

PRESSEINFORMATIONEN

ANLÄSSLICH DER VERLEIHUNG DES 9. STADTMARKETINGPREISES BAYERN

12. JULI 2018

FESTSAAL DES BAYERISCHEN WIRTSCHAFTSMINISTERIUMS

FAKTEN ZUM 9. STADTMARKETINGPREIS BAYERN

- ...wird 2018 zum 9. Mal vergeben und hat sich seit seinem Premierenjahr 2005 als wichtiges Instrument der **Innovationsförderung in den bayerischen Kommunen** bewährt.
- Im Rahmen des Wettbewerbs konnten neue und überzeugende Instrumente zur Stärkung der lokalen Ökonomie vielfach erstmals vorgestellt und sowohl lokal als auch über die Stadtgrenzen hinaus gewürdigt werden.
- Die bisherigen Gewinnerstädte profitierten durch den gesteigerten Bekanntheitsgrad, die Verantwortlichen vor Ort erhielten die Ihnen zustehende öffentliche Anerkennung für Ihre hervorragende Arbeit - eine nicht zu gering zu schätzende Motivation. Der Preis brachte den nominierten und ausgezeichneten Projekten ganz generell einen zusätzlichen positiven Schub.
- Der festliche Charakter der Preisverleihung, die Laudatio durch die Sponsoren und die Übergabe der Preise durch den Minister unterstreicht die Wertigkeit des Preises und setzt das richtige Signal: **Lokales Engagement lohnt sich!**
- Seit 2010 erfolgt der Veranstaltungsrhythmus im zweijährigen Turnus, der sich auch bei der Vielfalt der Wettbewerbsbeiträge positiv auswirkte

GEWINNER UND NOMINIERTER 2005 - 2016 IN ONLINE-PROJEKTRÜCKSCHAU

- Eine umfassende Online-Projektrückschau auf www.stadtmarketingpreis-bayern.de zeigt die außerordentliche Vielfalt der (mit dem Jahrgang 2018) insgesamt 108 prämierten Konzepte.
- Diese räumlich, chronologisch und nach Schlagworten gestaltete (Karten)-Übersicht ermöglicht somit einen schnellen Zugriff auf alle Projektdetails der Gewinner und Nominierten seit 2005.
- Die Ausgezeichneten 2018 werden wenige Tage nach der Preisverleihung mit aufgenommen.

TERMINE 2018

- Anmeldung bis 28. Februar 2018
- Abgabe Präsentation bis 6. April 2018
- Bekanntgabe der Nominierungen 18. Mai 2018
- Präsentation vor der Jury 18. Juni 2018 (10 - 17 Uhr)
- Preisverleihung 12. Juli 2018 (im Rahmen einer festlichen Abendveranstaltung ab 18 Uhr)

FÖRDERER 2018

- **Gefördert durch** Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Energie und Technologie
- **Initiatoren:** Handelsverband Bayern e.V., AKCS - Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern, Wirtschaftsjuvenen Bayern e.V., CIMA Beratung + Management GmbH
- **Weitere Sponsoren:** Sparkassenverband Bayern, Fokus Development AG, Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel, Essert Illuminationen
- **Partner:** Bayerischer Gemeindefesttag, Bayerischer Städtetag, ICR - Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e.V., BCSD - Bundesverband City- und Stadtmarketing

JURY 2018

- Franz Müller, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Energie und Technologie
- Simone Streller, Handelsverband Bayern e.V.
- Jürgen Pieperhoff, AKCS - Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern e.V.
- Sascha Schnürer, Wirtschaftsjuvenen Bayern e.V.
- Andrea Bastian, Sparkassenverband Bayern
- Andrej Pomtow, Fokus Development AG
- Michaela Pichlbauer, Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel
- Andreas Essert, Essert Illuminationen
- Thomas Kostenbader, Bayerischer Städtetag
- Roland Wölfel, ICR - Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e.V.
- Michael Gerber, BCSD - Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e.V.
- Moderation: Kirsten Rosenthal, CIMA Beratung + Management GmbH, München

ABLAUFPLAN PREISVERLEIHUNG 12. JULI

18:00 - 18.30 Uhr

- ⇒ Ankunft und Begrüßungsdrink/-snack

18:30 - 19.00 Uhr

Moderation Bernhard Mahler

- ⇒ Einleitung des offiziellen Teils mit einem Lied von „soul junction“
- ⇒ Begrüßung Staatsminister Franz Josef Pschierer
- ⇒ Ansprache HGF Handelsverband Bayern e.V. Wolfgang Puff

