

Stadtmarketing ELMSHORN

Jahresbericht 2023

Unsere Projekte

& Aktivitäten



Elmshorn.
Supernormal.



Stadtmarketing
Elmshorn

Inhaltsverzeichnis

Grußwort	1
Stadtmarke Elmshorn	2
Image Projekte	4
Service Projekte	8
Veranstaltungen	10
Kooperationen	14
PACT/BID	16
Innenstadtförderprogramm	18
Verein	24
Mitglieder	28
Der Vorstand	29

Liebe Mitglieder,

mit diesem Jahresbericht für 2023 laden wir Sie herzlich ein, sich einen Überblick darüber zu verschaffen, welche Projekte und Veranstaltungen das Stadtmarketing Elmshorn im vergangenen Jahr organisiert und durchgeführt hat.

Im Fokus stand dabei immer das Bemühen die normalen, aber eben auch positiven Aspekte Elmshorns zu zeigen und in das Bewusstsein aller Elmshorner zu rücken. Wo Elmshorner und die Menschen aus dem Umland gern lange verweilen, nutzen sie im besten Fall auch die Angebote des Handels und der Dienstleister, die sich hier angesiedelt haben. Die Shopping Sonntage sowie die Veranstaltungsreihe „Summer in the City – Friday Flair“ und der Lichtermarkt haben erneut gezeigt, dass die Kombination aus Veranstaltung und Shoppen in entspannter Atmosphäre gut ankommt.

Ein wichtiger Arbeitsschwerpunkt des Stadtmarketing Elmshorn war und ist die Neuauflage, also der Relaunch der Stadtmarke Elmshorn supernormal. Eine starke Marke fördert sowohl die Identifikation und den Zusammenhalt der Bevölkerung als auch das Image nach außen. Denn wer sich mit Elmshorn identifiziert, geht hier auch gern arbeiten, essen, shoppen oder verbringt seine Freizeit mit den Kultur-, Sport- und Bildungsangeboten.

An dieser Stelle möchten wir auch Sie ins Boot holen und dazu ermutigen, weitere Maßnahmen zur Stärkung der Stadtmarke vorzuschlagen – oder sich selbst dabei zu engagieren, diese mit Leben zu füllen.

Herzliche Grüße



Marc Ramelow
1. Vorsitzender



Manuela Kase
Geschäftsführerin

Stadtmarke ELMSHORN

Elmshorn supernormal

Beim Pressegespräch auf der Dachterrasse des Modehaus Ramelow fiel am 5. September der Startschuss für den Relaunch der Stadtmarke Elmshorn supernormal. Dort präsentierten Stadtmarketing-Geschäftsführerin Manuela Kase und Wolfgang Helms, Wirtschaftsförderer der Stadt Elmshorn, in ihrer Funktion als Markenträger die Kampagne. Dabei unterstützten sie Marc Ramelow, Vorsitzender des Stadtmarketings, Oberbürgermeister Volker Hatje, Dirk Kehrhahn, Vorstand des Stadtmarketings, Christoph Fülcher, Kanzler der Nordakademie, und Ulf Kremer, Vorstand der Initiative Elmshorn.



Markenpräsentation bei Ramelow ©Stadt Elmshorn Torben Hinz

Die erste Kampagne war so konzipiert, dass sie sich auf die Elmshorner konzentrieren und sie direkt ansprechen sollte. Erst im zweiten Schritt wird in den kommenden Jahren Elmshorn supernormal auch im Umland bespielt. Die Kampagne bestand aus Großplakaten, die bis Mitte September an wichtigen Ein- und Ausfahrtstraßen Elmshorns sowie am Bahnhof und in der Nachbarschaft der Königstraße geklebt wurden. Auch in den lokalen Printmedien wurde über den Neustart der Stadtmarke ausgiebig berichtet.

Der errechnete Redaktionswert der Berichte und Fotos betrug einen Wert von knapp 136.000 Euro.

Auch digital war die Kampagne zum Restart der Stadtmarke sehr präsent. So wurden auf den Websites der Elmshorner Nachrichten und SHZ.de über mehrere Wochen sogenannte Ads platziert, um ein breites Zielpub-

likum zu erreichen. Die Ads wurden in einem Radius von zehn Kilometern rund um den Elmshorner Stadtkern ausgespielt.

Ergänzend wurden gemeinsam mit einer externen Medienagentur Stories im neuen Design für die Facebook- und Instagram-Accounts des Stadtmarketings erarbeitet. Auch auf der neugestalteten Homepage des Stadtmarketings wurden diese eingebettet. Damit die Elmshorner sich dort mit wenigen Klicks über die Stadtmarke informieren können, wurde die Landingpage Elmshorn supernormal in die Website integriert.

Die Kampagne stellte normale Elmshorner in den Fokus, die es wiederum als alltäglich ansehen, auf unterschiedliche Art in und für Elmshorn aktiv zu sein. Sie wurden in einen Kontext mit den Begriffen fit, engagiert und plietsch gestellt. Diese Aktionsfelder wurden vorab als Schwerpunktthemen in Workshops erarbeitet. Zu jedem Thema wurden Personengruppen oder Personen vom Elmshorner Fotograf Marco Grundt fotografiert. Dabei war es den Initiatoren wichtig, Testimonials an Elmshorner Locations aufzunehmen. Dadurch soll die Identifikation der Elmshorner mit der Stadtmarke erhöht werden. Zugleich dienen sie als Vorbilder für andere.

Sowohl auf den Plakaten als auch digital wurde durch die Frage „Was ist dein Normal?“ zur aktiven Auseinandersetzung mit dem Markenkern aufgerufen.

All diese Maßnahmen bescherten der Stadtmarke eine hohe Reichweite.

Eine weitere Maßnahme zum Neustart der Stadtmarke waren Blogs, die von der Elmshorner Journalistin Antje Thiel verfasst wurden. In Absprache mit dem Stadtmarketing schrieb sie sieben Portraits von engagierten Elmshornern, die sie parallel mit dem Stadtmarketing wöchentlich veröffentlichte und bewarb.



Beliebtes Motiv der Kampagne für die Stadtmarke: Hobbyhorsing beim Holsteiner Verband. Foto © Marco Grundt

Da diese Blogs ebenso wie die Stories auf Elmshorn supernormal platziert wurden, sind sie dauerhaft auch auf der Homepage des Stadtmarketings zu lesen.

Außerdem erarbeitete das Stadtmarketing gemeinsam mit Zuständigen der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Elmshorn die Designvorgaben für Printprodukte, speziell Flyer und Plakate, die künftig angewandt werden. Die Vorgaben basieren auf dem Design-Guide, den die Agentur Boy bereits bei der ersten öffentlichen Präsentation der Stadtmarke vorlegte.

Das neue Design ist nicht nur für das Stadtmarketing und die Stadtverwaltung verpflichtend anzuwenden, sondern betrifft zukünftig auch die Zuwendungsempfänger wie Kindertagesstätten, Schulen, Vereine, Organisationen oder Interessensgruppen, wenn sie mit Flyern oder Plakaten an die Öffentlichkeit treten.

Bei der Gestaltung dieser Printprodukte bietet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt ihre Hilfe an.

So sollen Betrachter künftig direkt auf den ersten Blick erkennen, dass Veranstaltungen und Aktionen beworben und bekannt gemacht werden, die in engem Zusammenhang mit der Stadt Elmshorn und der Stadtmarke stehen.

Ausblick:

Anfang 2024 gab es bereits zwei Workshops, die sich mit der weiteren Ausgestaltung der Stadtmarke beschäftigten. Ziel des aktuellen Jahres ist es, weiter an der Emotionalisierung der Marke zu arbeiten und Elmshorn supernormal erlebbar zu machen. Der Blumenstrauß an Ideen ist bunt und die Elmshorner dürfen sehr gespannt sein, was sie in naher Zukunft alles erwartet.

Unsere Image PROJEKTE



© Haiarts Sarja Hainke

Was sich im Vorjahr bewährt hat, wurde im Jahr 2023 fortgesetzt: Mit Plakaten und Flyern, auf Facebook und Instagram sowie auf der Homepage kündigte das Stadtmarketing das Stadtwerke Eisvergnügen und den Lichtermarkt Elmshorn unter dem gemeinsamen Dach „Elmshorner Winter“ an.

Die besonderen Momente und Attraktionen des Lichtermarktes, des Stadtwerke Eisvergnügens und der Weihnachtsparade wurden in drei Kurzfilmen eingefangen, die wie alle anderen Werbematerialien das Design der Stadtmarke aufgreifen.

Die Filme veröffentlichte das Stadtmarketing auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram und sie wurden in die Homepage eingebettet. Die hohen Reichweiten, die erzielt wurden, bestätigen nicht nur die Werbewirksamkeit von Bewegtbildern, sondern fördern auch das Image von Elmshorn.

In diesem Jahr werden die Filme schon frühzeitig für die Ankündigung der beliebten Winterveranstaltungen eingesetzt.

Stadtwerke Eisvergnügen

Mit einer mitreißenden und faszinierenden Feuershow des Hamburger Artistenduos Flamba eröffnete am 17. November das Stadtwerke Eisvergnügen. Hierfür hatte das Stadtmarketing auf dem Holstenplatz erstmals nach Corona wieder eine Echteisfläche mit Gastronomie aufbauen lassen.

Wichtiger Aspekt bei dieser Veranstaltung war das Energiesparen. Durch die Verwendung modernster Technik und speziellem Dämmmaterial verfolgte das Stadtmarketing das Ziel, 30 Prozent weniger Energie zu verbrauchen als in den Vorjahren. So wurde auch ein Beitrag zur Nachhaltigkeit geleistet.

Um die Verweildauer der Besucher des Stadtwerke Eisvergnügens zu erhöhen, gab es eine aufwändige Dekoration der Veranstaltungsflächen auf dem Holstenplatz mit beleuchteten Tannen und Stehtischen. Eine Kooperation mit Norderstedt ermöglichte darüber hinaus Baum-Illuminationen aus alten Fahrradspeichen, die bereits beim Norderstedter Parkfunkeln zum Einsatz kamen.



