



Kategorie bis 12.000 Einwohner

Laudatio: Martina Stutz, Genossenschaftsverband Bayern e.V.

Sommerhausen

Sommerhausen ist nicht nur die zahlenmäßig kleinste Kommune unter den zwölf Nominierten, sie war es auch unter den ursprünglich 44 Bewerbern. Umso beeindruckender, was hier mit ehrenamtlicher Unterstützung auf die Beine gestellt wird. Willis-Schnecken-Weg entstand mit viel Liebe zum Detail und ist ein schönes Vorbild, wie sich ein familienfreundliches Angebot mit vergleichsweise geringen Mitteln in Städten jeder Größenordnung gestalten lässt.

Spalt

Mit der zentralen Anlaufstelle HopfenBierGut stärkt die Stadt ihre Marke als Hopfen- und Bierstadt im Fränkischen Seenland und schafft einen wichtigen Frequenzbringer für die Innenstadt. Die räumliche Zusammenarbeit von Stadt- und Tourismusmarketing ermöglicht dabei optimale Synergieeffekte. Das entstandene Netzwerk von Erzeugern, Händlern, Dienstleistern und Gastronomie eröffnet neue, interessante Kooperationen. Und die Ideen gehen nicht aus - wir sind gespannt auf das kommende Bierhotel!

Pöcking

Montag und Dienstag, das sind laut Umfragen die unbeliebtesten Wochentage der Deutschen. In Pöcking muss der Dienstag diesen Stempel allein tragen, denn am Montag gibt es hier im beccult ein Kulturprogramm, das sich innerhalb kurzer Zeit fest etabliert hat und großer Beliebtheit erfreut. Besonders positiv ist die Einbindung der regionalen Kulturschaffenden, denen hier eine attraktive Bühne geboten wird. Aus der Region, für die Region - in Pöcking gilt das nicht nur für Lebensmittel.

Die Jury hat entschieden,
die Siegerstadt für ihr vorbildliches Stadtmarketing auszuzeichnen.

Der 11. Stadtmarketingpreis Bayern
in der Kategorie Städte bis 12.000 Einwohner
geht nach

Spalt



Kategorie 12.000 - 20.000 Einwohner

Laudatio: Andrea Bastian, Sparkassenverband Bayern

Feuchtwangen

In Feuchtwangen freuen sich die Kids am letzten Schultag nicht nur auf die Ferien, sondern auch auf das neue #kreuzgäng Heft. Im Stil und auf dem Niveau eines groß aufgelegten Magazins, aber dabei ein reines Eigenprodukt des städtischen Stadtmarketings - das ist eine sehr beeindruckende Leistung. Das #kreuzgäng verbindet Rätselspaß, Lesefreude und Mit-Mach-Aktionen und trägt so auf innovative Art dazu bei, die Verbundenheit der jungen Generation mit ihrer Heimatstadt zu stärken.

Marktrechwitz

*Bei MAKnopoly kann man zwar keinen Grundbesitz erwerben, aber dafür läuft man auch nicht Gefahr im Gefängnis zu landen. Im Gegenteil: Die Ereignis-Sammelkarten bringen die Spieler*innen geschickt dazu, sich freier als sonst auf dem ganzen Spielfeld der Stadt zu bewegen und auch neue Areale und Geschäfte zu entdecken. Der Handel ist geschlossen und engagiert dabei, gewinnt neue Kundschaft und belohnt mit attraktiven Preisen. Eine Win-Win-Aktion, die allen Spaß macht.*

Donauwörth

*Aus Wunsch wurde Wirklichkeit. Es macht Mut, zu sehen, wie der Bedarf der Donauwörther*innen an einem Nahversorger ernst genommen wurde, indem man sie als Anteilseigner zu Verbündeten machte. In dieser Form realisiert werden konnte das Projekt aber nur durch ein hochengagiertes Netzwerk aus City-Initiative, Stadtverantwortlichen und Ehrenamt. Donauwörth hat damit Frequenz gesichert und einen neuen Treffpunkt mit ausgeprägtem Wir-Gefühl und hohem Anspruch an Nachhaltigkeit geschaffen.*

Die Jury möchte das Projekt auszeichnen, das vorbildlich aufzeigt, was zur Belebung der Innenstadt möglich ist, wenn alle vor Ort an einem Strang ziehen.

