



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 20. Oktober 2010, 19:00 Uhr

Rede

des
Bayerischen Staatsministers
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

Martin Zeil

anlässlich
der Preisverleihung des
5. Bayerischen Stadtmarketingpreises

am 20. Oktober 2010
München

Gliederung

I.	Einleitung.....	1
II.	Bedeutung Stadtmarketing	3
III.	Handel und Stadt	4
IV.	Stadtmarketingförderung der Rid-Stiftung.....	5
V.	Ladenschluss.....	6
VI.	Schlusswort	10

Sehr geehrter Herr Präsident Krines!

Sehr geehrte Damen und Herren!

I. Einleitung

Herzlich willkommen im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie!

Ich freue mich sehr, Sie heute begrüßen zu können. Der Anlass ist in der Tat erfreulich. Zum fünften Mal wird der Bayerische Stadtmarketingpreis vergeben.

Ich finde: Der festliche Rahmen in unserem Ludwig Erhard Festsaal ist als Ort für die Verleihung des sogenannten **Oscars des City- und Stadtmarketings** gut gewählt.

Der Bayerische Stadtmarketingpreis wird in diesem Jahr zum fünften Mal verliehen. Die **Initiatoren** sind in diesem Jahr neben dem bayerischen Wirtschaftsministerium:

- Der **Handelsverband Bayern – Der Einzelhandel**,

- Die **CIMA GmbH**,
- Die **Wirtschaftsjunioren**,
- Sowie der **Aktionskreis City- und Stadtmarketing in Bayern**.

Hinzu kommen als **Partner und Sponsoren**

- der Bayerische **Gemeindetag**,
- der Bayerische **Städtetag**,
- der **Bundesverband für City- und Stadtmarketing**,
- die **Günter Rid Stiftung**,
- das **Institut für City- und Regionalmanagement**,
- die **Kaufhaus Warenhaus AG**,
- **Multi Development Germany** und
- der **Sparkassenverband Bayern**.

Ich möchte an dieser Stelle allen Beteiligten **für ihr großes Engagement** bei der Vorbereitung und Durchführung dieser Veranstaltung **danken!**

II. Bedeutung Stadtmarketing

Stadtmarketing ist zwar keine gesetzliche Pflichtaufgabe der Kommunen. Sie ist aber schon heute **dennoch ein Muss.**

Denn die **Städte** stehen **im Wettbewerb:**

Um Unternehmen, um Touristen, um Kaufkraft und Kunden und – in Zeiten des demographischen Wandels – immer mehr auch um Bürger.

Für diese Zielgruppen attraktiver zu werden, ist allein nicht genug. Getreu dem Motto. „Tue Gutes und rede darüber“ müssen die Städte ihre Attraktivität auch nach außen kommunizieren. Oder um es mit den Worten von Henry Ford zu sagen:

„Wer nicht wirbt, stirbt!“

Die Erfahrung zeigt: Seinen Hauptaugenmerk sollte das Stadtmarketing dabei auf die Innenstadt legen. Denn die **Innenstadt** ist für die Stadt im wahrsten Sinne des Wortes die „**gute Stube**“, die über den Gesamteindruck entscheidet.

III. Handel und Stadt

Was aber macht eine schöne Innenstadt aus?

Dazu gehören natürlich die historischen Gebäude und öffentliche Einrichtungen.

Dazu gehört aber in erster Linie auch der **Handel**, der laut einer Umfrage der CIMA für **66% der Menschen das wichtigste Kriterium für die Attraktivität einer Innenstadt** ist.

Handel und Innenstadt gehören deshalb untrennbar zusammen.

Wie Sie alle wissen hat das bayerische Wirtschaftsministerium derzeit den Auftrag des Landtags, das Landesentwicklungsprogramm fort zu schreiben. Ein wichtiges Thema ist in diesem Zusammenhang das **Ziel zum großflächigen Einzelhandel**.

Es gibt hier Stimmen in Bayern, die dieses Ziel gänzlich in Frage stellen. Ich habe hier eine gezielt andere Meinung: Wenn wir unsere Städte lebendig erhalten wollen, **dann brauchen wir auch weiter eine Lenkung des Einzelhandels in die integrierten Lagen.**

Dann kann die „grüne Wiese“ auch zukünftig nicht zu einer gleichwertigen Option zum innerstädtischen Handel gemacht werden!

IV. Stadtmarketingförderung der Rid-Stiftung

Meine Damen und Herren!

Beim wichtigen Thema Stadtmarketing ist nicht nur das bayerische Wirtschaftsministerium aktiv. Eine Initiative in Bayern möchte ich an dieser Stelle besonders erwähnen.

Die **Günther Rid Stiftung**, die ja auch Partner des Stadtmarketingpreises 2010 ist, hat in diesem Jahr zusammen mit der CIMA GmbH die „**Know How Tool Box Stadtmarketing**“ angeboten. Sie ist kostenfrei für Werbegemeinschaften und Stadtmarketingorganisationen.