Gelungenes Spiel mit dem Feuer – Eröffnung des Stadtwerke Eisvergnügens. © Ulf Marek

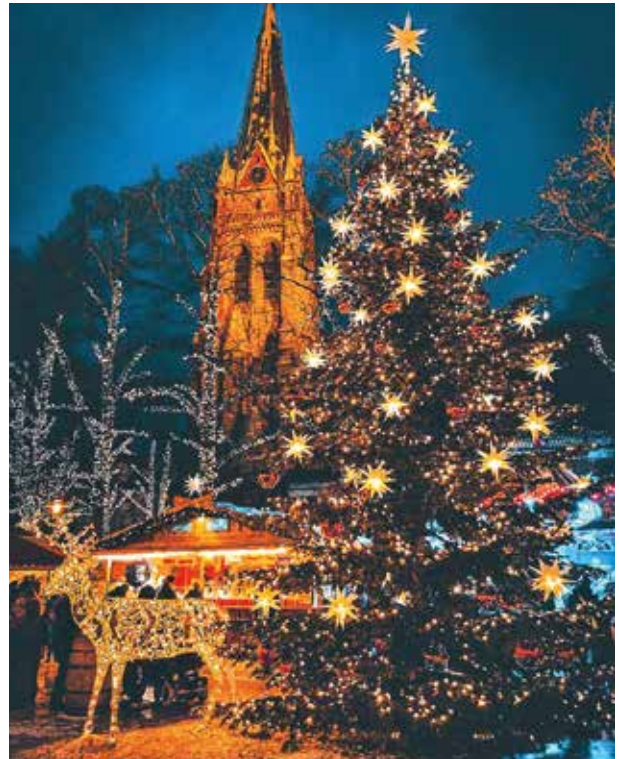
Das eisige Vergnügen auf dem Holstenplatz machten neben dem Titelsponsor Stadtwerke Elmshorn erneut die beiden Hauptsponsoren Sparkasse Elmshorn und Kersig Immobilien möglich. Daneben unterstützten zahlreiche Sponsoren mit ihrer Bandenwerbung an der Eisfläche das Stadtwerke Eisvergnügen.

Die Gastronomie „Zum Wilden Hirschen“ übernahm auch in diesem Jahr Malte Findeisen, Inhaber des benachbarten Restaurants Lugacci. Dazu gehörte auch das Catering für die „Weihnachtsfeiern on Ice“, die online über die Homepage des Stadtmarketings gebucht wurden. „Weihnachtsfeiern on Ice“ buchten auf diesem Weg 20 Firmen, Vereine und private Gruppen. Eine erfreuliche Resonanz auf dieses Angebot. Großer Beliebtheit erfreute sich auch das Eislaufen für Schulen und Kindergärten. Montags bis freitags waren in der Zeit zwischen 8.00 - 13.00 Uhr insgesamt 780 Kinder mit ihren Betreuerinnen auf dem Eis. Auch Regen konnte sie davon nicht abhalten, in den Gruppen Spaß zu haben und sich auf der Fläche zu bewegen.

In der Zeit vom 20. November bis zum 20. Dezember war die Eisfläche montags bis mittwochs in den Abendstunden Schauplatz der 15. Meisterschaft im Eisstockschießen. Wie schon in den Vorjahren waren die Startplätze in kürzester Zeit vergeben. An dem Breitensportturnier des EMTV nahmen 256 Teams teil.

Lichtermarkt Elmshorn

Schon seit langem hat der Elmshorner Lichtermarkt Vorbildcharakter in der Region, so auch 2023. Geschäftsführerin Manuela Kase bekam Presseanfragen, bei denen sie über unterschiedliche Aspekte in der Gestaltung und Ausrichtung von Weihnachtsmärkten als Expertin um Auskunft gebeten wurde. Die Presse, die Standbetreiber und die Besucher des Lichtermarktes waren sich



Elmshorner Lichtermarkt © Judith Hertwig

einig, dass die Veranstaltung auch dieses Mal wieder ein voller Erfolg war.

Großen Anteil an diesem Erfolg haben die gelungene Dekoration, die attraktiven Foto-points und die gemütlichen Aufenthaltshütten auf dem Alten Markt. Die atmosphärische Stimmung wurde in diesem Jahr auch durch höhere Kräfte gefördert. Tagelang lag auf dem Alten Markt Schnee und sorgte für besonders schöne Fotomotive.

Eröffnung und Engelsflug

Bei leichtem Schneefall wurde der Elmshorner Lichtermarkt am 27. November feierlich mit dem Engelsflug und dem Einschalten der Weihnachtsbeleuchtung eröffnet. Wenn die große, mit weißen 3D-Sternen geschmückte Tanne, die Bäume rund um die St. Nikolai-kirche und die umliegenden Straßenzüge in voller Lichterpracht zu sehen sind, ist das für viele Besucher ein sehr emotionaler Moment und die perfekte Einstimmung auf die Adventszeit.

Unsere Image PROJEKTE

An den magischen Engelsflug und die Eröffnungsreden schloss sich ein Live-Konzert mit Weihnachtsliedern der zwei Sängerinnen von den Sixboobs an. Zahlreiche Gruppen und Familien, die extra zur Eröffnung gekommen waren, erlebten in gemütlicher Atmosphäre ihren ersten Abend im Hüttendorf.



Elegant schwebte die Artistin beim Engelsflug über den Lichtermarkt. © Stadtmarketing Elmshorn Anke-Suzan Behrmann

Fotopoints und Schauhütten

Beliebte Anlaufstellen des Elmshorner Lichtermarktes waren fünf weihnachtlich anmutende Motive als Fotopoints.

Neben dem goldenen LED-Hirsch, in unmittelbarer Nähe zur großen Tanne, kamen beleuchtete, überdimensionale Engelsflügel und ein funkelnendes Herz mit goldener Sitzbank, gesponsert von den Stadtwerken Elmshorn, zum Einsatz. Auch der lebensgroße Elch neben Santas Guter Stube und der 2 Meter große Nussknacker am Eingang des Lichtermarktes erfreuten sich großer Beliebtheit.

Die Schauhütten mit dem schlafenden Weihnachtsmann, der Krippe, die die Geburt des

Jesuskindes zeigt, und der Polarszene mit Eisbären und Huskies ließen besonders die Kinderherzen höherschlagen. Die kleinen Gäste nutzten auch fleißig den Briefkasten für Briefe und Wunschzettel, der an Santas Hütte zu finden war. Dieser wurde regelmäßig geleert und die Post an die Helfer des Weihnachtsmannes weitergeleitet.

Darüber hinaus gab es auf dem Lichtermarkt vier weihnachtlich geschmückte Aufenthaltshütten, die liebevoll bestückt wurden und sich gut in das Weihnachtsdorf integrierten. Dorthin zogen sich Familien zum Essen zurück. Aber auch kleine Gruppen nutzten dieses Angebot, um von dort aus den Blick auf das bunte Treiben zu genießen und sich in etwas ruhigerer Atmosphäre zu unterhalten.

Elmshorner Engel

Dem Aufruf zur Bewerbung als Elmshorner Engel folgten mehr Interessierte als je zuvor. Erstmals waren bei den ausgewählten Engeln auch zwei junge Männer dabei.

Als Hauptengel wurden eine 59-jährige Busfahrerin und eine Schülerin der Bismarckschule auserkoren, die sich durch viel Leidenschaft für die Rolle und ihr besonders freundliches Auftreten auszeichneten. Sie unterstützten das Stadtmarketing bei den Eröffnungen des Stadtwerke Eisvergnügens und des Lichtermarktes und verteilten an den Adventswochenenden in der Innenstadt Süßigkeiten und Backförmchen an Kinder. Auch Freikarten für das Stadtwerke Eisvergnügen hatten sie in ihren weißen Weidenkörben dabei.

Die Elmshorner Engel sind seit vielen Jahren fester Bestandteil des weihnachtlichen Elmshorns und erfreuen die Besucher der Innenstadt. Häufig posierten sie gemeinsam mit den Engeln mitten in der Königstraße oder an den Fotopoints für Selfies.



Die Stelzenläuferin von Oakleaf brachte Licht in die Elmshorner Innenstadt. © Ulf Marek

Weihnachtsparade

Nieselregen und Temperaturen um den Nullpunkt konnten nicht verhindern, dass sich die neunte Elmshorner Weihnachtsparade am 8. Dezember zum besten Umzug entwickelte, den das Stadtmarketing bisher auf die Beine stellte.

Das lag an 130 kostümierten Teilnehmern aus unterschiedlichen Vereinen und Organisationen aus Elmshorn und dem Umland, aber auch an den Stelzenläufern und beleuchteten Walking Acts von Art Tremondo und Oakleaf.

Maßgeblich zum Erfolg der Veranstaltung trugen jedoch die vielen Menschen bei, die die Straßen und Fußgängerwege in der Innenstadt säumten. Darunter waren auffällig viele Familien mit überwiegend kleineren Kindern. Sie feierten die Paradedealnehmer, fotografierten, filmten und posteten den Umzug und verbreiteten ihre Begeisterung auch auf Social Media. Andere schlossen sich spontan der Parade an und ließen den Abend auf dem Alten Markt ausklingen, wo der Flora Fanfarenzug und die Trommelgruppe Bloco Alegria für einen gelungenen Abschluss sorgten.

Elmshorner Weihnachtskugel

Auch in diesem Jahr war die Nachfrage nach dem beliebten Sammlerobjekt, das in limitierter Auflage von 1300 Stück zum 15. Mal produziert wurde, unverändert groß.

Die Elmshorner Weihnachtskugel 2023 wurde erneut von der Elmshornerin Imke Stotz gestaltet. Dieses Mal setzte sie eine Szene beim Rodeln auf dem Butterberg um, die bei den Käufern und Käuferinnen Erinnerungen an frühere Wintererlebnisse weckte, oder die Hoffnung auf ähnliche Winterfreuden im Liether Wald schürte.