Der 11. Stadtmarketingpreis Bayern
in der Kategorie Städte 12.000-20.000 Einwohner
geht nach

Donauwörth



Kategorie 20.000 - 70.000 Einwohner

Laudatio: Simone Streller, Handelsverband Bayern e.V.

Lichtenfels

Mit der Positionierung als „Korbstadt“ hat Lichtenfels laut eigener Aussage ein Alleinstellungsmerkmal, dass auf den ersten Blick nicht so „sexy“ ist. Die Projektverantwortlichen zeigen aber eindrucksvoll, wie sie dieses Thema modern und konsequent interpretieren und neue Zielgruppen für ein sehr nachhaltiges Produkt ansprechen, womit sie erfolgreich Marke, Handel und Handwerk stärken.

Friedberg

*Das QR-Code Quiz in Friedberg entwickelt sich zum Dauerbrenner und längst gibt es Familien, die nur darauf warten, wann sie die Innenstadt wieder zur digitalen Schnitzeljagd stürmen dürfen. Die abwechselnden Themen sind kreativ und kindgerecht aufbereitet und gehen den Macher*innen sicher noch lange nicht aus. Das Projekt überzeugt zudem durch geringe Kosten und seine einfache Übertragbarkeit auch auf andere Städte.*

Amberg

Der Erfolg des Amberger Stadtlabors liegt in der im Vorfeld stattgefundenen Netzwerkarbeit begründet, die großes Interesse wecken sowie Vertrauen und Strukturen schaffen konnte. Ein fruchtbarer Boden, um diese digitalen Ansätze mit weiteren Ideen im Stadtlabor vor Ort auszubauen. So sieht moderne Wirtschaftsförderung aus, ein niederschwelliges Angebot bietet insbesondere jungen Leuten Raum zum Lernen und Experimentieren und belebt gleichzeitig mit wechselnden Angeboten die Innenstadt.

Das Siegerprojekt überzeugte die Jury mit der gelungenen Symbiose von digitalen und analogen Aktivitäten im Bereich Wirtschaftsförderung

Der 11. Stadtmarketingpreis Bayern
in der Kategorie Städte 20.000-70.000 Einwohner
geht nach

Amberg



Kategorie ab 50.000 Einwohner

Laudatio: Florian Gleich, Bayerischer Städtetag

Landshut

„In Bayern fallen 2021 sämtliche Weihnachtsmärkte aus.“ Dieser Absage begegneten die Verantwortlichen in Landshut mit viel Kreativität und erschufen ohne langen Vorlauf ein stimmiges Alternativkonzept, um dennoch vorweihnachtliche Stimmung in die Innenstadt zu bringen. Wie gut Ihnen das gelungen ist, zeigen eindrucksvoll hohe Besucherzahlen, ein gesteigener Bekanntheitsgrad und die dauerhafte Etablierung der Adventsstadt.

Würzburg

Hier haben sich die richtigen Partner gefunden, um der logistischen Herausforderung eines sehr großen Liefergebiets gerecht zu werden. Da werden auch mal Kühlschränke umweltfreundlich mit dem Fahrrad ausgeliefert. Was vielerorts nicht zu stemmen wäre, funktioniert in Würzburg seit zwei Jahren hervorragend und war im Lockdown für viele Händler existenziell wichtig. Und ganz nebenbei entstanden neue Arbeitsplätze.

