Handel

Gotthardt: "Die Zukunft unserer Innenstädte beginnt mit Menschen, die etwas bewegen"

28. Oktober 2026

MÜNCHEN Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Tobias Gotthardt hat sechs Projekte mit dem Stadtmarketingpreis Bayern 2026 ausgezeichnet. Die Gewinner in den vier Größenkategorien sind Mainleus, Gunzenhausen, Mühldorf a. Inn und Augsburg. Die beiden Sonderpreise gehen an Oberviechtach und die Aktionsgemeinschaft Innenstadt e.V., eine interkommunale Kooperation aus dem bayerischen Oberland.

Bei der feierlichen Preisverleihung im Bayerischen Wirtschaftsministerium betonte Gotthardt die Bedeutung eines aktiven und zukunftsorientierten Stadtmarketings: "Alle nominierten Projekte zeigen, dass lebendige Innenstädte nicht einfach entstehen. Sie werden von Menschen gestaltet, die anpacken und gemeinsam etwas bewegen wollen. Ob durch die Wiederbelebung von Leerständen, kreative Aktionen für Familien, Sport und Begegnung oder die Zusammenarbeit über Gemeindegrenzen hinweg: Allen Projekten gemeinsam ist die Bereitschaft, neue Wege zu gehen. Genau diesen Mut und diesen Einsatz brauchen wir, um unsere Ortszentren zukunftsfähig zu machen. Die ausgezeichneten Projekte sind Vorbilder für ganz Bayern und zeigen, wie viel vor Ort möglich ist."

Der Wandel der Innenstädte und Ortszentren stellt Kommunen und Handel weiterhin vor große Herausforderungen. Leerstände, verändertes Einkaufsverhalten und der Wettbewerb um Besucherinnen und Besucher erfordern neue Ideen und gemeinsames Handeln. "Lebendige Innenstädte entstehen nicht von allein. Es braucht attraktive Angebote, Orte der Begegnung und eine enge Zusammenarbeit von Kommunen, Handel, Gastronomie und Vereinen. Stadtmarketing kann diese Kräfte bündeln und dazu beitragen, die Zentren langfristig zu stärken", so Gotthardt.

Die Preisträger des Stadtmarketingpreises Bayern 2026:

In der Kategorie „Städte bis 10.000 Einwohner": Mainleus
Im Beteiligungsprozess „Mitmachhaus Mainleus" brachte die Bürgerschaft Ideen zur

Nutzung eines Leerstands in der Ortsmitte ein. Darauf aufbauend entwickelte die Mainleus Invest GmbH ein multifunktionales Marktcafé mit Bäckerei, Eisdiele, Café und Mittagstisch. Kommunale Unterstützung und die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern begleiteten die Umsetzung. So entstand ein lebendiger Versorgungs- und Begegnungsort, der zeigt, wie Bürgerbeteiligung zur nachhaltigen Ortsentwicklung beitragen kann.

In der Kategorie „Städte von 10.000 bis 20.000 Einwohner": Gunzenhausen
Mit einer digitalen Rätselserie und einer Oster-Rallye spricht Gunzenhausen gezielt Familien an und lenkt Besucher in die Innenstadt und die örtlichen Geschäfte. Dem Projekt gelingt es, die digitale Aufmerksamkeit in reale Innenstadtbesuche zu übersetzen. Mit überschaubarem Budget schafft Gunzenhausen neue Besuchsanlässe und zeigt, wie sich Online-Angebote und persönlicher Kontakt vor Ort wirkungsvoll verbinden lassen.

In der Kategorie „Städte von 20.000 bis 45.000 Einwohner": Mühldorf a. Inn
Mit „mühldorf BEWEGT" bündelt die Kreisstadt verschiedene Sportformate zu einer langfristig angelegten Innenstadtstrategie. Sport im Park, Sportaktionstage und der Stadtlauf richten sich an die gesamte Stadtgesellschaft. Ein durch Crowdfunding finanzierter Motorikpark ergänzt das Angebot. So verbindet das Projekt Innenstadtbelebung, Gesundheitsförderung und Gemeinschaft und schafft aus temporären Aktionen dauerhafte Infrastruktur für die Bürgerinnen und Bürger.

