

DER 9. STADTMARKETINGPREIS BAYERN - JETZT ANMELDEN UND BIS ZUM 6. APRIL 2018 BEWERBEN

Der Stadtmarketingpreis Bayern - ein erfolgreicher Leistungswettbewerb aus dem Bereich City- und Stadtmarketing, der sich seit seiner Premiere 2005 als wichtiges Instrument der kommunalen Innovationsförderung bewährt hat.

KICK-OFF 9.11.2017, STADTMARKETINGTAG BAYERN

Auf dem „13. Stadtmarketingtag Bayern“ fiel diesmal der Startschuss, die richtige Plattform, um eine neue Wettbewerbsrunde einzuläuten. Bei der Fachtagung in Donauwörth trafen sich am 9. November 2017 Bürgermeister, City-Manager, Wirtschaftsförderer und Stadtplaner sowie Vertreter von Werbegemeinschaften aller Stadtgrößen des Landes zu Expertenvorträgen und fachlichem Austausch. Die ideale Zielgruppe, um die nächste Ausschreibung eines Wettbewerbes anzukündigen, der besonders gelungene, originelle und zukunftsweisende Projekte auf kommunaler Ebene auszeichnen will.

ZIEL DES STADTMARKETINGPREISES

Initiiert wurde der Wettbewerb erstmals 2005 vom Handelsverband Bayern, den Wirtschaftsjunioren Bayern und dem Aktionskreis City- und Stadtmarketing Bayern (AKCS). 2010 übernahm die CIMA Management + Beratung GmbH neben der langjährigen fachlichen auch die organisatorische Verantwortung.

Das Projekt wurde von Anfang an durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie gefördert und intensiv begleitet. Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Franz-Josef Pschierer erklärt hierzu: *„Die Originalität unserer bayerischen Kommunen begeistert mich jedes Mal aufs Neue. Wir wollen diese Innovationskultur in Bayern erhalten, fördern und weiterentwickeln!“*

Die Reihe der langjährigen Unterstützer umfasst auch heuer wieder die Bayerischen Sparkassen, die Fokus Development AG und die Rid-Stiftung. Zum zweiten Mal als Sponsor ist die Firma Essert Illuminationen mit dabei, ein bayerisches Traditionsunternehmen auf dem Gebiet der Weihnachtsbeleuchtungen. 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.

Prämiert werden vorbildliche Stadt- und Citymarketingprojekte aus ganz Bayern, die aufzeigen, wie sich Städte in der kommunalen Konkurrenz um Bürger, Kunden, Touristen und Investoren behaupten können. So konnten seit 2005 neue und überzeugende Instrumente zur Stärkung der lokalen Ökonomie vielfach erstmals vorgestellt und sowohl lokal als auch über die Stadtgrenzen hinaus gewürdigt werden.

86 AUSGEZEICHNETE PROJEKTE - 100% ONLINE

Seit 2016 bietet die Webseite „www.stadtmarketingpreis.de“ eine umfangreiche Projektübersicht. Eine räumliche, chronologische und nach Schlagworten gestaltete Übersicht ermöglicht einen einfachen Zugriff auf alle Projektdetails der letzten 12 Jahre.

Der Stadtmarketingpreis will herausragende und innovative Projekte prämiieren, die für andere Kommunen Inspiration und Vorbild sein können. Die über die Jahre eingereichten Konzepte zeigen dabei eine außerordentliche Vielfalt. Die häufigsten aufgegriffenen Themen sind Handelsinnovationen, Image- und Marketingkonzepte, individuelle Events und Feste sowie ganz generell Projekte rund um die Förderung und Belebung der Ortskerne und Innenstädte. Bei den bisherigen Preisträgern zeigt sich, dass der Erfolg der Projekte im Wesentlichen auf den folgenden Kriterien basiert: Verknüpfung von Themen, Vernetzung von Kooperationspartnern und Interessen unterschiedlicher Akteure, offensive Öffentlichkeitsarbeit sowie ein ganzheitliches Gesamtkonzept mit klaren Zielen und einer abgestimmten Umsetzungsstrategie. Wichtig ist auch, dass die Projekte in eine möglichst nachhaltige Stadtmarketingstrategie eingebettet sind und nicht völlig losgelöst agiert wird.

