

# Stadtmarketingpreis 2014 verliehen

21. Jul 2014

Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Franz Josef Pschierer nahm im Wirtschaftsministerium die Auszeichnungen für den Stadtmarketingpreis 2014 vor. „Der Stadtmarketingpreis zeigt, dass Bayern nicht nur im technischen Bereich das Land der Innovationen ist, sondern auch bei Handel und Dienstleistungen. Mit dem Bayerischen Stadtmarketingpreis zeichnen wir Projekte und Aktionen aus, die Mittelstand und Handel in den Innenstädten voranbringen“, so Pschierer. Die Stadt Gunzenhausen war mit dem LIMESTival unter den ausgezeichneten Städten.

Ausgezeichnet wurden jeweils drei Städte in vier Kategorien. In der Kategorie Städte über 100.000 Einwohner siegte das Projekt „Die Nürnberger Meisterhändler“. Mit dieser pfiffigen Abwandlung der Nürnberger Meistersinger macht eine Initiative von Nürnberger Fachhändlern aus dem Quartier „Nördliche Altstadt“ auf sich aufmerksam. Nominiert und mit einer Urkunde ausgezeichnet wurde in dieser Kategorie auch der Stadtmarketingverein aus Würzburg. Dort wurde ein innovatives Mitmachbuch für den Umbau einer wichtigen Geschäftsstraße entwickelt. Ausgezeichnet wurde auch Ingolstadt für die Aktion „IN blüht auf“. Dadurch verschönert Ingolstadt seine Innenstadt jedes Jahr mit einem Blüten- und Pflanzenmeer.

In der Kategorie der Städte von 30.000 bis 100.000 Einwohner konnte das Projekt „Festspielhelferlein“ den Sieg davontragen. Mit einer kleinen Broschüre bietet Bayreuth seinen Festspielbesuchern bei akutem Bedarf jedweder Art die richtige Lösung an, von der Textilreinigung bis zur Schmuckreparatur. In dieser Kategorie wurden auch die Städte Bamberg für das Projekt „Bamberg zaubert“ und Passau für das Projekt „Passau hat sich rausgeputzt“. Passau erhielt auch einen Sonderpreis der Jury für ds engagierte „Krisenmanagement“ beim Hochwassereinsatz im Jahr 2013.

In der Kategorie der Städte von 12.000 bis 30.000 Einwohner hatte Bad Reichenhall die Nase vorn mit dem Projekt „Philharmonische Klangwolke“. Nominiert und mit einer Urkunde ausgezeichnet wurden die Stadt Sonthofen mit dem Projekt „Stadtgeist stärken“ und die Stadt Gunzenhausen mit dem „LIMESTival“. Die Jury sagte dazu: „In Gunzenhausen hatte man den Mut, beim alten Bürgerfest ordentlich aufzuräumen. Dabei wurde eine fast vergessene, historische Wurzel ausgegraben und phantasievoll mit neuem Leben gefüllt. Mit der Bereitschaft, neue Wege zu gehen, konnte sich das LIMESTival etablieren, das kreativ gleich drei Brücken schlägt: zur eigenen Geschichte, zu den vielen integrierten Partnern und ihren Ideen und letztendlich zum jeweiligen europäischen Themenland. Der Erfolg bestätigt den Kurswechsel und die herausragende konzeptionelle Arbeit im Vorfeld. Mit dem LIMESTival wurde ein Sommer-Highlight geschaffen, das exemplarisch für gelungene, moderne Weiterentwicklung eines Bürgerfestes steht.“

In der Kategorie der Städte unter 12.000 Einwohner setzte sich Osterhofen mit einer Kunst- und Modenacht durch, gefolgt von Schonungen mit einem umfassenden Projekt des Neubürgermarketings und Hallbergmoss mit einer Radlrallye.

Initiatoren des Stadtmarketingpreises sind neben dem Staatsministerium für Wirtschaft und Medien,

Energie und Technologie die CIMA Beratung und Management GmbH, der Handelsverband Bayern, der Aktionskreis City- und Stadtmarketing und die Wirtschaftsjunioren Bayern.