Moderator leitet über zum Start der Preisverleihung

19:00 - 20.30 Uhr (4 x je ca. 20-25 min)

Bühne

- Alle Nominierten einer Kategorie werden nacheinander und stadtweise vom Moderator auf die Bühne gebeten, pro Stadt nicht mehr als 1-2 Personen.
 - Moderator stellt etwa 2 Fragen pro Bewerberstadt.
 - Anschließend gehen die gerade Befragten von der Bühne und warten seitlich vor dem Stadtmarketingpreis-Roll-Up, bis dort Vertreter aller drei nominierten Orte stehen.
 - Nach einer kurzen Laudatio wird der Sieger verkündet. Dieser tritt hervor und nimmt den Preis auf der Bühne entgegen.
 - Nach jeder Preisvergabe erfolgt eine kurze Unterbrechung, in der 1-2 Lieder gespielt werden und seitlich die Fotos der Sieger und Nominierten mit Staatssekretär Pschierer
- ⇒ Nach den 4 Kategorien folgt noch die Vergabe des Sonderpreises plus Gruppenfoto

ca. 20.45 Uhr

- ⇒ 2-3 zusätzliche Lieder „soul junction“ auf der Bühne (musikalischer Übergang in den geselligen Teil des Tages)
- ⇒ Gelegenheit für Pressegespräche mit Staatsminister Pschierer im Bühnenbereich
- ⇒ zeitgleich Buffeteröffnung für alle nicht Beteiligten im Foyer
- ⇒ Geselliger Ausklang bis ca. 22:00 - 22:30 Uhr

PERSONENABFOLGE BÜHNE

19:00 Uhr - Kategorie Stadtgröße bis 10.000 Einwohner

- Sommerhausen → Waltraud Schiedermaier, Tourist-Info Sommerhausen
→ 2. Bürgermeister Thomas Bidner
- Obernburg → Bürgermeister Dietmar Flieger
→ Matthias Kraus, Projektleiter StadtMarketing Obernburg

Laudatio: Simone Streller, Handelsverband Bayern e.V.

19:20 Uhr - Kategorie Stadtgröße 10.-15.000 Einwohner

- Ochsenfurt → 3. Bürgermeister Joachim Eck
→ Thomas Herrmann, Stadtmarketing e.V. Ochsenfurt
- Murnau → Bürgermeister Rolf Beuting
→ Jan-Ulrich Bittlinger, Wirtschaftsförderung Murnau am Staffelsee
- Altötting → Reinhard Hofauer, Altöttinger Wirtschaftsverband e.V.
→ Hans Baumgartner, Altöttinger Wirtschaftsverband e.V.

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

19:40 - Kategorie Stadtgröße 15.- 40.000 Einwohner

- Moosburg → Christoph Hübner, Geschäftsführer Moosburg Marketing eG
→ Ann-Kathrin Maier, Projektleiterin Moosburg Marketing eG
- Donauwörth → Christiane Kickum, geschäftsführende Vorsitzende City Initiative
Donauwörth e.V.
→ Markus M. Sommer, Vorsitzender City Initiative Donauwörth e.V.
- Sonthofen → Hans Fili, Wirtschaftsvereinigung der Stadt Sonthofen ASS e.V.
- Deggendorf → Natascha Fried, Geschäftsstellenleiterin Stadtmarketing Deggendorf e.V.
→ Andreas Höhn, 1. Vorsitzender Stadtmarketing Deggendorf e.V.

Laudatio: Andrej Pomtow, Fokus Development

20:10 - Kategorie Stadtgröße über 40.000 Einwohner

- Coburg → Michael Selzer, Koordinator Stadtmarketing beim Tourismus und
Stadtmarketing/Citymanagement Coburg
→ Michael Böhm, ehem. Koordinator Stadtmarketing (Vorgänger im Amt)
- Rosenheim → Michaela Frey, Geschäftsstelle City-Management Rosenheim e.V.
→ Reiner Paststätter, Vorstand City-Management Rosenheim e.V.
- Würzburg → Wolfgang Weier, Geschäftsführer Stadtmarketing „Würzburg macht Spaß“

Laudatio: Roland Wölfel, CIMA Beratung + Management GmbH

20:30 - Vergabe Sonderpreis 2018

Laudatio: Sascha Schnürer, Landesvorsitzender 2017 der Wirtschaftsjunioren Bayern