Vielen Dank an die Verkaufsstellen Buchhandlung Heymann, Claus Kindt Bürotechnik, Das Futterhaus, familia, Gartencenter Rostock, Geschäftsstelle des Stadttheaters, glückmacherei, E-Center A23, Kunstverein Elmshorn, Lederwaren Liedtke, Modehaus Ramelow, NOT NAKED by lisan, Optiker Schönberg, Teppich Kibek und die Tourist Information des Verkehrs- und Bürgervereins (VBV) im Torhaus.



Fotoshooting mit der Familie und den Elmshorner Engeln auf dem Lichtermarkt. © Ulf Marek

Unsere Service PROJEKTE

Elmshorn Gutschein

Die langjährige Erfolgsstory des Elmshorn Gutscheins geht weiter: Durch die Einführung des Digital-Gutscheins Anfang 2023 konnten die Zielgruppen des beliebten Stadt-Gutscheins erfolgreich erweitert werden. Neben knapp 570.000 Euro Papier-Gutscheinen wurden im vergangenen Jahr rund 47.000 Euro Digital-Gutscheine eingelöst. Seit Einführung des Gutscheins in 2009 wurden Gutscheine im Wert von über 7,2 Millionen Euro verkauft.

Während der klassische Papier-Gutschein von rund 140 Geschäften entgegengenommen wird, waren es für den Digital-Gutschein bis zum Ende des Jahres 37 Akzeptanzstellen, mit steigender Tendenz. Zwar ist die Zahl im Verhältnis noch gering, der Mix der Annahmestellen jedoch bereits sehr gut. Auch große Lebensmittel-Geschäfte, die bei Markteintritt noch fehlten, sind mittlerweile dabei und ermöglichen damit die Einlösung für alle.

Das Stadtmarketing hat mit den Digital-Gutscheinen zwei wichtige Zielgruppen erreicht: Menschen, die überwiegend mit dem Handy bezahlen und für die Einlösung des Gutscheins das gleiche Gerät nutzen wollen und Arbeitgeber aus Elmshorn und dem Umland.

Diese nutzen die Digital-Gutscheine häufig, um ihren Mitarbeitern anlassbezogene Geschenke für Geburtstage oder Jubiläen zu machen. Und sie nutzen sie monatlich als sozialabgabenfreie Zusatzvergütung in Höhe von bis zu 50 Euro. Da das Geld bei der Einlösung der Gutscheine in Elmshorn bleibt, unterstützen die Unternehmen somit zugleich auch die Elmshorner Wirtschaft und den lokalen Handel. Ein großer Vorteil des Digital-Gutscheins ist zudem die Einlösung von Teilbeträgen, was beim Papier-Gutschein nicht möglich ist.

Papiergutscheine können an fünf Verkaufsstellen erworben werden: bei der Hauptstelle

der Sparkasse Elmshorn in der Königstraße 21, Lederwaren Liedtke am Holstenplatz 7, Teppich Kibek am Ramskamp 100, REWE Kim Yannick Ide in der Westerstraße 34 und An der Ost-West-Brücke 3 und bei der Tourismusinfo des Verkehrs- und Bürgervereins im Torhaus am Probstendamm 7.

Die Digital-Gutscheine können online erworben werden. Im Zuge der Neugestaltung der Homepage des Stadtmarketings wurde auch die Website www.elmshorn-gutschein.de aktualisiert und dort eingebettet. Sie ist aber auch weiterhin direkt ansteuerbar. Als eine wichtige Neuerung gibt die Homepage des Elmshorn Gutscheins mit Hilfe von Symbolen darüber Auskunft, wo die beiden Gutscheinvarianten angenommen werden.

City-Online-Guide

Der City-Online-Guide dient den Nutzern als umfassende Informationsquelle Elmshorns. Neben den Liegenschaften in der Innenstadt und den Gebieten am Grauen Esel und Sibirien sind hier auch Mietangebote, Verkehrsmeldungen und Veranstaltungsübersichten zu finden.

Der City-Online-Guide liegt dem Stadtmarketing sehr am Herzen. Nicht nur die Aktualisierung der Seiten und der Einträge, die in der Basis-Variante für die Unternehmen kostenlos sind, sondern auch eine regelmäßige Weiterentwicklung des Guides sind Aufgabe des Stadtmarketing-Teams. Im Jahr 2023 wurde das Gebiet in Sibirien auf der Webseite um weitere Unternehmen erweitert. Außerdem wurde ein Pop-up-Fenster auf der Landingpage hinzugefügt, welches über die Maßnahmen rund um den Stadtumbau im Sanierungsgebiet Krückau-Vormstegen und die Parkplatzsituation informiert.

Hierzu besteht zwischen dem Stadtmarketing und der Stadt Elmshorn ein enger Austausch.

Summerlounge

Die Summerlounge im Skulpturengarten feierte vergangenes Jahr ein kleines Jubiläum. Seit zehn Jahren laden bunte Liegestühle in dem kleinen, hübschen Park an der Krückau zum Entspannen ein. Einen besonderen Charme bekommt die grüne Oase durch die fest installierten Kunst-Objekte und das angrenzende Torhaus mit den wechselnden Ausstellungen des Kunstvereins.

Aufgebaut werden die Stühle vom Team des Stadtmarketings werktags an sonnigen Tagen von Mai bis September. Durch die direkte Nähe zur Fußgängerzone, zur Bushaltestelle am Probstendamm und zum Parkplatz Buttermarkt werden Passanten angelockt, die hier eine Pause beim Shoppen einlegen, ihren Mittagssnack zu sich nehmen oder auf den Bus warten.

Das stabile Wetter mit sommerlichen Temperaturen sorgte dafür, dass die Liegestühle 2023 häufiger als je zuvor in der Geschichte der Summerlounge aufgestellt wurden.



*Unterstützt wird die Summerlounge vom Modehaus Ramelow.
© Stadtmarketing Elmshorn Daniela Hillebrecht*

Summerlounge vital

Seit 2022 konnte sich ergänzend zu dem täglichen Entspannungsangebot von 11 bis 16 Uhr hier die Summerlounge vital, unterstützt durch das Innenstadtförderprogramm des Landes, etablieren. Immer donnerstags ab 17.30 Uhr konnten Interessierte mit und ohne Vorkenntnisse von Juni bis August am Gratis-Bewegungsangebot des Stadtmarketings teilnehmen. Die Kombination aus Hula Hoop und Hatha Yoga, angeleitet durch professionelle Trainerinnen, wurde sehr gut angenommen.

Da die Yoga-Übungen auf der Matte am Boden jedoch stark wetterabhängig sind, ist in der kommenden Saison eine Kombination aus Hula Hoop und Qi Gong geplant. Die Summerlounge vital greift den Gedanken einer multifunktionalen Innenstadt auf: Das Stadtmarketing arbeitet zusammen mit der Stadt daran, dass es viele unterschiedliche Angebote in der City gibt, die sie zu einem sogenannten „dritten Ort“ neben dem Zuhause und dem Arbeitsplatz macht.



Mitmachen erwünscht! Andrea Backauf und Jennifer Kühnel zeigten in der Summerlounge vital wie Hatha Yoga und Hula Hoop geht. © Sven Rehder

Unsere VERANSTALTUNGEN



So beginnt das neue Jahr: Drei Schornsteinfeger mit Hund und Rosen als wahre Freudenspendler und Glücksbringer.
© Stadtmarketing Elmshorn Daniela Hillebrecht

Shopping Sonntage

Zwischen 10.000 und 15.000 Passanten kamen jeweils an den vier Shopping Sonntagen des Jahres 2023 in die Elmshorner Innenstadt. Und auch in den anderen Einkaufsbereichen der Stadt wie am Franzosenhof oder in Sibirien ließen sich die Besucher diese Termine nicht entgehen.

Der erste offene Sonntag im Jahr wurde anlässlich des Finales des Stadtwerke Winter Spaß' am 8. Januar veranstaltet. Während eine Party mit Spiel und Spaß die Kids begeisterte, lud die Almhütte zum Wilden Hirschen auf dem Holstenplatz ein letztes Mal zum gemütlichen Beisammensein ein. Überall in der Stadt waren echte Schornsteinfeger unterwegs und verteilten Hunderte von Rosen und eine Portion Glück an die Gäste. Ein beliebter Treffpunkt war auch der Alte Markt, wo Gastronomiestände Kaffeespezialitäten, Wurstvarianten, Schmalzgebäck und Crêpes anboten.

Das Rahmenprogramm für den zweiten Shopping Sonntag am 7. Mai war erstmals als Kooperation zwischen Stadtmarketing und

Amt für Kinder, Jugend, Schule und Sport realisiert worden. In der Innenstadt sorgten unter dem Motto „Shopping Sonntag meets Tag des Sports“ Bildungsträger, Sportvereine und der Kinder- und Jugendbeirat für Präsentationen sowie Mimach- und Vorführaktionen auf verschiedenen Plätzen. Gleichzeitig stellte das Modehaus Ramelow seine Dachterrasse der Öffentlichkeit vor und weihte sie als Location für Veranstaltungen ein.



Im September verwandelten die Elmshorner den Alten Markt in eine große Tanzfläche. © Ulf Marek

Unsere VERANSTALTUNGEN

Beim Shopping Sonntag am 3. September unter dem Motto „Elmshorn tanzt“ kamen die Menschen erneut in die Innenstadt geströmt. Tanzschulen, Tanzclubs und -gruppen sowie Vereine präsentierten auf dem Alten Markt, dem Holstenplatz, auf der Dachterrasse des Modehauses Ramelow und im Skulpturengarten das gesamte Spektrum von Cheerleading über Hip Hop bis zu Standardtanz und Line Dance. Sie motivierten erfolgreich zum Zuschauen, Mittanzen und Ausprobieren. Darüber hinaus veranstaltete der Lions Club Elmshorn Audita auf dem Alten Markt seine Verlosung von Vintage-Handtaschen mit Gutscheinen.