Viele Bewerber haben sich bereits mehrfach beworben, teilweise mehrfach erfolgreich. Die Nachhaltigkeit der prämierten Projekte zeigt sich auch in deren Fortführung. Fast alle ausgezeichneten Stadtmarketingaktivitäten wurden in den Folgejahren fortgesetzt bzw. in einer modifizierten Form erneut durchgeführt.

BEWERBEN LOHNT SICH, GEWINNEN UMSO MEHR

Längst ist der Wettbewerb in der Branche fest etabliert und bekannt, die Öffentlichkeitswirkung ist dementsprechend über die Jahre gestiegen. Alle Projekte, die nominiert werden und natürlich insbesondere die Gewinnerstädte profitieren von der positiven Pressebegleitung und können damit ihren Bekanntheitsgrad steigern. Die Verantwortlichen vor Ort erhalten die Ihnen zustehende öffentliche Anerkennung für ihre hervorragende Arbeit - eine nicht zu gering zu schätzende Motivation. Denn nicht selten kommt es vor, dass Projekte erst einer Würdigung von außen bedürfen, damit auch innerhalb der Stadtgrenzen klar wird, was hier für den Gesamtort geleistet wird. Der Preis hilft daher oftmals bei der Verbesserung der Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Akteuren. Mit diesem Erfolg im Rücken ist es zudem leichter, neue Kooperationspartner zu finden.

Im Falle von Werbegemeinschaften und ähnlichen Organisationen wird die Arbeit überdies in erster Linie ehrenamtlich geleistet, weshalb eine öffentliche Anerkennung besonders wichtig ist. So bringt die Auszeichnung den nominierten und ausgezeichneten Projekten ganz generell einen zusätzlichen positiven Schub und motiviert zum weitermachen.

Der festliche Charakter der Preisverleihung und die Übergabe der Preise durch den Staatssekretär des Wirtschaftsministeriums unterstreicht die Wertigkeit des Preises und setzt das richtige Signal, nämlich dass sich lokales Engagement lohnt. Neben den Gewinnern werden auch alle Nominierten für ihre herausragenden Wettbewerbsbeiträge mit einer Urkunde ausgezeichnet.

WETTBEWERBSVERFAHREN 2018

Kostenlos teilnehmen können alle Städte sowie kommunale und privatwirtschaftliche City- und Stadtmarketingorganisationen und Werbegemeinschaften in Bayern. Von Anfang an erfuhr der Wettbewerb ein reges Interesse, die Bewerberanzahl stieg von Jahr zu Jahr kontinuierlich an, sodass bei der letzten Bewerbungsrunde aus 50 eingereichten Beiträgen ausgewählt werden konnte. Mit einer ähnlichen Zahl ist also auch bei der 9. Runde zu rechnen. Doch die Konkurrenz sollte nicht abschrecken, verdeutlicht sie vielmehr, was eine Nominierung oder ein Sieg bei diesem Wettbewerb wert sind.

Nach Abgabeschluss (6. April 2018) werden alle Beiträge gesichtet und in vier verschiedenen Größenkategorien jeweils drei Projekte nominiert. Diese 12 Bewerber erhalten die Chance, ihr Projekt persönlich am 18. Juni vor der Jury in München vorzustellen. Ein Prozedere, das 2012 erstmals angewandt wurde und auf allen Seiten auf breite Zustimmung gestoßen ist. Kirsten Rosenthal von der CIMA Management + Beratung GmbH und verantwortlich für die Organisation des gesamten Wettbewerbsverfahrens, erklärt dazu: „Im Rahmen einer persönlichen Vorstellung wird oft der ‚Geist‘ einer Idee oder die Energie eines Projektes sehr viel besser vermittelt, als das dies die reine Papierform leisten könnte. Eine solche Chance sollte sich daher keiner entgehen lassen. Auch können noch offene Fragen gleich vor Ort geklärt werden.“

Die Jury, in der Vertreter aller beteiligten Förderer sitzen, entscheidet sich - nach meist intensiver Diskussion - für einen Gewinner pro Kategorie. Wer das ist, 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 Staatssekretär Franz Josef Pschierer kann erfolgen.

Kontakt:

Dipl.-Ing. Kirsten Rosenthal, Projektleitende Beraterin
Projektverantwortung „Stadtmarketingpreis Bayern“

CIMA Beratung + Management GmbH / Briener Straße 45 / D - 80333 München

Tel: +49 (0)89 - 55 118 159
Fax: +49 (0)89 - 55 118 250
E-Mail: rosenthal@cima.de
Internet: www.cima.de