PROJEKTINFORMATIONEN - NOMINIERT 9. STADTMARKETINGPREIS BAYERN

Kategorie 1 (7 Bewerber) - Größenklasse bis 10.000 Einwohner

Sommerhausen - Sommerhäuser Sommerakademie

In Sommerhausen gibt es viele Personen mit einem großen Fachwissen, die unabhängig voneinander Kurse, Seminare und Workshops unter anderem im Töpfern, Theater sowie Origami anbieten. Daher rief die Gemeinde Sommerhausen vor zwei Jahren die Sommerhäuser Sommerakademie ins Leben. Dort wird in den Sommerferien das bereits bestehende Angebot an Kursen gebündelt. Da es während dieser Zeit relativ ruhig ist, soll die Attraktivität des Ortes in dieser Zeit gesteigert werden. Ein abwechslungsreiches, allgemein gehaltenes Programm sichert den langjährigen Erfolg.

Überzeugte durch:

- nochmalige Verdichtung des vorhandenen Angebots durch unaufwendige Wiederholung
- Zusammenhalt und Identifikation vor Ort
- Übertragbarkeit für kleine Kommunen

Obernburg - Römersommer Obernburg

In Obernburg stammen zahlreiche bei archäologischen Grabungen entdeckte Funde aus der Zeit der Römer. Nach einer über ein Jahr andauernden Vorbereitung, konnte schließlich vom 17. Juni bis 17. September 2017 das Projekt „Römersommer Obernburg - Geschichte erleben“ verwirklicht werden. Ermöglicht wurde dies durch das Mitwirken zahlreicher Akteure von Bürgern über Schulen und der lokalen Wirtschaft bis hin zu den initiierenden Vereinen Förderkreis Mainlimes-Museum und StadtMarketing Obernburg. Zum Programm gehörten neben Erlebnisausstellungen mit museumspädagogischen Führungen auch die Durchführung eines römischen Gastmahls, der Mainlimes Markt und ein Kohortenlager. Außerdem konnten 15 Personen zu Stadtführern ausgebildet werden, welche Besuchern römische Führungen anboten.

Überzeugte durch:

- 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

Ochsenfurt - Picknickwiese Ochsenfurt

Auf Grund eines genügenden Angebots an Hundefreilaufflächen, wurde eine direkt am idyllischen Main zwischen den zwei Brücken gelegene Wiese, Anfang 2016 zur Picknickwiese umgenutzt. In nur zwei Minuten Fußmarsch ist in der Altstadt bei verschiedenen Geschäften eine Picknicktüte erhältlich, welche individuell gefüllt werden kann. Das Projekt bietet verschiedenen Zielgruppen von Studenten bis Familien zu Städtern und Singles ein Freizeitangebot, welches Erholung, tolles Ambiente und frische Waren aus der Region miteinander verbindet.

Überzeugte durch:

- zündende Idee mit großer Wirkung
- vorhandener Ort erhält neue Bedeutung
- Stärkung heimischer Produkte

Murnau - Innovationsquartier Murnau

Nach 10 Jahren Leerstand konnte das ortsbildprägende Gemeindekrankenhaus des Marktes Murnau im Mai 2017 als InnovationsQuartier wiedereröffnet werden. Die Umsetzung wurde im Entwicklungsprozess durch eine breite Bürger- und Unternehmerbeteiligung verwirklicht. In dem InnovationsQuartier Murnau finden sich nun unter anderem Büros, Co-Working-Bereiche, Inkubator und Makerspace wieder. Damit sollen die Kultur- und Kreativwirtschaft gestärkt und der durch die Branchen Tourismus und Gesundheit geprägte Wirtschaftsstandort neu positioniert werden. Während des ersten Jahres konnten zahlreiche neue Arbeits- und Praktikumsplätze geschaffen und neue Unternehmen angesiedelt werden. Die Gründung von Einzelhandels-Startups ermöglichte es zudem Leerstandsflächen im Zentrum zu füllen.