In der Kategorie „Städte ab 45.000 Einwohner": Augsburg
Augsburg Marketing entwickelte gemeinsam mit allen relevanten Akteuren eine eigenständige Quartiersmarke für sein historisches Zentrum. Eine Website mit digitalem Marktplatz und eigene Social-Media-Kanäle bündeln Angebote und touristische Informationen. Banner, Stelen und gekennzeichnete Schaufenster machen die Marke im Stadtraum sichtbar. Veranstaltungen und eigens entwickelte Altstadttouren schaffen zusätzliche Besuchsanlässe. Der langfristige Ansatz verbindet hier gekonnt Standortentwicklung und Identitätsbildung.

Sonderpreis: Aktionsgemeinschaft Innenstadt e.V.
Unter einer gemeinsamen Marke bringen mehrere Innenstadtinitiativen unterschiedliche Orte im bayerischen Oberland zusammen. Die Aktionen werden vor Ort individuell als „Innenstadt Freitag" ausgestaltet und verbinden Einzelhandel, Vereine und Institutionen. Aus einer gemeinsamen Idee ist eine dauerhafte interkommunale Zusammenarbeit geworden: Kooperation statt Konkurrenz.

Sonderpreis: Oberviechtach
Neun Veranstaltungstage, mehr als 40 Aktionen und eine ganze Stadt, die mitzieht: Mit der „Grünen Woch" bündelt Oberviechtach und der Goldmacher e.V. bestehende Angebote aus Wirtschaft, Vereinen, Institutionen und Ehrenamt unter einem gemeinsamen thematischen Dach. Statt immer neue Formate zu schaffen, wird gezeigt, was bereits vor Ort vorhanden ist und ergänzt es durch passende Aktionen.

Das schafft zusätzliche Besuchsanlässe, stärkt das Gemeinschaftsgefühl und bringt auch dem Einzelhandel neue Impulse.

Der Stadtmarketingpreis Bayern ist ein Wettbewerb des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, mit dem Innovationen und Engagement im Bereich City- und Stadtmarketing ausgezeichnet werden. Für den 13. Stadtmarketingpreis Bayern gingen insgesamt 56 Bewerbungen ein. Eine Fachjury wählte daraus zwölf nominierte Projekte aus, die unterschiedliche Ansätze zur Belebung der Innenstädte und Ortszentren aufzeigen. Die sechs Sieger erhalten neben Trophäe und Urkunde ein Preisgeld von jeweils 3.000 Euro, gesponsert vom Handelsverband Bayern e.V., dem AKCS - Aktionskreis City- und Stadtmarketing e.V., der Günther Rid Stiftung, dem Sparkassenverband Bayern sowie dem Zentralen Immobilienausschuss (ZIA).Weitere Partner sind der Bayerische Städtetag, der Bayerische Gemeindetag, der bcsd - Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e.V. (Landesverband Bayern) sowie die Bayern Tourismus Marketing GmbH. Bei der Durchführung des Stadtmarketingpreises wurde das Wirtschaftsministerium durch die CIMA Beratung + Management GmbH unterstützt.

Informationen zu allen nominierten Projekten sind abrufbar unter www.stadtmarketingpreis-bayern.de. Fotos von der Preisverleihung finden sich in der Mediathek des Bayerischen Wirtschaftsministeriums.

Ansprechpartnerin:
Tanja Gabler
Stv. Pressesprecherin

Pressemitteilung-Nr. 488/26



Bayerns Wirtschaftsstaatsskretär Tobias Gotthardt mit den Gewinnern des Stadtmarketingpreises Bayern 2026 (Foto: StMWi/A.Beier)