

## Nominierungen für den 10. Bayerischen Stadtmarketingpreis stehen fest - Wer ist im Jubiläumsjahr weiter im Rennen?

Von insgesamt 39 Anmeldungen schafften diesmal 35 Bewerbungen die erfolgreiche Qualifikation. In einem Vorentscheid wurden alle Unterlagen eingehend studiert und nach intensiver Diskussion festgelegt, wo ein erster Etappensieg gefeiert werden kann.

Ob lokaler Gründerwettbewerb, Neugestaltung des Wochenmarktes oder digitaler Adventskalender - die Projektideen für den Stadtmarketingpreis waren auch dieses Jahr wieder ausgesprochen vielfältig und kreativ. Die Entscheidungen fielen schließlich in vier Größenklassen, aus jeder Gruppe erreichten drei Projekte die Endrunde.

**Eine Übersicht der Nominierten finden Sie auf den nächsten beiden Seiten.**

Aber auch den nun ausgeschiedenen Teilnehmern gilt der große Dank und Respekt der Veranstalter. Sie haben zur Wettbewerbsvielfalt und damit auch zur Wertigkeit des Preises beigetragen. Die Gemeinschaftsleistung und der Einsatz hinter jeder Bewerbung sind beachtlich. In der jetzigen Krise wird deutlich: Es sind die Städte und Gemeinden im Vorteil, wo City- und Stadtmarketing erfolgreich etabliert ist und von engagierten und kreativen Kräften vor Ort getragen wird. Daher erhalten alle 35 Bewerber diesmal über den Sonderpreis [„Corona-Projekte für Stadt und Handel“](#) eine zweite Chance.

### Wie geht es weiter?

Der nächste Schritt für die nominierten Teilnehmer ist die persönliche Vorstellung ihres Projektes vor einem Entscheidungskomitee aus allen Initiatoren, Sponsoren und Partnern. Aufgrund der aktuellen Covid-19-Einschränkungen wird dies am 18. Juni über Video-Chat erfolgen, zu dem alle Bewerber nacheinander zugeschaltet werden. In dieser Jury-Sitzung wird auch über den Sonderpreis entschieden.

Auch die Verleihung des Preises am 16. Juli erfolgt im Rahmen einer neukonzipierten „Digital-Gala“. Bis dahin bleiben die Preisträger Geheimsache.

---

### Hintergrund:

Der Stadtmarketingpreis wurde von Anfang an durch das Bayerische Wirtschaftsministerium gefördert und intensiv begleitet. Initiiert wurde der Wettbewerb 2005 federführend vom Handelsverband Bayern und dem Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern (AKCS). 2010 übernahm die CIMA Beratung + Management 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 (6 Bewerber) - Größenklasse bis 10.000 Einwohner

	Projekttitlel	Überzeugte durch...
Teuschnitz	Die Marke „Arnikastadt Teuschnitz“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positionierung der gesamten Stadt</li> <li>• einzigartiges USP</li> <li>• breite Umsetzung/Zielgruppen; im gesamten Stadtbild sichtbar</li> </ul>
Nabburg	„Nabburg - Unsere Stadt - Eine Imagekampagne für die Stadt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kreative Umsetzung einer Imagekampagne mit "Testimonials" für die Stadt</li> <li>• Einbindung zahlreicher Unternehmen und Personen</li> <li>• vielfältige Nutzung des entstandenen Bildmaterials</li> </ul>
Ebermannstadt	Gründerwettbewerb für innovative Unternehmenskonzepte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindung vielfältiger Gründerunterstützung mit Leerstandsbelebung</li> <li>• lokale Unternehmer setzen das Preisgeld und investieren damit Geld in potenzielle Wettbewerber</li> <li>• Signalcharakter für andere Kommunen</li> </ul>

### Kategorie 2 (12 Bewerber) - Größenklasse 10.000 - 20.000 Einwohner

	Projekttitlel	Überzeugte durch...
Ochsenfurt	Unsere Zuckerstube - die Heimat unserer Symbolfigur! Einen Leerstand sinnvoll nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Thema der Stadt für Bespielung Leerstand aufgenommen</li> <li>• mit Kindergeburtstagen neue Zielgruppe mit Programm in der Stadt</li> <li>• gute Verbindung von Markenbaustein, Bevölkerungsbezug, Leerstandnutzung etc.</li> </ul>
Lohr am Main	BlackDays	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kreative regionale Interpretation des BlackFriday</li> <li>• Stärke ist die Sortierung der Ware nach Sortiment und Größe, nicht nach Betrieb</li> <li>• Verlagerung der Rabattaktion in eine externe Fläche, so bleibt das Preisgefüge im eigenen Laden stabil</li> </ul>
Gunzenhausen	Digitaler Adventskalender	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

### Kategorie 3 (10 Bewerber) - Größenklasse bis 20.000 - 50.000 Einwohner

	Projekttitle	Überzeugte durch ...
<b>Kitzingen</b>	StadtSchoppen Kitzingen auf der Alten Mainbrücke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansatz regionale Weinkompetenz</li> <li>• Einbindung der Region über langen Zeitraum (ganzer Sommer)</li> </ul>
<b>Friedberg</b>	Marktsontage - Themen-feste feiern!	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erfolgreiche Neubelebung der Marktsontage durch Themenvielfalt</li> <li>• Signalwirkung für andere Städte zum Relaunch</li> </ul>
<b>Amberg</b>	Das Welttheater Einkaufsevent	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gutes Beispiel wie ein Event in die Innenstadt kommt</li> <li>• Thema des Theaters kreativ im Handel umgesetzt (sieben Todsünden)</li> </ul>

### Kategorie 4 (7 Bewerber) - Größenklasse ab 50.000 Einwohner

	Projekttitle	Überzeugte durch ...
<b>Bayreuth</b>	Das Bayreuther StattGehalt - ein Gewinn für Handel und Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• attraktive Umsetzung eines Wertgutscheins für Arbeitgeber</li> <li>• Reaktion auf Änderung der rechtlichen Rahmenbedingungen; Vorbildcharakter</li> </ul>
<b>Fürth</b>	Ihr Fürther Markt - Schnabulieren 2.0	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertschätzung der Bedeutung eines Wochenmarkts für die Innenstadt: Signalwirkung</li> <li>• hochwertig umgesetzte Belebung einer zentralen Freifläche</li> </ul>
<b>Würzburg</b>	DER CITYBLOG WÜRZBURG ein Gemeinschaftsprojekt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guter neuer Weg mit Vorbildfunktion: Blogger sind für den Handel noch eine neue Welt</li> <li>• neuer Ansatz und interessante Finanzierungsform</li> </ul>

alles sortiert nach Stadtgrößen, keine Wertung