Überzeugte durch:

- zeitgemäße Umnutzung ortsbildprägender Immobilie nach langem Leerstand
- Bürger- und Unternehmerbeteiligung im Entwicklungsprozess
- Schaffung beruflicher Perspektiven in Zukunftsbranchen

Altötting - Pfunde verlieren-Punkte kassieren

Die Altöttinger CityCARD besteht seit 15 Jahren und mittlerweile können Punkte in rund 70 Geschäften gesammelt werden. Zusätzlich zu Vergünstigungen durch Einlösen dieser Punkte, bietet die Karte auch weitere Vorteile wie unter anderem spezielle Dienstleistungen in teilnehmenden Geschäften. Regelmäßig finden verschiedene Aktionen statt, um die Attraktivität der Karte zu steigern. Im Jahr 2014 fand das Projekt „Pfunde verlieren - Punkte kassieren“ statt. Den Beginn stellte im März das Wiegen in vier lokalen Apotheken dar. Bis September hieß es dann abnehmen, denn für jedes abgenommene Gramm gab es einen CityCARD Punkt, dessen Wert einem Cent entspricht. Nach dem fachgerechten finalen Wiegen erneut in den Apotheken stand ein deutlicher Gewinner fest. Durch einen Gewichtsverlust von 43 Kilo erhielt der Spitzenreiter 43.000 Punkte. An die gesamt über 600 Teilnehmer konnten so rund 2.000.000 Punkte vergeben werden.

Überzeugte durch:

- Innovative Weiterentwicklung einer bereits erfolgreichen City-Card
- sehr charmante, sinnstiftende Maßnahme
- große Resonanz

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

Moosburg - Märchen im Moosburger Advent

Adventszeit ist in Moosburg Märchenzeit. Ab dem 1. Dezember 2016 wurden in Moosburg während der Weihnachtszeit zahlreiche Märchen wieder zum Leben erweckt. Bei einem großen Märchenumzug ziehen 85 Figuren aus 34 Märchen durch die Innenstadt. Zudem lockt ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm die Besucher in die Innenstadt und verzaubert zahlreiche Besucher. Ergänzt wird dies durch einen zweimal wöchentlich stattfindenden lebendigen Adventskalender und märchenhaft dekorierte Schaufenster. Ein Märchenkurier informiert zudem über das Programm und Aktionen rund um den Märchenadvent.

Überzeugte durch:

- Wertigkeit / hoher Anspruch an Qualität
- passendes Storytelling für die Adventszeit
- hohes ehrenamtliches Engagement

Donauwörth DONwud - viele Kulturen - ein Fest

Donauwörth ist eine multikulturelle Stadt. In Folge der Internationalität steht die Thematik Weltoffenheit im Fokus der Stadt. Als Ergänzung zum etablierten romantischen Weihnachtsmarkt am 3. Adventswochenende, fand im Zeitraum vom 30.11. zum 10.12.2017 das „DONwud - viele Kulturen - ein Fest“ statt. Rund 40 Künstlergruppen mit über 300 Beteiligten aus knapp 30 Nationen trugen zu einem abwechslungsreichen Programm bei. Durch das Projekt setzte sich Donauwörth gekonnt von den traditionellen Weihnachtsmärkten in Bayern ab. Ermöglicht wurde ein Kennenlernen fremder Kulturen, Sitten und Bräuche durch Kunsthandwerk- und Imbissstände, Schaufensterdekorationen umliegender Geschäfte sowie täglich wechselnde Bastelaktionen.

Überzeugte durch:

- Setzen gesellschaftlicher Impulse
- klares Statement zum Miteinander
- Mut zur Verantwortung von Seiten der Beteiligten

Sonthofen - Sonthofer Jahresspiel

Die Botschaft des Projektes Sonthofer Jahresspiel ist simpel „Wer in der Alpenstadt Sonthofen für mindestens 50 € einkauft, kann das Geld in Form eines Einkaufsgutscheins zurückgewinnen“. Aus monatlich rund 500 eingesendeten Gewinnspielkarten werden am Monatsende vier glückliche Gewinner gezogen. Anschließend folgt eine Publikation der Gewinnerbilder in der lokalen Tageszeitung sowie sozialen Medien. Die E-Mail-Adressen werden zudem genutzt, um auf Aktionen, neue Geschäfte und Gastronomiebetriebe in Sonthofen hinzuweisen.

Überzeugte durch:

- Stärkung Gemeinschaft und Wirtschaftskreislauf
- Abgrenzung von Trittbrettfahrern
- sehr positives Kosten-Nutzen Verhältnis

Deggendorf - Gründung und Etablierung einer Stadtmarketingorganisation

In den letzten Jahren wurde in Deggendorf zunehmend der Wunsch nach klaren Strukturen und gemeinsamen Zielen geäußert. Nach einer knapp zwei Jahre andauernden Vorbereitung gingen im November 2016 schließlich die ersten beiden Arbeitskreise in das Stadtmarketing Deggendorf e.V. über. In Folge dessen wurden die Organisation und Abwicklung von Veranstaltungen und Projekten erleichtert. Nach einer Auftaktveranstaltung mit über 120 Teilnehmer, wächst der Verein stetig an. Bereits im ersten Jahr konnten 23 Aktionen verwirklicht werden. Die Professionalität und hohe Zielstrebigkeit zahlt sich dabei merklich aus und spiegelt sich auch zahlenmäßig wieder.