Nürnberg

„Wege entstehen dadurch, dass wir sie gehen.“ Vielleicht hatte jemand in Nürnberg dieses Kafka Zitat im Kopf als die City-Werkstatt ins Leben gerufen wurde. Denn darum geht es hier, mit einer Einfach-Machen Einstellung loszulegen, frischen Ideen eine Chance zu geben und gemeinsam zu experimentieren. Und dabei entstehen beeindruckende Ergebnisse, wie die bisherigen Projekterfolge des Akteurs-Netzwerks beweisen.

Die Jury ist der einhelligen Meinung,
dass innovative Ansätze in der Stadtentwicklung ein Vielfaches an Möglichkeiten bringen.
Das Siegerprojekt zeigt den dafür nötigen Mut, mit einem veränderten Rollenverständnis
gemeinsam neue Wege zum Wohle der Stadt und Gesellschaft zu erproben.

Der 11. Stadtmarketingpreis Bayern
in der Kategorie Städte ab 70.000 Einwohner
geht nach

Nürnberg



Kategorie Sonderpreis der Jury

Laudatio: Jürgen Pieperhoff, Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern e.V.

Was wäre der City- und Stadtmarketingpreis Bayern ohne das Ehrenamt? In nunmehr elf Runden durften wir eine Vielzahl an großartigen Projekten kennenlernen, die nur über das Engagement von Menschen ermöglicht wurden, die sich über ihren eigentlichen Betrieb oder Beruf hinausgehend und trotzdem mit vollem Einsatz für unsere Innenstädte engagieren.

Sie setzen sich ein in Werbegemeinschaften oder anderen Kooperationen, unterstützen den Einzelhandel, Tourismus und Gastronomie mit neuen Gemeinschafts-Aktionen und entwickeln Ideen für diverse Zielgruppen.

Auch in dieser Runde finden wir solche Beispiele, naturgemäß insbesondere bei den kleineren Städten. Deswegen ist es Zeit einmal DANKE zu sagen, an alle die sich ehrenamtlich für die Gemeinschaft engagieren und nicht nur den eigenen Betrieb sehen.

Auch wenn es nicht immer für einen Preis reicht, so sind diese Projekte oft „Sieger der Herzen“ in der Jurysitzung.

Und wir freuen uns, dass wir den diesjährigen Sonderpreis in diesem Bereich übergeben dürfen.

In diesem Sinne vergeben wir einen Sonderpreis für „Ehrenamtliches Engagement“

und dieser geht heuer nach

Marktrechwitz



Kategorie Sonderpreis Tourismus

Laudatio: Barbara Radomski, Bayern Tourismus Marketing GmbH

Wir freuen uns sehr, dass in diesem Jahr im Rahmen des Stadtmarketingpreises Bayern erstmals auch ein Sonderpreis Tourismus verliehen wird und wir diesen übergeben dürfen. Denn lebenswerte und belebte Städte sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Tourismus.

Mit unseren bayerischen Städten haben wir hier einen echten Wettbewerbsvorteil. Die hohe Lebensqualität, die gute regionale Wertschöpfung sowie der große kulturelle und Freizeitwert kommen nicht nur Einheimischen zugute, sie ziehen jedes Jahr aufs Neue auch zahlreiche Gäste an.

Damit unsere Städte auch in Zukunft attraktive Lebensräume für alle bleiben, ist eine nachhaltige Entwicklung der Destinationen essenziell. Hier sehen wir großes Potenzial in der Zusammenarbeit von Stadt- und Tourismusmarketing.

Es braucht innovative und individuelle Konzepte, die die Identität einer Stadt nicht nur bewahren, sondern auch in die heutige Zeit überführen, um neue Anreize sowie Angebote für Einwohner und Besucher zu schaffen und damit die Wirtschaft vor Ort zu fördern.

Dieser Gedanke wurde in der Gewinnerstadt eindrucksvoll umgesetzt.

Der Sonderpreis Tourismus geht daher nach

Lichtenfels