



Prämierte Projekte

Stadtmarketingpreis Bayern 2016 und 2018



TownSurfing 2016



ISEK – Bürgerbeteiligung in der Innenstadt

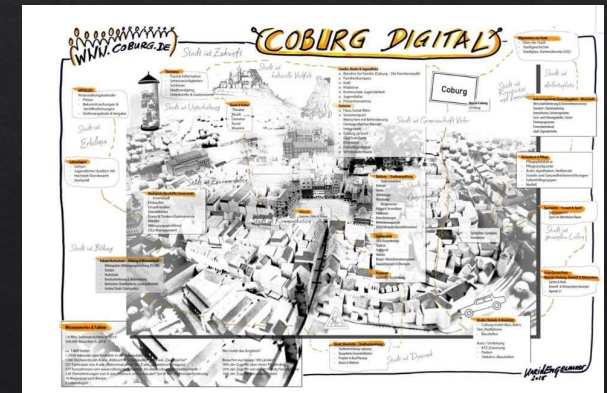
- ◇ **Schritt 1:** Baustellenmanagement in der Innenstadt (2011-2014)
 - ◇ Die Ketschenvorstadt – ein Stadtteil entsteht neu
 - ◇ Ein Baustellen-Büro für persönliche Kontakte
 - ◇ Informationspolitik für Anlieger: Der Ketschvorstadt-Blog



TownSurfing 2016



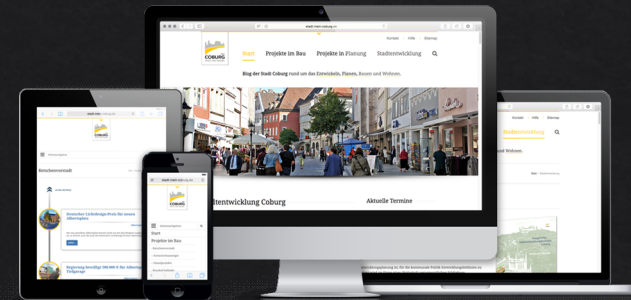
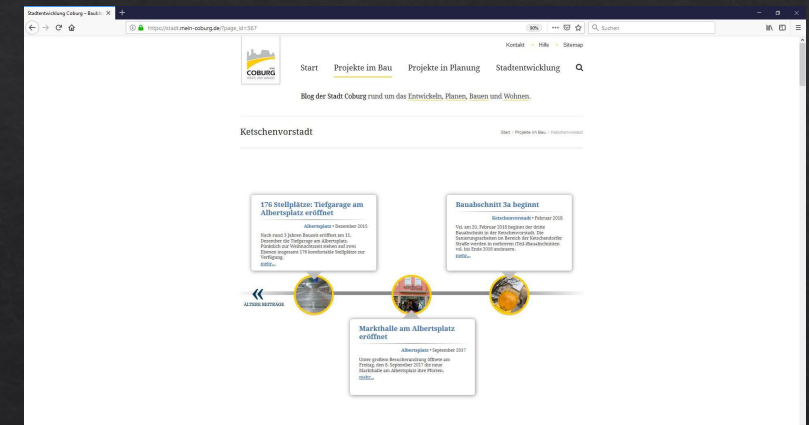
- ◆ **Schritt 2:** Evaluierung (2014)
 - ◆ Welche der umgesetzten Maßnahmen fand die größte Beachtung?
- ◆ **Schritt 3:** Bewertung der Maßnahmen
 - ◆ Welche Maßnahme wurde aktiv genutzt?
- ◆ **Schritt 4:** Verknüpfung mit anderen Produkten
 - ◆ Coburg Digital seit 2001



TownSurfing 2016



- ◆ **Schritt 5:** Der Baublog als Portal
 - ◆ Projektübersicht für das ganze Stadtgebiet
 - ◆ Zeitschienen für jedes Schlüsselprojekt von der Planungsskizze bis zur Inbetriebnahme
 - ◆ Archiv für Bürger und Medien
 - ◆ Bürgerbeteiligung durch Information und Kommentierung
 - ◆ Investorenansprache durch Veröffentlichung (z.B. Wohnen)