Überzeugte durch:

- hohe Zielstrebigkeit mit rotem Faden
- vorbildlicher, klarer Auftritt
- griffiges Erklären von Stadtmarketing nach Außen

Kategorie 4 (9 Bewerber) - Größenklasse ab 40.000 Einwohner

Coburg - ChristmasTree for the Queen

Die enge Verbindung der Stadt Coburg zum englischen Königshaus geht bereits auf das 19. Jahrhundert zurück. Im Jahr 1840 heiratete Prinz Albert von Sachsen-Coburg und Gotha Königin Victoria. Seitdem gab es in Coburg zahlreiche Veranstaltungen rund um das Monarchenpaar. Den Beginn des nominierten Projekts stellt die Weihnachtsrede der Queen aus dem Jahr 2015 dar. Diese wurde als Anlass genommen den Weihnachtsbaum nach

Windsor Castle zu liefern. Schnell wurden zahlreiche Projektpartner gefunden. Dies ermöglichte individuelle Weihnachtskugeln herzustellen sowie die entsprechende Baumbelichtung. Für den aufwendigen Transport des Baumes nach England fertigte Mercedes-Benz einen LKW mit einzigartiger Gestaltung der äußeren Plane an, welche verkündete, dass es sich um eine Expresslieferung für die Queen handelte. Projektflankierend gab es diverse Aktionen in Coburg, wie z.B. die aufwendige Baumauswahl und Fällung.

Überzeugte durch:

- geschickte Nutzung eines besonderen Merkmals (royaler Bezug)
- professionelles Marketing erreicht europaweite Resonanz
- klare Einbindung in die Stadtmarketingstrategie

Rosenheim - Adventsbus

Der Adventsbus Rosenheim ist eine Aktion, die über die letzten drei Jahre stetig gewachsen ist und ein kostenloses Busfahren an den Adventssamstagen ermöglicht. Begonnen hat das Projekt 2015 mit einer kostenlosen Einkaufsringlinie, die an allen Adventssamstagen die drei Einkaufsstandorte Innenstadt, Aicherpark und Weko verbunden hat. Ein Jahr später konnte der gesamte städtische ÖPNV kostenlos angeboten werden. Im Jahr 2017 erfolgte eine Erweiterung um die Nachbarorte Pfaffenhofen und Kolbermoor. Dadurch hat der Verkehr merklich nachgelassen und der Weihnachtseinkauf konnte entspannter gestaltet werden.

Überzeugte durch:

- umwelt- und nutzerfreundliche Aktion
- aktive und pragmatische Entschärfung eines Reizthemas
- Übertragbarkeit für Städte dieser Größenordnung

Würzburg - Super Shopping Friday

Bereits seit dem 20. Jahrhundert findet in den USA traditionell am Freitag nach Thanksgiving der „Black Friday“ statt. An diesem Tag sorgen kräftige Rabatte dafür, dass das Einkaufserlebnis zum Vergnügen wird. In Deutschland findet dieser Tag vor allem im Internet Anklang. Würzburg war 2016 die erste Stadt, die den bekannten Sale auch offline durchführte. Da der Name „Black Friday“ in Deutschland als Marke geschützt ist, wird diese Aktion als „Super Shopping Friday“ beworben. Das Wettrennen um die tollsten Schnäppchen beginnt mit der regulären Ladenöffnung und endet mit Geschäftsschluss. Beteiligt haben sich 2017 rund 75% der ansässigen Händler. Durch verschiedene, von den teilnehmenden Läden individuell bestimmte Aktionen, ist der Auftakt ins Weihnachtsgeschäft bereits im November gestartet.

Überzeugte durch:

- Nutzung bewährter Online-Strategien für den stationären Handel
- klare Zielgruppenausrichtung
- hohes Frequenz- und Umsatzplus

Ausführliche Projektdarstellungen finden Sie auch
auf www.stadtmarketingpreis-bayern.de

(Freischaltung zwischen dem 13. und 20. Juli)