Der Anlass für den letzten Shopping Sonntag am 5. November war ein Food Truck Fest unter dem Motto „Reise in die Genusswelt“. Als Veranstaltungsstätte des Food Truck Fests wurde der Holstenplatz genutzt. Die Foodtrucks verkauften frisch zubereitete Speisen wie Burgervarianten, mexikanische Spezialitäten aber auch Hot Dogs oder Bubble Waffeln. Musikalische Untermalung am Holstenplatz boten die Singer-Songwriterin Saturndaze als Solistin und Wolf-Dietrich Nehlsen in Begleitung von Daniel mit Evergreens aus Rock und Pop.

Auf dem Alten Markt lockte das solide Angebot der bekannten Gastronomiestände.



Niemand musste das Food Truck Fest hungrig verlassen. Dieser Anbieter hatte allein acht Burgervarianten im Angebot.
© Sven Rehder



Gastroguide Moritz Freudenthal erläutert das Dessert.
© Sven Rehder

Dinner Hopping

Die Premiere des Dinner Hoppings am 28. Juli war gleich ein Erfolg. Bereits nach einem Tag waren die Online-Tickets für die gastronomische Reise beim Grauen Esel verkauft.

Die Idee zum Konzept ist, an einem Abend drei fußläufig erreichbare Restaurants zu besuchen und kennenzulernen. Die Gruppengröße war auf 30 Personen festgelegt, die gemeinsam einen kulinarisch besonderen und gleichzeitig geselligen Abend erlebten. Die 30-köpfige Gruppe bewegte sich mit Gastroguide Moritz Freudenthal nach der Vorspeise im Iméra zu Fuß zum Opposti. Dort nahm sie die Hauptspeise zu sich und suchte zuletzt das Café Emil für den gemeinsamen Genuss der Nachspeise und Cocktails auf. Auf dem Spaziergang und in den Gaststätten unterhielt und informierte Freudenthal über die Elmshorner Gastroszene und hochwertige Küche.

Mit diesem Event konnte das Stadtmarketing den Beweis liefern, dass Gastronomie ein wichtiger Standortfaktor ist und es hier tolle Restaurants mit modernen Konzepten gibt. Für 2024 ist eine Fortsetzung geplant.

Unsere VERANSTALTUNGEN

Elmshorner Musiknacht

Mit dem ausverkauften Eröffnungskonzert in der St. Nikolai-Kirche begann am 12. Mai die 7. Elmshorner Musiknacht. Dort spielte sich die Hamburgerin Stefanie Hempel mit ihrer interaktiven Beatles-Show direkt in die Herzen der 500 Zuhörer. Anschließend erlebten die über 1.000 Musikfans an 20 Standorten in der Elmshorner Innenstadt weitere Livekonzerte, wobei die musikalische Bandbreite von Pop über Rock'n'Roll und Blues bis zu Folk, Jazz und Techno reichte.

Zur hervorragenden Stimmung der Musiker und Gäste trug auch das großartige Wetter bei. Die Besucher genossen ihre kurzen Spaziergänge in den Pausen zwischen den Auftritten, um sich mit anderen Konzertgängern auszutauschen und weitere Spielstätten zu besuchen. Abhängig vom Musikstil und der Stimmung sangen sie oftmals lauthals mit oder tanzten zu den Rhythmen der Musik.

Oder sie genossen den warmen Freitagabend beim Wein- und Schlemmerfest des Verkehrs- und Bürgervereins auf dem Alten Markt. Dort spielte später die Rock'n' Roll-Band HORST WITH NO NAME das Abschlusskonzert und animierte begeisterte Zuhörer zum Feiern und Tanzen.



Erstmals fanden sich mit Backauf Computer und der Provinzial-Versicherung Jan-Henrik Fock, Ernst-Peter Junge und Sascha Kreuz engagierte Sponsoren, die das Event unterstützten. Als neue Locations wurden die VR Bank in Holstein und Buchhandlung Heymann gewonnen, Musik Hofer war nach einem Jahr Pause auch wieder dabei. Im Pop Up HUUS legte ein DJ auf, außerdem gastierte Rock'n-Roller JP King in einem Leerstand am Damm. Nach längerer Pause war auch Jim Coffey wieder als Spielort dabei.

Die 8. Elmshorner Musiknacht findet am 24. Mai 2024 statt.



Das Konzert von Reloaded im Modehaus Ramelow sorgte für Begeisterung beim Publikum. © Sven Rehder

Picknick-Open-Air Kino



Erst stärken, dann Film gucken - diese drei Frauen verabreden sich regelmäßig zum Besucher-Stammtisch beim Picknick-Open-Air Kino im Skulpturenpark. © Sven Herrmann

Unterstützt von den Sponsoren Autohaus Elmshorn, Semmelhaack Wohnungsunternehmen und der Sparkasse Elmshorn veranstaltete das Stadtmarketing an drei Terminen im Juni und Juli das 12. Picknick-Open-Air Kino im Skulpturengarten am Torhaus. Gutes Wetter sorgte für eine positive Publikumsresonanz, wobei das Gros der Tickets online verkauft wurde.

Insgesamt 30 Besucher und Besucherinnen gewannen bei den Verlosungen Picknick-Körbe von familia, Hayunga's E-Center und Rewe Kim Yannick Ide. Das Angebot, sehenswerte Filme auf Großleinwand im Freien in Kombination mit Live-Musik, eigenen Snacks und dem mobilen Gastronomieangebot von Jim Coffey zu genießen, kam auch dieses Jahr wieder gut an.

Am erfolgreichsten war der Film „Mittagsstunde“, für dessen Vorführung sich die Sparkasse Elmshorn besonders engagiert hatte.

Erneut stellte das Stadtmarketing mit der Verpflichtung der Musiker für das Vorprogramm und der Filmauswahl sein Geschick unter Beweis, die Elmshorner am Freitagabend in die Innenstadt zu locken. Ein weiterer Erfolgsfaktor des Picknick-Open-Air Kinos ist das schöne Ambiente des Skulpturengartens.

Auch in 2024 werden am 28. Juni, am 12. Juli und am 26. Juli wieder drei sehenswerte Filme gezeigt.



Die Verlosung von Picknickkörben ist ein Highlight der Veranstaltung. © Stadtmarketing Elmshorn Daniela Hillebrecht

Unsere KOOPERATIONEN

Messe Berufe live

Deutlich auf bestem Vor-Corona-Niveau schnitt die 12. Messe Berufe live am 3. November ab, die das Stadtmarketing erneut in Kooperation mit der Stadt Elmshorn organisierte. Ca. 2000 Schülerinnen und Schüler ab der 8. Klasse besuchten die 51 Aussteller im Erdgeschoss des Rathauses und im 450 m² großen Messezelt auf dem Rathausvorplatz. Dort informierten sie sich über Ausbildungsberufe und duale Studiengänge in Elmshorn und Umgebung und konnten an einigen Messeständen die Arbeitsgeräte oder Produkte der Aussteller kennenlernen. Unterstützt wurde die Messe von den Sponsoren: Drei-D Direktwerbung, Jacob Douwe Eberts, Regio-Kliniken, Sparkasse Elmshorn, Stadtwerke Elmshorn und VR Bank in Holstein.



Die Messe Berufe Live, eine Kooperation mit der Stadt Elmshorn, fand 2023 großen Anklang. © Stadt Elmshorn Torben Hinz

Verlegung des Buttermarktes

Aufgrund der Bauarbeiten für den Stadtumbau musste der Elmshorner Buttermarkt nach 95 Jahren seinen angestammten Platz räumen. Am 21. Oktober unterstützte das Stadtmarketing seinen Kooperationspartner, die Stadt Elmshorn, bei der Eröffnungsfeier für den Buttermarkt an seinem neuen Standort, dem Südufer. Hierfür verpflichtete das Stadtmarketing Stelzenläuferinnen, die als Kürbisse verkleidet auf dem Hafengelände unterwegs waren und bestaunt werden konnten. Außerdem traten zwei Hamburger Musiker auf, und an einem Stand der Kölln-Reisiekler Eventagentur poolevents konnten Kinder Kürbisse bemalen. Regnerisches



Der Wochenmarkt mit dem großen Angebot an Bio-Produkten zieht auch am neuen Standort viele auswärtige Kunden an. © Stadt Elmshorn

Wetter verhinderte größere Teilnehmerzahlen, die Resonanz der Marktbesucher war entsprechend verhalten. Der neue Standort hat sich bei den Kunden des Buttermarktes sehr schnell etabliert. Das Umfeld schafft eine individuelle Atmosphäre und auch die Standbetreiber zeigen sich zufrieden.

Elmshorner Stadtlauf

Beim 21. Elmshorner Stadtlauf registrierte die LG Elmshorn als Veranstalter der Laufveranstaltung knapp 1300 Teilnehmer, die am 24. September durch die erweiterte Elmshorner Innenstadt joggen oder walkten. Das Event wurde vom Stadtmarketing ins Leben gerufen und von Beginn an unterstützt. Auch dieses Jahr gelang es den Organisatoren wieder, viele Zuschauer zu mobilisieren, die die Sportlerinnen und Sportler auf ihrem Stadtkurs anfeuertem.

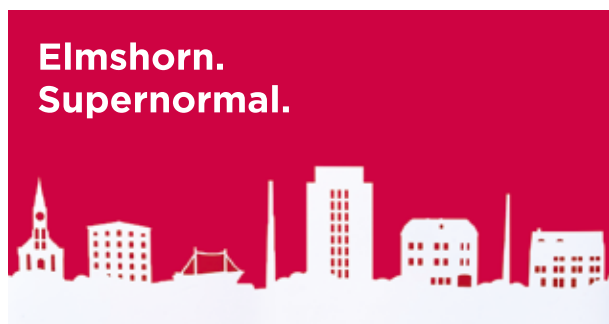


Der Stadtlauf ist seit 2001 ein beliebtes Stadt-Event. © Marco Grundt

Elmshorn Souvenirs

Die Kooperation mit der Holsteiner Allgemeinen zur Vermarktung der Elmshorn Souvenirs besteht weiter und hat 2023 eine bessere Sichtbarkeit erfahren. Interessierte können mit wenigen Clicks auf der Homepage des Stadtmarketings fündig werden. Im Zuge der Neugestaltung der Website www.stadtmarketing-elmshorn.de wurde die Souvenirseite dort verlinkt.