TownSurfing 2016

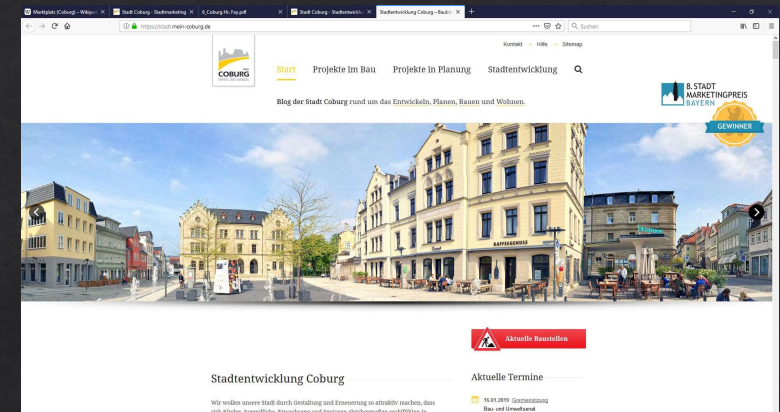


TownSurfing 2016



◆ Schritt 6: Das Produkt

- ◆ Projektübersicht für das ganze Stadtgebiet
- ◆ Zeitschienen für jedes Schlüsselprojekt von der Planungsskizze bis zur Inbetriebnahme
- ◆ Archiv für Bürger und Medien
- ◆ Bürgerbeteiligung durch Information und Kommentierung
- ◆ Investorenansprache durch Veröffentlichung (z.B. Wohnen)



TownSurfing 2016



- ◇ **Schritt 7:** Die Auszeichnung 2016
 - ◇ Platz eins unter drei Bewerbern in der Kategorie Städte 20.000 bis 100.000 Einwohner
 - ◇ Mit dabei Neumarkt i.d.Opf. und Weiden
 - ◇ Würdigung des Innovations-Charakters

COBURG
TownSurfing Coburg -
Stadtentwicklungsportal Baublog

Gewinner 2016, Kategorie 3

Ein investitionsfreudiges Klima für Handwerk, Dienstleistungen und Einzelhandel zu schaffen ist eine große Herausforderung für Kommunen. Die Stadt Coburg wählt dafür den Weg der frühzeitigen, qualifizierten Information zu geplanten Veränderungen in der Stadt. Mit dem TownSurfing-Projekt (Baublog) wurde ein Instrument geschaffen, dass alle Beteiligten und Investoren über Entwicklung, Planung, Bauen ...

[Mehr ...](#)





Christmastree for the Queen 2018

Geschichten und Historie – Identität für die Stadt

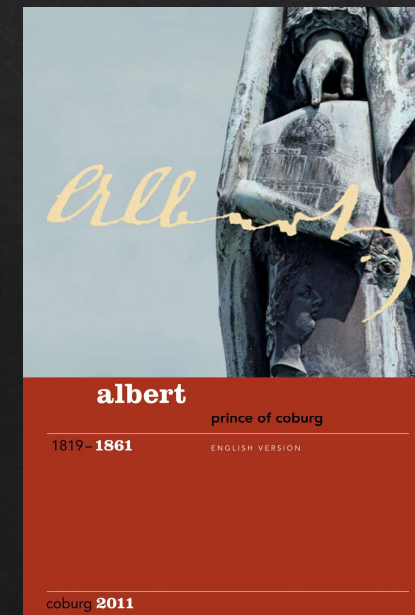
- ◇ **Schritt 1:** Der 150. Todestag von Prinz Albert 2011
 - ◇ Mehr ein „Muss“ aus der Geschichte von Coburg
 - ◇ Mehr für „Intellektuelle“ als für alle Bürgerinnen und Bürger



Christmastree for the Queen 2018



- ◆ **Schritt 2:** Ein Bild und seine Wirkung
 - ◆ Erinnerung an die großen Projekte des Prinzen
 - ◆ Die Weltausstellung / Great Exhibition 1851
 - ◆ Der Glaspalast / Produktdesign / Sozialer Wohnungsbau
 - ◆ Regionale Entwicklung der Wirtschaft nach 1851
- ◆ Ein Leitmotiv in der Stadt



