.000 Einwohner

	Projekttitle	Überzeugte durch...
Ochsenfurt	Picknickwiese Ochsenfurt	<ul style="list-style-type: none"> • zündende Idee mit großer Wirkung • vorhandener Ort erhält neue Bedeutung • Stärkung heimischer Produkte
Murnau	Innovations- Quartier Murnau	<ul style="list-style-type: none"> • zeitgemäße Umnutzung ortsbildprägender Immobilie nach langem Leerstand • Bürger- und Unternehmerbeteiligung im Entwicklungsprozess • Schaffung beruflicher Perspektiven in Zukunftsbranchen
Altötting	„Pfund verlieren - Punkte kassieren“	<ul style="list-style-type: none"> • Innovative Weiterentwicklung einer bereits erfolgreichen City-Card • sehr charmante, sinnstiftende Maßnahme • große Resonanz

Kategorie 3 (12 Bewerber) – Größenklasse bis 15. - 40.000 Einwohner

	Projekttitle	Überzeugte durch ...
Moosburg	Märchen im Moosburger Advent	<ul style="list-style-type: none"> • Wertigkeit / hoher Anspruch an Qualität • passendes Storytelling für die Adventszeit • hohes ehrenamtliches Engagement
Donauwörth	DONwud – viele Kulturen – ein Fest	<ul style="list-style-type: none"> • das Setzen gesellschaftlicher Impulse • klares Statement zum Miteinander • Mut zur Verantwortung von Seiten der Beteiligten
Sonthofen	Sonthofer Jahresspiel	<ul style="list-style-type: none"> • Stärkung Gemeinschaft und Wirtschaftskreislauf • Abgrenzung von Trittbrettfahrern • sehr positives Kosten-Nutzen Verhältnis
Deggendorf	Gründung und Etablierung Stadtmarketing- organisation	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Zielstrebigkeit mit rotem Faden • vorbildlicher, klarer Auftritt • griffiges Erklären von Stadtmarketing nach Außen

Kategorie 4 (9 Bewerber) – Größenklasse ab 40.000 Einwohner

	Projekttitlel	Überzeugte durch ...
Coburg	ChristmasTree for the Queen	<ul style="list-style-type: none"> • geschickte Nutzung eines besonderen Merkmals (royaler Bezug) • professionelles Marketing erreicht europaweite Resonanz • klare Einbindung in die Stadtmarketingstrategie
Rosenheim	Adventsbus	<ul style="list-style-type: none"> • umwelt- und nutzerfreundliche Aktion • aktive und pragmatische Entschärfung eines Reizthemas • Übertragbarkeit für Städte dieser Größenordnung
Würzburg	Super Shopping Friday	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung bewährter Online-Strategien für den stationären Handel • klare Zielgruppenausrichtung • hohes Frequenz- und Umsatzplus

alles sortiert nach Stadtgrößen, keine Wertung