Da das Konzept der Nordakademie aus 2022 für eine neue Souvenirseite technisch nicht mit den Programmen der Homepage umsetzbar ist, musste das Projekt eingestellt werden. Zugleich wurde die Neugestaltung der Souvenirseite aufgeschoben, da hierfür weitere Programmierarbeiten anfallen. Das Stadtmarketing plant jedoch weiter, eine neue Website zu erstellen, auf die in Zukunft auch die verschiedenen Souvenir-Anbieter in Elmshorn Zugriff bekommen sollen. Sie können dort ihre Angebote dann direkt einstellen, um künftig die gesamte Bandbreite der Souvenirs darzustellen. Auch eine Shop-Funktion wird in Erwägung gezogen.



Händlertreffen

Besonderheit des ersten Händlertreffens des Jahres 2023 war ein Vortrag von Sabine Landt vom Amt für Stadtentwicklung und Umwelt der Stadt Elmshorn über das Projekt Refill zur Förderung von Nachhaltigkeit. Sie berichtete am 9. März im Personalkeller der Sparkasse Elmshorn über die Nutzung der 11 Stationen und Trinkwasserbrunnen in Elmshorn. Dafür stellte die Diplom-Ingenieurin für Wasserbau die Erfahrungen des

Fräulein Kontor, einer Konditorei und Café im Flamweg, des Simpel Unverpackt-Laden in der Kirchenstraße und des HdB, Haus der Begegnung, in Hainholz vor.

Damit wollte sie noch mehr Händler dazu bewegen, dass sie in ihren Geschäften Kunden Wasser gratis anbieten. Zugleich wies sie darauf hin, dass die Stadt den öffentlichen Raum, also Gebäude und die Innenstadt, langfristig mit Trinkwasserbrunnen ausstatten will und einige Schulen bereits erfolgreich Wasserspender mit Kühlung für kohlenstoffhaltiges Wasser nutzen.

Nach dem Rückblick auf das Jahr 2022 und der Vorausschau auf kommende Aktivitäten des Stadtmarketings im Zusammenhang mit dem Innenstadtförderprogramm stimmten die zwanzig Einzelhändler über die Shopping Sonntage für 2024 ab.

In einem weiteren Händlertreffen im Juli stand das Thema Parken in der City im Fokus. In Zusammenhang mit den Baumaßnahmen Krückau-Vormstegen und der Verlagerung des Wochenmarktes auf das Südufer war in der Presse zuvor über einen massiven Wegfall von Parkplätzen berichtet worden.

Einzelhändler und andere Akteure der Innenstadt taten darauf hin ihren Unmut kund und forderten in Leserbriefen und Ausschusssitzungen Lösungen.

Das Stadtmarketing reagierte und lud, über den üblichen Einladungskreis hinaus, auch in der Innenstadt ansässige Ärzte und Dienstleister ein, die ebenfalls von dem Wegfall der Parkplätze betroffen sind.

In dem Treffen erläuterte Oberbürgermeister Volker Hatje zusammen mit Stadtbaurat Lars Bredemeier, wie der Wegfall der Parkplätze kompensiert werden soll. Kritische Fragen und Anmerkungen aus dem Publikum wurden aufgegriffen und sollen in den weiteren Planungen berücksichtigt werden.

Unser PACT-BID

PACT/BID

Die Abkürzung PACT steht für Partnerschaft zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismus-Bereichen. Es ist die schleswig-holsteinische Variante der Business Improvement Districts – kurz: BIDs. Diese Begriffe stehen für Zusammenschlüsse von Immobilieneigentümern, die sich gemeinsam für die Aufwertung von Innenstädten oder von Straßenzügen einsetzen.

In Elmshorn engagieren sich die Eigentümer in der Innenstadt gleich in mehreren PACTs, die jeweils für drei oder fünf Jahre geschlossen werden. Das Stadtmarketing Elmshorn ist als Aufgabenträger für die Umsetzung und Betreuung der gemeinsam beschlossenen Maßnahmen zuständig.

PACT zur Weihnachtsbeleuchtung

Der PACT zur Weihnachtsbeleuchtung erstreckt sich über die gesamte Fußgängerzone und auch einen Teil des befahrbaren Abschnitts der Königstraße. Seit Gründung des ersten PACTs zur Weihnachtsbeleuchtung ist die eigens für Elmshorn kreierte Beleuchtung mit den roten Kerzen und den grünen Sternen ein Hingucker. Auch die Beleuchtung der Bäume um die St. Nikolai-Kirche herum, in der Marktstraße und am Damm sind Bestandteil des PACTs.



Die preisgekrönte Weihnachtsbeleuchtung wurde eigens für Elmshorn kreiert. © Ulf Marek

Der aktuell laufende PACT endet in 2025. Da die weihnachtlichen Überspannungen in die Jahre gekommen sind und mittlerweile jedes Jahr hohe Reparaturkosten anfallen, beschäftigen sich die Lenkungsgruppe und das Stadtmarketing als Aufgabenträger mit neuen Konzepten.

PACT zur Begrünung der Königstraße



Die Geranien in der Königstraße sind ein Hingucker in den Sommermonaten. © Ulf Marek

Da der PACT zur Begrünung in 2024 ausläuft, wurde in 2023 intensiv an der Fortsetzung der Maßnahme gearbeitet.

Wichtiger Bestandteil des Begrünungs-PACTs, der sich auf die Königstraße begrenzt, sind die Pflanzgefäße mit wechselnder Bepflanzung. Im Sommer säumen üppig blühende Geranientürme die Fußgängerzone, während im Winter immergrüne Pflanzarrangements die Einkaufsstraße schmücken.

Verkleidet werden die Pflanzgefäße mit Motiv-Hussen, die saisonal variieren und das Gesamtbild abrunden.

Pflanzinseln und Blumen an der Krückkau

2023 gab es mit grünen Pflanzinseln auf dem Alten Markt und Blumenkästen am Geländer der Krückkau zwei ergänzende Begrünungsmaßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität der Innenstadt. Möglich wurde die Umsetzung durch noch vorhandene Restmittel im PACT-Budget.

Die Pflanzinseln bestanden aus einer Kombination von Laubbäumen in Holzkisten mit Sitzflächen und Hochbeeten mit Kräutern, Gemüse und Blumen. Für sie galt ausdrücklich: Pflücken und Probieren erlaubt. Die Pflanzinseln wurden zwischen Juni und September viel genutzt, hier nahmen immer wieder Menschen jeglichen Alters Platz.

Die Straße Achtern de Kö und die Brücke zum Torhaus wertete das Stadtmarketing mit 72 Blumenkästen mit Petunien und Geranien auf. Damit rückte die kleine Straße, die zuvor eher einen Hinterhof-Charakter hatte, mehr in das Bewusstsein der Passanten.

Die weckten die häufig genutzte Flaniermeile aus ihrem Dornröschenschlaf und entdeckten dort schöne Fotomotive.



*Pflanzinseln mit Hochbeeten und Baumbänken erhöhten die Aufenthaltsqualität des Alten Marktes während des Sommers.
© Ulf Marek*



*Dank der Begrünungsaktion am Krückaugeländer beendete die kleine Straße Achter de Kö ihren Dornröschenschlaf.
© Ulf Marek*

Innenstadt FÖRDERPROGRAMM

Innenstadtförderprogramm

Die Fördermittel aus dem Innenstadtförderprogramm des Landes Schleswig-Holstein stehen dem Stadtmarketing und der Stadt Elmshorn noch bis zum Dezember 2024 zur Verfügung, um Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt zu etablieren. Während die Stadt die Gelder für das in Workshops erarbeitete strategische Konzept zur multifunktionalen Innenstadt eingesetzt hat, stehen die Mittel dem Stadtmarketing für kurzfristige Maßnahmen zur Verfügung. Diese sind den Bausteinen Citymanagement, Innenstadtsservice, Inszenierung, Aufenthaltsqualität, Veranstaltungen, Flächenmanagement und Frequenz-zählung zugeordnet.

Valentinstag

Einen besonderen Anreiz für einen Schaufensterbummel in der Elmshorner Innenstadt bot ein Gewinnspiel des Stadtmarketings zum Valentinstag. Vom 13. bis 18. Februar 2023 sollten die Gewinnspiel-Teilnehmer in den Schaufenstern von verschiedenen Geschäften elf bunte Herzen mit jeweils einem Buchstaben suchen. Diese wurden auf dem Valentins-Flyer des Stadtmarketings eingetragen und zum Lösungswort „supernormal“ zusammengefügt.

Unter den Teilnehmern an dem Gewinnspiel wurde als Hauptgewinn das Goldene Ticket im Wert von 150 Euro verlost. Dies garantierte freien Eintritt für zwei Personen bei der 7. Elmshorner Musiknacht, den drei Picknick-Open-Air Kino Terminen und dem Kinderkino. Die Hauptgewinner machten hiervon begeistert Gebrauch. Weitere elf Preise im Wert von je 50 Euro sponserten die teilnehmenden Geschäfte.

Vielen Dank an arko, die Buchhandlung Heymann, das Flora Gesundheitszentrum, hansen for men, Lederwaren Liedtke, Jack Wolfskin, Kerkamm, KWR Accessoires, das Modehaus Ramelow, NOT NAKED by lisan und Optiker Schönberg.



Preise zum Glückmachen und Genießen und das goldene Ticket wurden beim Gewinnspiel zum Valentinstag verlost.
© Stadtmarketing Elmshorn Daniela Hillebrecht

Summer in the City - Friday Flair

Die Veranstaltungsreihe „Summer in the City“ wurde mit dem Baustein „Friday Flair“ 2023 konzeptionell weiter ausgebaut und lockte dadurch deutlich mehr Publikum an als im Jahr zuvor. Immer am zweiten Freitag des Monats von Juni bis September lud das Stadtmarketing ein, Entspannung und Geselligkeit auf dem Alten Markt zu genießen. Viele Elmshorner verabredeten sich dort nach Feierabend, um die Kombination von Live-Musik und mobiler Gastronomie bei milden Sommertemperaturen zum Eingrooven ins Wochenende zu nutzen.