Die Aktion ist auf große Resonanz gestoßen und wurde allein von der Günther Rid Stiftung finanziert. **Für diese vorbildliche Initiative möchte ich der Günther Rid Stiftung und ihrem Ge-**

schäftsführer, Herrn Peter Habit, ausdrücklich danken.

Die **Günther Rid Stiftung** hat als Stiftungszweck die Förderung des mittelständischen Einzelhandels in Bayern. Sie hat sich mit dieser Aktion wieder einmal **als Segen für den mittelständischen Einzelhandel erwiesen, um den unsere andere Länder beneiden.**

V. Ladenschluss

Wenn man von Handel, Innenstädten und Stadtmarketing spricht, dann muss man, gerade in Bayern natürlich auch das leidige **Thema Ladenschluss** erwähnen.

Meine Haltung als bekennender Liberaler wird sie nicht überraschen: Ich bin der Meinung, **dass der Staat nicht alles regeln muss, was genauso gut vom Markt geregelt wird.** Das gilt in besonderer Weise auch für den Ladenschluss.

Das **Beispiel der anderen Bundesländer**, die allesamt den Ladenschluss mindestens an Werk-

tagen weitgehend dereguliert haben, zeigt hinreichend, dass der von Vielen in diesem Land beschworene Weltuntergang bei erweiterten Ladenöffnungsmöglichkeiten ausgeblieben ist.

Auch in Bayern gibt es durchaus Bedarf an erweiterten Ladenöffnungszeiten.

Das zeigt sich schon daran, dass die Zahl der vom bayerischen Arbeits- und Sozialministerium erteilten Ausnahmegenehmigungen für lange Einkaufsabende immer mehr ansteigt. Im letzten Jahr wurden nach unserem Kenntnisstand rund 100 positive Bescheide erteilt und sicherlich dutzende weitere Anträge abgelehnt.

Die **verlängerten Einkaufsabende** haben sich in München ebenso wie in vielen mittleren und auch kleineren Städten Bayerns als **neues Instrument des Stadtmarketing** mehr als bewährt. Die Menschen stimmen mit den Füßen zugunsten dieser neuen Möglichkeiten ab.

Das Problem ist nur, dass die langen Einkaufsabende überall außerhalb Bayerns ohne Genehmigung, ohne Bürokratie und ohne kostspielige Auflagen durchgeführt werden können, nur bei uns nicht.

Und natürlich kann jede Kommune in Baden-Württemberg oder Hessen ohne weiteres 10 lange Einkaufsabende pro Jahr veranstalten, während jede Kommune das bei uns nur einmal im Jahr darf.

Vielleicht folgt man da im Arbeitsministerium ja dem alten **Spruchwort „Einmal ist keinmal und zweimal ist einmal zu viel“**.

Kurz zusammengefasst: Die Lage im Ladenschluss in Bayern ist alles andere als befriedigend.

Logisch führt kein Weg an der Erkenntnis vorbei: Auch wir in Bayern brauchen ein eigenes Ladenschlussgesetz, das – wie in den anderen Ländern – primär ein Ladenöffnungsgesetz sein muss. Wir wollen natürlich, um das ganz klar zu stellen, keine Rund-um-die-Uhr-Öffnung, keine vermehrten Sonntagsöffnungen und schon gar keine Öffnungspflicht, wie das manche immer meinen.

Wir wollen einfach mehr Freiheit für den Handel und die Kommunen. Und dazu gehört mindestens das Recht, im Kundeninteresse mehrere verlängerte Einkaufsabende durchführen zu können, ohne auf ministerielle Ausnahmegenehmigungen angewiesen zu sein!

Eine Mehrheit in der Koalition hierfür ist leider derzeit noch nicht absehbar. Wir **setzen aber auf einen langfristigen Lerneffekt**.

VI. Schlusswort

Meine Damen und Herren,

Nach diesem kurzen Exkurs möchte ich zum Hauptthema des heutigen Abends, dem **Stadtmarketingpreis**, zurückkommen.

Die hier versammelten **nominierten Städte** sind sicherlich bereits ungeduldig und ich will Sie jetzt nicht mehr viel länger auf die Folter spannen.

Der **Bayerische Stadtmarketingpreis** zeichnet **hervorragende Leistungen bei der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Innenstädte** aus.

Hier sind heute die Vertreter der 12 Städte Bayerns versammelt, die sich nach dem Urteil der Jury bereits gegen die Konkurrenz aller anderen Bewerber durchgesetzt haben.

Aber welche vier Städte sind heute **die Gewinner des Bayerischen Stadtmarketingpreises 2010**? Diese Frage werden wir Ihnen gleich beantworten.

Ich darf uns allen noch einen schönen Abend im bayerischen Wirtschaftsministerium wünschen.

Schon jetzt einen **herzlichen Glückwunsch an die Sieger.**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!