Christmastree for the Queen 2018



- ◆ **Schritt 3:** Neue Betrachtung und Verknüpfung

- ◆ Wo können wir anknüpfen 1997 - 2011
- ◆ Exil-Coburg in GB und der Welt



- ◆ **Schritt 4:** Die Idee 2011 bis 2019

- ◆ Start für eine Kampagne bis zum 200. Geburtstag





Christmastree for the Queen 2018

- ◇ **Schritt 5:** Der Brief an die Queen
 - ◇ Kommentar zur Weihnachtsrede 2015
 - ◇ Tradition des Weihnachtsbaumes
 - ◇ Das Geschenk – ein Weihnachtsbaum
 - ◇ Aus den Wäldern von Prinz Albert
 - ◇ Die Antwort aus Buckingham-Palace



Christmastree for the Queen 2018



◆ Schritt 6: Der Baum in Windsor

- ◆ Die Suche
- ◆ Fällen und Verladen
- ◆ Mit den Medien auf der Reise
- ◆ The Lightning in Windsor
- ◆ Gigantisches Medien-Echo



Christmastree for the Queen 2018



◆ Schritt 7: Die Produkte 1997 bis 2019

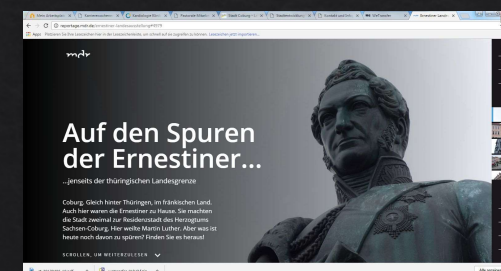
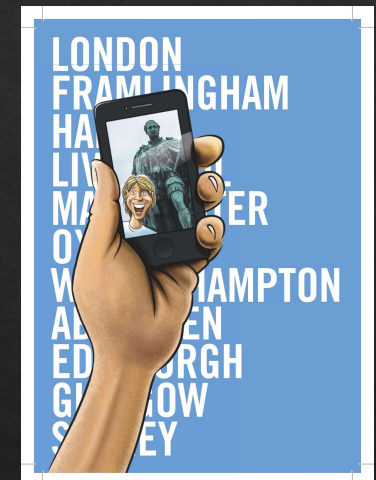
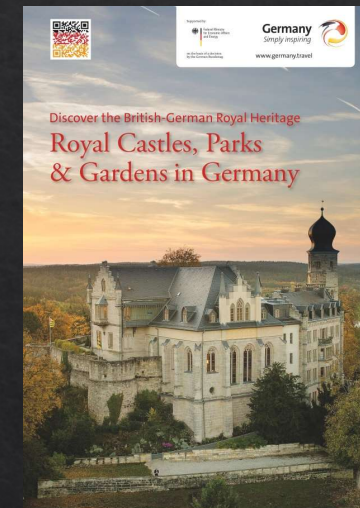
Christmas Tree for the Queen
Stadtmarketing Coburg



**9. STADT
MARKETINGPREIS
BAYERN**

7. Einbindung in Stadtmarketing-Strategie

- 1997 Bayerische Landesausstellung „Ein Herzogtum und viele Kronen“
- 2010 Gründung Stadtmarketing Coburg
- 2011 „Albert - Prinz aus Coburg“ zum 150. Todestag
- **2011 „Geschenkkiste zur Hochzeit Prinz William und Prinzessin Kate“**
- 2015 „150-Jahre Prinz Albert Denkmal auf dem Coburger Marktplatz“
- 2016 Kampagne „Royal Heritage“ der DZT in London (LFZ bis 2018)
- **2016 „ChristmasTree for the Queen“**
- 2016 Coburger Designtage „Albert und die erste Weltausstellung 1860“
- 2017 Beginn der Vorbereitungen 200. Geburtstag „Victoria und Albert“
- 2017 Beteiligung am Christmas-Event - Osbornhouse - Isle of Wight GB
- 2018 Vorbereitung und Kontaktpflege zu den Partnern in GB
- 2018 Weihnachtsaktion in London
- **2019 Aktionsjahr „Victoria und Albert aus Coburg“**
- Die Aktionen haben eine starke Binnen- und Außenwirkung