Dafür platzierte das Stadtmarketing ein abwechslungsreiches Mobiliar rund um die Auftrittfläche der Musiker auf dem Alten Markt. Das Angebot reichte vom Klappstuhl über nachhaltige Sitzmöbel bis hin zu Bierzeltgarnituren. In Szene gesetzt wurde das Ganze mit verschiedenen Großpflanzen vom Gartencenter Rostock, die für südliches Flair sorgten.

Innenstadt FÖRDERPROGRAMM



*Die Besucher genossen die neue Aufenthaltsqualität auf dem Alten Markt bei einem sommerlichen Cocktail und leckeren Snacks.
© Stadtmarketing Elmshorn Theresa Gördes*

Food Trucks mit Aperol- und Limoncello-Getränken, Kaffeespezialitäten sowie italienischem Fingerfood, Bageln, Kuchen, Bubblewaffeln und Eis verstärkten bei den Veranstaltungen das sommerliche Flair. Auch lokale Anbieter kamen zum Einsatz. So schenkte im Juli die Horster Destillerie Elbschluck Liköre und Spirituosen aus eigener Produktion aus und zwei Imbisswagen servierten Wurstspezialitäten und Pommes. Besonderer Höhepunkt war der Hamburger Barkeeper, Magier und Comedian Patrick Folkerts. Im August und September mixte er in einem Kühlschrank Cocktails und unterhielt von dort aus seine Gäste individuell und humorvoll.

Für das Musikprogramm hatte das Stadtmarketing überwiegend Singer-Songwriter verpflichtet. So konnten sich die Besucher des Friday Flairs auch gut unterhalten, während im Hintergrund die Livemusik spielte. Sie erlebten entspannte Vorabende und sparten nicht mit Applaus für Saturndaze, Not Related, Fräulein Frey und Lina Kahle.



*Patrick Folkerts servierte frisch gemixte Cocktails und unterhielt Gäste beim Friday Flair aus dem Kühlschrank.
© Ulf Marek*

Innenstadt FÖRDERPROGRAMM

Open-Air Kinder-Kino

Biene Maja, Magische Tiere und Schatzsucher waren die Hauptcharaktere auf der LED-Leinwand beim Open-Air Kinder-Kino am 5. August. Zum zweiten Mal organisierte das Stadtmarketing eine Tagesveranstaltung mit Kinderkino auf einer Digital-Leinwand im Skulpturengarten. Die Filme waren dabei so ausgewählt, dass sie verschiedene Altersgruppen ansprachen. Die anwesenden jungen Gäste, meist in Begleitung ihrer Eltern, hatten sichtlich viel Spaß und erlebten zum Teil ihr erstes Freilichtkino.

Insgesamt blieb der Ticketverkauf jedoch deutlich hinter den Erwartungen des Stadtmarketings zurück. Daher wird es keine Fortsetzung des Kinder-Kinos geben. Stattdessen haben die Planungen für ein Kindertheater begonnen, das am 31. August 2024 ebenfalls im Skulpturengarten veranstaltet werden soll.



Große und kleine Zuschauer genossen beim Kinder-Kino Filme auf der Großleinwand. © Ulf Marek

Aufenthaltsqualität

Das Stadtmarketing setzt sich seit Jahren für die Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt ein, so auch im Rahmen des Innenstadtförderprogramms.

Die Besucher sollen sich im öffentlichen Raum der City wohlfühlen, die Innenstadt soll zum Wohnzimmer werden.

Neben den innerstädtischen Veranstaltungen und den gestalterischen Maßnahmen, braucht es dazu Möglichkeiten sich hinzusetzen, ohne zwingend etwas konsumieren zu müssen. In den letzten Jahren hat das Stadtmarketing verschiedene Sitzmöbel angeschafft, die vor den Geschäften und auf dem Alten Markt platziert wurden.

In 2023 sind Picknicktische mit fest installierten Bänken dazu gekommen, die nicht nur bei Veranstaltungen, sondern das ganze Jahr zum Einsatz kamen. Sie werden von den Besuchern der Innenstadt gerne genutzt und ermöglichen es auch, mitgebrachte Speisen bequem zu essen.

Auch die Aufenthaltshütten auf dem Elmsborner Lichtermarkt und die großen Tannen mit Stehtischen auf dem Holstenplatz im Winter dienen dazu, sich zu treffen und mehr Zeit in der Innenstadt zu verbringen.



Bunte Stühle und Tische vor den Geschäften werden zu „Lieblingsplätzen“. © Stadtmarketing Elmshorn

Inszenierung

Bremer Spezialisten für die Installation von Überspannungen nutzten die letzten März- tage, um die Markt- und Königstraße und den Damm in einen „Himmel voller Gießkannen und Falter“ zu verwandeln. So beschrieb die Holsteiner Allgemeine Zeitung die neue, luftige Sommerdekoration des Stadtmarketings mit farbigen Schmetterlingen.

Gleichzeitig zogen auch wieder die kreativen Sitzmöbel in der Königstraße ein, die ebenfalls die Verweildauer der Passanten in der Innenstadt erhöhen sollen.

Das offizielle Startsignal für den Frühling und Sommer in Elmshorn gaben am 1. April vier als Blumen kostümierte Stelzenläuferinnen des Hamburger Straßentheaters Oakleaf. Bei regnerischem Wetter und viel Wind, der es den Artisten mit ihren ausladenden Kostümen nicht einfach machte, schritten

sie – zur großen Freude der Passanten – durch die Innenstadt und über den Elms- horner Wochenmarkt.

Inszeniert wurden auch die Schaufenster von zwei Leerständen in der Königstraße, um sich den Passanten und potentiellen Nachmietern attraktiver zu präsentieren. Im November zogen Tiere aus dem Wald in der ehemaligen Trendbox ein. Sie stellten eine Winterszene dar und gefielen besonders Müttern mit ihren kleinen Kindern gut.

Die magentafarbenen Großbuchstaben, die bereits beim Pressegespräch für den Re- launch der Stadtmarke verwendet wurden, wurden in der ehemaligen Filiale von s.Oliver arrangiert. Auch sie funktionieren gut als Hingucker und kaschieren gleichzeitig den Leerstand.



Die drei Stelzenläuferinnen weihen in der Königstraße die Überspannung mit Schmetterlingen und Gießkannen offiziell ein.
© Ulf Marek

Innenstadt FÖRDERPROGRAMM

Zwischennutzung

Dank des Innenstadtförderprogramms nutzt das Stadtmarketing seit Juni 2022 die Gewerbefläche in der Marktstraße 18 als Pop Up HUUS. Im Februar 2023 übernahm Marliese Stanislaus als Hauptmieterin mit wechselnden Unterstützern die Verkaufsfläche. Sie nutzte sie auch als Ausstellungsfläche und Location für Workshops, für Konzerte, Lesungen und andere Aktionen. So belebte sie die Marktstraße vereinzelt auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten. Dabei verfolgte Marliese Stanislaus das Ziel, auf Nachhaltigkeit orientierte Bevölkerungsgruppen in die Innenstadt zu ziehen und Synergieeffekte mit der glückmacherei auf der gegenüberliegenden Straßenseite zu erzeugen.



Marliese Stanislaus und Achim Kraut bereiten eine Ausstellung im Pop Up Huus vor. © Stadtmarketing Elmshorn Wiebke Läu

Bis zum Mai gab es in der Königstraße 16 ein zweites Pop Up HUUS. Der Vertrag mit dem Mieter Marmorstein + Eisenholz lief nach sechs Monaten aus. Zum Jahresanfang 2024 schied auch Marliese Stanislaus als Mieterin in der Marktstraße aus. Hier war das Stadtmarketing erfolgreich auf der Suche nach einem Nachfolgemieter. Mitte Februar 2024 eröffnete dort das Keramik-Pinselwerk.

Pop Up Pilot - Wettbewerb

Um ein weiteres Pop Up HUUS in der Elmshorner Innenstadt am Damm zu etablieren, rief das Stadtmarketing im Herbst den Ideenwettbewerb „Pop Up Pilot*in gesucht“ aus. Künftige Händler oder Dienstleister wurden dazu aufgefordert, in einem Grobkonzept ihre neuen Geschäftsideen darzulegen. Mit Unterstützung durch das Stadtmarketing sollten sie einen Businessplan erstellen, so dass die Geschäftseröffnung bis zum 1. Januar 2024 hätte erfolgen können.

Trotz Berichterstattung auf der Homepage des Stadtmarketings, Social Media und den Elmshorner Zeitungen konnte kein Mieter für ein neues Pop Up HUUS gefunden werden.

Pop Up Pilot*in
Bring deine Träume zum Fliegen! gesucht

Wir fördern dein kreatives Konzept für ein Ladenlokal (62m²)

Mehr Infos:
www.city-elmshorn.de

Elmshorn.
Supernormal.

Stadtmarketing
Elmshorn

Mit dem Slogan „Pop Up Pilot*in gesucht“ bewarb das Stadtmarketing seinen Ideenwettbewerb für ein neues Pop Up HUUS
© Haiarts Sarja Hainke



Das Pop Up HUUS in der Marktstraße war eine Fundgrube vieler schöner Geschenkartikel. © Stadtmarketing Elmshorn

In der Vorweihnachtszeit nutzte Christina Schröder das kleine Pop Up HUUS in der Königstraße 19, um nachhaltige Dekoelemente aus Holz und Meerglas überwiegend aus eigener Herstellung zu verkaufen. Sie sieht im Standort in Elmshorn eine attraktive Alternative zu den Weihnachtsmärkten und nutzte deshalb nach positiven Vorerfahrungen mit anderen Mietern dieses Mal das Pop Up HUUS allein. Nach dem Verkaufsoffenen Sonntag am 7. Januar 2024 schloss das kleine Pop Up HUUS zunächst wieder seine Türen.

