

Zwölf Nominierungen nach Rekordbeteiligung

56 Projekte haben sich 2024 für den bayerischen Stadtmarketingpreis beworben, mehr als jemals zuvor. Im Jury-Vorentscheid wurde nun festgelegt, welche Einreichungen am meisten überzeugen konnten und damit in die Endrunde kommen.

Die vielfältigen Bewerbungen reichten von der Konzertreihe über die Markthalle bis zur Innenstadt-Million. Nach intensiver Diskussion wählte die Jury die zwölf Nominierten in den vier Größenklassen aus.

Allen anderen Projekten und den dahinterstehenden Teams gilt dennoch der große Dank und Respekt der Jury. Die Gemeinschaftsleistung und der Einsatz in den vielfältigen und kreativen Projekten sind beachtlich und haben die Juryrunde sehr beeindruckt. Diese Arbeit ist essenziell wichtig für die Zukunft unserer Ortsmitten und Stadtzentren.

Eine Übersicht der Nominierten pro Größenklasse und wodurch diese überzeugen konnten, finden Sie auf den nächsten beiden Seiten.

Wie geht es weiter?

Am 24. September stellen die zwölf Nominierten ihre Projekte persönlich in München vor. Die Jury entscheidet dann über die Sieger in den vier Größenkategorien und die Vergabe eines Sonderpreises.

Alle Ergebnisse bleiben dann bis zur feierlichen Preisverleihung am 21. Oktober Geheimsache. An diesem Abend werden die Gewinner bekannt gegeben und durch Staatssekretär Tobias Gotthardt ausgezeichnet, der auch die Preisgelder überreicht. Möglich wird dies durch die Unterstützung der fünf Sponsoren: Aktionskreis City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (AKCS), Handelsverband Bayern e.V., Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel, Sparkassenverband Bayern und den Zentralen Immobilien Ausschuss (ZIA).

Hintergrund

Der Stadtmarketingpreis Bayern ist ein Wettbewerb des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, mit dem Innovationen und Engagement im Bereich City- und Stadtmarketing in den bayerischen Kommunen gefördert werden. Er wurde erstmals 2005 ausgeschrieben. Die fachliche und organisatorische Verantwortung für den Wettbewerb liegt bei der CIMA Beratung + Management GmbH als Dienstleister des Wirtschaftsministeriums.

Alle Jurymitglieder vertreten Institutionen und Verbände, die sich im Stadtmarketing engagieren. Sie stehen für eine hohe fachliche Expertise in den Bereichen City- und Stadtmarketing, Handel und lokale Wirtschaftsförderung.

- Franz Müller, Bayerisches Staatsministerium Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
- Simone Streller, Handelsverband Bayern e.V.
- Sebastian Macht, AKCS - Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern e.V.
- Michaela Pichlbauer, Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel
- Andrea Bastian, Sparkassenverband Bayern
- Robert Guggel, Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA)
- Florian Gleich, Bayerischer Städtetag
- Bgm. Andreas Weiß, Bayerischer Gemeindetag
- Cornelia Böhm, bcsd - Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e.V. (Landesverband Bayern)
- Claudia Mitchell, Bayern Tourismus Marketing GmbH

Kategorie 1 - Größenklasse bis 12.000 Einwohner (16 Bewerbungen)

Bischofsheim i.d. Rhön [Freitagskonzerte - Sommerabende in der Innenstadt](#)

- Niedrigschwelliges, nicht-kommerzielles Angebot
- Förderung lokaler/regionaler Künstler und örtlicher Gastronomie
- Wöchentliche Kontinuität über mehrere Monate

Bad Kötzing [FreiRäume](#)

- Integrierte Vernetzung in breit angelegtem Prozess
- Bottom-Up Prinzip - aus der Gesellschaft kommend
- Hohes ehrenamtliches Engagement

Teisendorf [„Zammkema“ in der Marktstraße](#)

- Etablierung eines neuen Bürger-Treffpunkts unter der Woche
- Zeitliche Zurückeroberung des Straßenraums
- Stärkung des Gemeinschaftsgefühls

Beilngries [Wilde Emma - Genussmarkt](#)

- Innovatives Konzept: Verbindung Markt und Festival-Charakter
- Vernetzung regionaler Direktvermarkter und Handwerker
- Professionelle Umsetzung und Marketing

Kategorie 2 - Größenklasse 12.-20.000 Einwohner (14 Bewerbungen)

Altötting [Altöttinger CityCARD hilft: Kostenloses Trinkwasser für alle](#)

- Einfache Umsetzung und Übertragbarkeit
- Ausgeprägter Servicegedanke im Handel
- Überzeugendes Kosten-Nutzen-Verhältnis

Lohr am Main [Die Markthalle - Pop-up/Showroom/Gastro/Event](#)

- Innovative Leerstandsnutzung einer innerstädtischen Großfläche
- Attraktive Mischung von Verkaufs-, Show- und Eventraum
- Außergewöhnliches ehrenamtliches Engagement

Kronach [Lichtkunstfestival KRONACH leuchtet®](#)

- Stetige Weiterentwicklung bis hin zur etablierten Marke
- Integrative Wirkung durch Einbindung der Bevölkerung
- Publikumsmagnet - Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe

Kategorie 3 - Größenklasse 20.-50.000 Einwohner (17 Bewerbungen)

Traunstein Kultwinter im Park - Smart City Analytics in der Praxis

- Kontinuierliche Erfolgskontrolle
- Optimierung der Standortplanung
- Zahlenbasierte Steuerung von Aktivitäten

Fürstenfeldbruck FRIDAY CLUB in Fürstenfeldbruck

- Präsentation als vielfältige Einkaufsstadt
- Eventcharakter zur Kundenbindung
- Stärkung Erfahrungsaustausch der Gewerbetreibenden

Amberg Bürgerbeteiligungsprojekt „Innenstadt-Million“

- Überzeugendes Format der Bürgerbeteiligung
- Nutzung Ideenreichtum aus der Bevölkerung
- Steigerung der Innenstadt-Attraktivität im Fokus

Kategorie 4 - Größenklasse ab 50.000 Einwohner (9 Bewerbungen)

Bayreuth Bayreuther NachhaltigkeitsZEIGER

- Bewusstseins-schaffung und Werbung für nachhaltige Betriebe
- Transparente Aufbereitung und Vergleichbarkeit
- Klares Zeichen für Klimaschutz

Landshut LA ProjeX - „wir können auch extrem“

- Ansprache bislang ausbleibender Zielgruppen
- Professionelle Vermarktung mit überzeugender Bildsprache
- Hohe Außenwirkung mit internationaler Aufmerksamkeit