Christmastree for the Queen 2018



- ◆ **Schritt 8:** Kontaktpflege
 - ◆ Einrichtung einer Arbeitsgruppe über die Kulturabteilung der Deutschen Botschaft in London
 - ◆ 2017 Weihnachtsmarkt auf der Isle of Wight
- ◆ **Schritt 9:** Der Preis 2018
 - ◆ Platz eins unter drei Bewerbern in der Kategorie Städte 20.000 bis 100.000 Einwohner
 - ◆ Mit dabei Rosenheim und Würzburg
 - ◆ Würdigung der Einbindung
- ◆ **Schritt 10:** Finale 2019
 - ◆ Weihnachtsmarkt vor dem Kensington Palace in London
 - ◆ Drei Bäume für das „V&A“



Christmas Tree for the Queen Stadtmarketing Coburg	
5. Kosten-Nutzen-Verhältnis	
• Baum, Beleuchtung und Logistik durch Sponsoren	
• Dienstreisen für Kontakte und Planung ca. 3.000,00 €	
• Personalkosten der Umsetzung ca. 5.000,00 €	
• Gesamtkosten der Stadt Coburg: ca. 10.000,00 €	
• Erfasste und bewertete Printprodukte national ca. 250.000,00 €	
• Erfasste Sendeminuten Berichterstattung TV national ca. 650.000,00 €	
• Erfasste Sendeminuten Berichterstattung Radio national ca. 450.000,00 €	
• Nicht erfasst: Sendeminuten TV / Radio in Belgien und Großbritannien	
• Nicht erfasst: Printberichte in Belgien und Großbritannien	
• Nicht erfasst: Internet- und Social Media-Beiträge (u.a. DZT und MB)	
• Nicht erfasst: Printmedien zur LKW-Tour MB (weltweit ca. 50 Veröffentl.)	
• Nicht erfasst: Veröffentlichungen / Tagebuch MB-Mitarbeiter-Portal	
• Erfasstes Werbevolumen Print, Radio, TV - ca. 1,5 Mio. €	



Das Geheimnis der Erfolge

- ◆ Möglichkeiten
(Geschickte Nutzung von besonderen Merkmalen)
- ◆ Begeisterung
- ◆ Überzeugung
(Authentizität)
- ◆ Verknüpfung
(Klare Einbindung in die Stadtmarketingstrategie)
- ◆ Eigenständiges Gesamtbild
- ◆ ... und das WARUM sollte es für andere interessant sein

Gemeinsam Gestalten



9. STADT
MARKETINGPREIS
BAYERN



HOME TEILNAHME GEWINNER FÖRDERER PRESSEINFO KONTAKT

DER 9. STADTMARKETINGPREIS IST VERGEBEN!

In einer feierlichen Verleihung am Abend des 12. Juli wurden die diesjährigen Preisträger erstmals bekannt gegeben und von Staatsminister Franz Josef Pschierer persönlich ausgezeichnet. Die glücklichen Gewinner in den jeweiligen Größenkategorien kommen aus Oberburg, Murnau am Staffelsee, Donauwörth und Coburg. Der Sonderpreis der Jury geht diesmal nach Deggendorf.



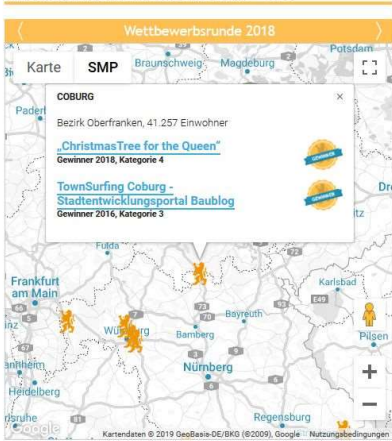
Gewinner 2018 mit Staatsminister Franz Josef Pschierer

Hier finden Sie alle Fotos des Abends (Passwort: Stadtmarketingpreis2018).

Lesen Sie in den [Laudationes](#), was die Jury bei den nominierten Projekten hervorhob und wie die Entscheidung begründet wurde.

Auch die [Projektrückschau](#) der Best-Practice Projekte aus dem Wettbewerb ist mit der aktuellen Runde ergänzt. Hier finden Sie ab sofort alle Projektinformationen zu den zwölf Nominierten.

ALLE AUSGEZEICHNETEN PROJEKTE 2005 - 2018



Vielen Dank ☺