Die Pop Up Konzepte des Stadtmarketing Elmshorn sorgen auch überregional immer wieder für Aufmerksamkeit. So besuchte der NDR im Mai das Pop Up HUUS in der Marktstraße, um einen Beitrag für das Schleswig-Holstein Magazin zu drehen.

Frequenzzählung

Die Frequenzzählungen an den Shopping Sonntagen bestätigten den Aufwärtstrend, der seit 2022 ermittelt werden konnte. Die Werte vor Corona konnten allerdings noch nicht wieder erreicht werden. Dennoch machen sie deutlich, dass die Menschen aus Elmshorn und dem Umland wieder Lust zum Shoppen haben. Und sie nehmen die anlassgebenden Veranstaltungen gut an.

Das Gleiche lässt sich auch aus den Frequenzzählungen an den Adventssamstagen schlussfolgern. Viele Gruppen und Familien verknüpfen den Besuch des Lichtermarktes und des Stadtwerke Eisvergnügens mit einem Einkaufsbummel. Lediglich die Zahlen für den zweiten Adventssamstag wurden vom nasskalten Wetter negativ beeinflusst.

Die jährliche Frequenzzählung an einem Dienstag und Sonnabend im Oktober führte das Stadtmarketing wieder an sechs Standorten in der Elmshorner Innenstadt durch. Sie ergab für den Dienstag ein deutliches Minus gegenüber 2022. Bessere Werte für den Sonnabend sorgten dafür, dass auch in der Gesamtauswertung die Vorjahreszahlen übertroffen werden konnten. Allerdings wurden auch im nicht anlassbezogenen Alltag noch nicht wieder die Werte der Vor-Corona-Zeit erreicht.

Da die Frequenzzählung wertvolle Informationen über Passantenströme, das Einkaufsverhalten der Menschen und die Aufenthaltsqualität der Innenstadt liefert, hat das Stadtmarketing hier investiert. Dafür wurden Mittel aus dem Innenstadtförderprogramm des Landes Schleswig-Holstein abgerufen.

Ende des Jahres wurden dank der Zustimmung der jeweiligen Immobilienbesitzer an drei Standorten in der Marktstraße und der Königstraße laserbasierte Frequenzzähler installiert. Somit erfolgt seit Januar 2024 eine durchgängige Frequenzzählung, die noch präzisere Daten als bisher liefert.

So werden verlässlich und unter Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung wertvolle Informationen für eine genauere Analyse gewonnen.

Jahreshauptversammlung Stadtmarketing Elmshorn e.V.

Die Jahreshauptversammlung wurde am 02.05.2023 im Torhaus in den Räumen des Kunstvereins durchgeführt. Die Arbeiten der Künstlerin Gudrun Becker, die dort präsentierte, wurden vorgestellt und konnten im Anschluss während des geselligen Beisammenseins bewundert werden. Herzlichen Dank an den Kunstverein für das zur Verfügungstellen der Räumlichkeiten.

Der Entwurf einer neuen Satzung und einer neuen Beitragsordnung wurde auf der Sitzung vorgestellt. Nach Klärung der Rückfragen durch die Mitglieder und Änderung der bemängelten Punkte, wurden die Satzungsänderung und die neue Beitragsordnung einstimmig angenommen.

Vorstandswahlen standen in 2023 nicht an. Als Rechnungsprüfer wurden Christel Storm und Carsten Junge, Holz Junge, einstimmig wiedergewählt.

Außerordentliche Mitgliederversammlung

Am 23.10.2023 fand ergänzend zur Jahreshauptversammlung im Mai eine außerordentliche Mitgliederversammlung statt. Diese wurde einberufen, um über die Planung einer neuen Gesellschaft zu informieren. Ziel ist es, im Zusammenschluss mit der Stadt und dem VBV sowie der Initiative Elmshorn eine noch stärkere und handlungsfähigere Organisation zu gründen.

Um die Verhandlungen und Gespräche weiterführen zu können, benötigte es an dieser Stelle die Zustimmung der Mitglieder. Mit 39 anwesenden Stimmanteilen, stimmten die Mitglieder einstimmig für den Letter of Intent und somit für die weiterführende Planung einer gemeinsamen Organisation.

Mittlerweile sind die beteiligten Organisationen zu dem Schluss gekommen, dass die Gründung einer gemeinsamen Gesellschaft zum jetzigen Zeitpunkt keinen Mehrwert bietet. Die Gespräche werden zu gegebener Zeit wieder aufgenommen.

Vorstandsarbeit

Im Jahr 2023 fanden zwischen März und Dezember fünf Vorstandssitzungen statt. Eines der Hauptthemen in den ersten Sitzungen des Jahres war dabei die Anpassung der Mitgliedsbeiträge. Sie waren seit der Gründung des Vereins im Jahr 1999 nicht erhöht worden. Die Berechnungen zielten darauf ab, durch die Erhöhung der Beiträge von 2.500 Euro auf 3.000 Euro für ordentliche Mitglieder und die Anpassung der Beiträge der anderen Mitgliederkategorien um einen Prozentsatz von 20 % den Budgetanteil bei unveränderter Mitgliederzahl zu erhöhen. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppe zu der neuen Organisation wurden regelmäßig in den Vorstandssitzungen behandelt und besprochen.

Das Innenstadtförderprogramm und die damit verbundenen Projekte waren ein weiteres großes Thema der Sitzungen. Themen wie die elektronische Frequenzzählung und die Digitalisierung des Stadtmarketings wurden ebenfalls behandelt und abgestimmt. Auch die Stadtmarke und deren Relaunch war ein wichtiger Bestandteil der Vorstandssitzungen. Es flossen Ideen der Mitglieder, wie zum Beispiel eine erhöhte Social Media Präsenz und Arten der Umsetzung in diesem Bereich in die Kampagne ein.

Der engere Kreis des Vorstands, bestehend aus dem 1. Vorsitzenden, Marc Ramelow, dem stellv. Vorsitzenden, OB Volker Hatje, und Geschäftsführerin Manuela Kase tauschen sich zusätzlich in einem monatlichen JF aus. Hier werden aktuelle Fragen geklärt und Vorstandssitzungen vorbereitet.

Workshops, Arbeitskreise und Jour Fixe Termine

Halbzeit-Konferenz zum Innenstadtprogramm Schleswig-Holstein

Am 8. Mai fand auf Einladung des Ministeriums für Inneres, Kommunales, Wohnen und Sport in Kiel die Halbzeit-Konferenz zum Innenstadtförderprogramm des Landes Schleswig-Holstein statt. Über 100 Vertreter und Vertreterinnen aus Städten und Gemeinden sowie zahlreiche Innenstadtinteressierte nahmen den Termin wahr. Das Programm mit prominenten Gästen nutzten viele zum persönlichen Austausch und informierten sich über innovative Lösungsansätze zur Revitalisierung der Innenstädte und Zentren.

Elmshorn war sowohl durch Mitarbeiter der Stadtverwaltung als auch des Stadtmarketings vertreten. Nelly Ketels von der Stadt Elmshorn referierte zum Thema Strategische Ansätze zur Stärkung des Wohnens in der Innenstadt.

Innenstadttalk Schleswig-Holstein

Anlässlich des Innenstadtförderprogramms wurde ein landesweiter digitaler Innenstadttalk eingerichtet, der an 5 Terminen stattfand und dazu diente, sich zu den Maßnahmen auszutauschen und Fragen an das Land Schleswig-Holstein zu richten. In jedem Meeting bekamen ein bis zwei Städte ein Forum, um ihre aktuellen Maßnahmen vorzustellen. Im Oktober berichtete Manuela Kase über die Aktivitäten in Elmshorn.

AG Innenstadtförderprogramm

Die Arbeitsgruppe zum Innenstadtförderprogramm besteht aus Vertretern der Stadt Elmshorn und des Stadtmarketings. Diese treffen sich, um die Umsetzungen und Planungen der kurzfristigen Maßnahmen des

Stadtmarketings mit den Konzeptinhalten, welche die Stadt Elmshorn und die Stadtplanungsbüros zuvor erarbeitet hatten, miteinander zu verknüpfen. Die Arbeitsgruppe tauscht sich monatlich über den Fortschritt und die Effizienz der vereinbarten Maßnahmen aus.

Forum Innenstadtentwicklung

Die Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft des Kreises Pinneberg, kurz WEP, lud am 06.07.2023 ins Elmshorner Dienstleistungs-Zentrum ein, um über die Herausforderungen und Veränderungen zu sprechen, denen sich unsere Innenstädte gegenübersehen.

Das Forum bot die Möglichkeit, sich mit anderen Wirtschaftsförderern, Stadtmarketing-Experten und Fachleuten aus dem Bereich Stadtentwicklung der Verwaltungen auszutauschen, Ideen zu diskutieren und dabei über die eigenen kommunalen Grenzen zu schauen. Sowohl Vertreter aus der Stadtplanung und der Wirtschaftsförderung der Stadt Elmshorn als auch Manuela Kase als Geschäftsführerin des Stadtmarketings nahmen an diesem Treffen teil.

Workshops und Jour Fixe Stadtmarke

Nachdem die Entscheidung zum Relaunch der Stadtmarke im Hauptausschuss gefallen war, luden das Stadtmarketing Elmshorn und die Wirtschaftsförderung der Stadt Elmshorn, die gemeinsam als Markenführer agieren, Anfang Juli zu einem Workshop ein. Ziel war es, Motive und Ideen für die erste Kampagne zu finden.

Neben den Mitarbeitern des Stadtmarketings und Wolfgang Helms als Wirtschaftsförderer wurden an dem Kreativprozess die Agentur Haiarts, die Grafikerin der Stadt Elmshorn, und der Fotograf Marco Grundt beteiligt.

Unser VEREIN

Um auf eine Kritikwelle zum Relaunch der Stadtmarke vorbereitet zu sein, gab es des Weiteren einen Workshop zum Krisenmanagement unter der Leitung von Jan Schönstedt, Chefredakteur des SHZ und A.Beig-Verlag.

Darüber hinaus wurde ab Oktober ein wöchentliches Meeting des Wirtschaftsförderers Wolfgang Helms und der Stadtmarketing-Geschäftsführerin Manuela Kase vereinbart. Ergänzt wurde der Teilnehmerkreis des Jour Fixe durch die zuständigen Mitarbeiter des Stadtmarketings und zeitweise durch Vertreter von Agenturen, die den Relaunch begleiteten.

Projektgruppe Öffentlichkeitsarbeit und JF Baustellenmarketing

Mehrmals im Jahr traf sich auf Einladung von Morten Boysen, zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit zum Stadtumbau, eine Gruppe von Verwaltungsmitarbeitern der Stadt und Mitarbeitern des Stadtmarketings. Weitere Treffen von Geschäftsführerin Manuela Kase und Morten Boysen gab es, um sich über aktuelle Entwicklungen im Stadtumbaugebiet auszutauschen und um Aktivitäten zum Baustellenmarketing abzustimmen.

Jour Fixe Wirtschaftsförderung

Wöchentlich trafen sich Geschäftsführerin Manuela Kase und Wirtschaftsförderer der Stadt Wolfgang Helms, um gemeinsame Anliegen zu besprechen. Vor allem die Schließungen und Neuansiedlungen von Gewerbebetrieben standen regelmäßig auf der Agenda.

AG Steindammpark

In drei Arbeitstreffen mit Teilnehmern aus Politik und Verwaltung wurde unter der

Leitung von Stadtplaner Björn Landahl und unter Beteiligung des Stadtmarketings Maßnahmen zur Aufwertung des Steindamm-parks entwickelt. Weitere Arbeitsrunden, die zur Konkretisierung der Maßnahmen führen sollen, sind für 2024 bereits geplant.

Vorstandssitzungen und Mitgliederversammlung Initiative Elmshorn

Manuela Kase nahm in 2023 an zwei Vorstandssitzungen und an der Jahreshauptversammlung der Initiative Elmshorn teil. In den Treffen berichtete sie zum Restart der Stadtmarke und zu den Überlegungen einer gemeinsamen Organisation.

Workshops und AG neue Organisation

In mehreren Sitzungen kamen Vertreter der Stadt Elmshorn, der Initiative Elmshorn, des Verkehrs- und Bürgervereins und des Stadtmarketings zusammen, um über neue Strukturen und eine gemeinsame schlagkräftige Organisation zu diskutieren.

In einem mehrstündigen Workshop unter externer Moderation des Beraters Frank Heinze vom Büro Heinze & Partner wurden im Mai grundlegende Aspekte diskutiert und ein Fahrplan für die weiteren Schritte festgelegt. Die Überlegungen sollen in 2024 weiter konkretisiert werden.

AG Citymanagement

An zwei Terminen tagte die AG Citymanagement, die sich aus Akteuren verschiedener Organisationen und Vertretern der Eigentümerschaft und des Handels zusammensetzt. In diesem Arbeitskreis geht es vor allem um den Austausch zum Vermietungsmanagement und innenstadtrelevante Maßnahmen, die vom Stadtmarketing umgesetzt werden.

Beiratssitzungen Mobilitätskonzept

Ende 2022 wurde der Auftrag für die Erarbeitung eines gesamtstädtischen Mobilitätskonzepts durch die Stadt Elmshorn an eine Planergemeinschaft vergeben.

Erstellt wird das Mobilitätskonzept in einem zweiphasigen Prozess. Phase 1, die Bestands- und Mängelanalyse und die parallele Entwicklung eines Leitbildes, steht kurz vor dem Abschluss.

In der zweiten Phase werden konkrete Projekte, Teilkonzepte und ein gesamtstädtisches Handlungskonzept erarbeitet. Der Prozess wird ca. 2 Jahre dauern. Manuela Kase als Geschäftsführerin des Stadtmarketings ist Teilnehmerin des Beirats, der sich mehrmals im Jahr trifft.

Personal

Zum 30. März schied die Veranstaltungskauffrau und Social-Media-Expertin Vanessa Harlof beim Stadtmarketing aus. Sie hatte hier bereits 2014 ein Praktikum absolviert und verstärkte seit Oktober 2021 das Team des Stadtmarketing Elmshorn.

Zeitgleich reduzierte die Assistentin der Geschäftsführung, Andrea Backauf, ihre Arbeitszeit und verlagerte ihren Tätigkeitsschwerpunkt auf den Elmshorn Gutschein. Seit dem 1. April ist Nadja Paltins beim Stadtmarketing Elmshorn Assistentin der Geschäftsführung. Die Teilzeitkraft ist zudem Ansprechpartnerin für den Elmshorn Gutschein.

Eingebettet in ihre Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau beim Café Emil im Gartencenter Rostock machte Marie Masuhr im April ein zweiwöchiges Praktikum beim Stadtmarketing. Sie unterstützt das Stadtmarketing seitdem als freie Mitarbeiterin bei Veranstaltungen und wird 2024 in Vollzeit beim Stadtmarketing einsteigen.

Seit dem 1. Mai verstärkt Veranstaltungskauffrau und Journalistin Anke-Suzan Behrmann das Stadtmarketing-Team als Teilzeitkraft. Einen Aufgabenschwerpunkt hat die Projektmitarbeiterin beim Relaunch der Stadtmarke.

Der Relaunch der Stadtmarke war auch der Arbeitsschwerpunkt von Thomas Becken. Er ist seit dem 1. Mai als Teilzeitkraft für das Stadtmarketing tätig.

Ein einwöchiges Schulpraktikum absolvierte Schülerin Johanna Münch im November und lernte vor allem die Veranstaltungsorganisation rund um das Stadtwerke Eisvergnügen kennen.

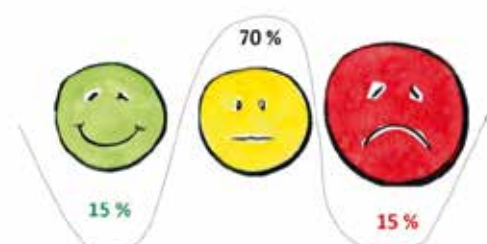
Nach ihrem Abitur schnupperte Meret Backauf bei verschiedenen Arbeitgebern Praxisluft. Sie war im November/Dezember Praktikantin beim Stadtmarketing und wird das Team bei zukünftigen Veranstaltungen als Honorarkraft unterstützen.

Teambuilding-Workshop

Zu Beginn des Jahres wurde Britta Beste, die als Coach und Moderatorin arbeitet, engagiert, um einen eintägigen Workshop in der Smart Factory mit den Stadtmarketing-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durchzuführen.

In der Teambuildings-Maßnahme ging es vornehmlich um das Definieren eigener Stärken und Schwächen, um Selbst- und Fremdwahrnehmung und um Motivation.

BITTE ALLES AUF „GRÜN“!



Unsere MITGLIEDER

Mitglieder 2023

Mit Stand Dezember 2023 zählte das Stadtmarketing Elmshorn 37 Mitgliedschaften, in die 42 Unternehmen eingebunden sind, und die sich wie folgt aufteilen: 28 Vollmitglieder und 9 Fördermitglieder.

Die Firma Semmelhaack stockte von einer Stimme auf 3 Stimmen auf.

Die Mitgliederzahlen waren stabil. Es gab keine Kündigungen.

Vorstand

Marc Ramelow (1. Vorsitzender)
Volker Hatje (stellvertr. Vorsitzender)
Guido Bumann
Matthias Bungert
Wolfgang Helms (kooptiert)
Dirk Kehrhahn
Frank Lexau
Marc Peters
Gunnar Scheele
Lisa Sachau (kooptiert)
Frederike Zoller (kooptiert)

Geschäftsführerin

Manuela Kase

Mitglieder

A. Beig Verlag/Elmshorner Nachrichten
ASB RV Pinneberg-Steinburg
Autohaus Elmshorn
Prof. Dr. Lars Binckebanck
BMW May & Olde
Buchhandlung Kurt Heymann
Frank Büntjen
Ehler Ermer & Partner Wirtschaftsprüfer
familia

Flora Gesundheitszentrum
Privapo Elmshorn –
Privilegierte Apotheke am Wedenkamp
Sarja Hainke
Jörg Hoffmann
Holz Junge
IG Holstenplatz
Juwelier Köhncke
Kerkamm – Das Markenhaus
der schönen Dinge
Lederwaren Liedtke
NOT NAKED by lisan
Schuh Eggert
IHK zu Kiel, Zweigstelle Elmshorn
Initiative Elmshorn
Dr. Kersig Wohnungsbaugesellschaft
Peter Lund
City Passage/Marktpassage Elmshorn
Klaus Merse Verlag/Holsteiner Allgemeine
Modehaus Ramelow
Optiker Schönberg
Prof. Dr. Klaus Pannen
Marco Petersen
Wolfgang Schlüter
Semmelhaack Wohnungsunternehmen
Sparkasse Elmshorn
Stadt Elmshorn
Stadtwerke Elmshorn
Christel Storm
Stubenrauch & Collegen
Teigwerk
Teppich Kibek
VR Bank in Holstein
Nils Weiß
Silke Zoller



*Der in 2022 gewählte Vorstand des Stadtmarketing Elmshorn: v.l.n.r.:
Guido Bumann, Gunnar Scheele, Matthias Bungert, Dirk Kehrhahn, Marc Peters, Manuela Kase, Marc Ramelow,
Frederike Zoller, Volker Hatje, Lisa Sachau, Wolfgang Helms. Nicht im Bild: Frank Lexau ©Stadtmarketing Elmshorn*



Stadtmarketing **Elmshorn**

Stadtmarketing Elmshorn e.V.
Schulstraße 13a
25335 Elmshorn

Fon: 04121 - 266 074

Fax: 04121 - 266 075

E-Mail: info@stadtmarketing-elmshorn.de
Internet: www.stadtmarketing-elmshorn.de
www.city-elmshorn.de
www.elmshorn-gutschein.de

Sitz des Vereins ist Elmshorn VR 1080
USt-ID-NR DE202641675
Vorsitzender des Vereins: Marc Ramelow
Geschäftsführerin: Manuela Kase
