Stadtmarketing ELMSHORN

Jahresbericht 2024

Unsere Projekte & Aktivitäten

Elmshorn.
Supernormal.

Stadtmarketing
Elmshorn

INHALTSVERZEICHNIS

Grußwort 02
Stadtmarke Elmshorn 03
25-jähriges Jubiläum 07
Image-Projekte 11
Service-Projekte 15
Veranstaltungen 17
Kooperationen 33
PACT/BID 35
Handel 39
Innenstadtprogramm/Citymanagement 39
Internes 46
Mitglieder 57

GRUSSWORT

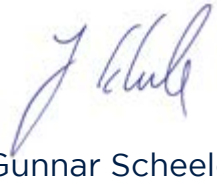
Liebe Mitglieder,

wir möchten Sie herzlich einladen, sich mit unserem Jahresbericht 2024 einen Überblick über die verschiedenen Aktionen, Projekte und Veranstaltungen zu verschaffen, welche im vergangenen Jahr vom Team des Stadtmarketing Elmshorn geplant, organisiert und durchgeführt wurden.

Ein hervorstechendes Projekt war und ist die Markenführerschaft unserer Stadtmarke „Elmshorn. Supernormal.“. Unsere Stadtmarke erfreut sich großer Bekanntheit und betont die positiven Aspekte hinsichtlich eines Lebensmittelpunktes in Elmshorn sowohl für uns Elmshorner als auch für das Umland. Das Team des Stadtmarketing Elmshorn leistet weiterhin mit vielen Aktionen und Projekten einen wichtigen Beitrag, um das Wohnen, Arbeiten und Leben in Elmshorn attraktiver zu gestalten.

Aus der Vielzahl von tollen Veranstaltungen haben sich im vergangenen Jahr insbesondere die Elmshorner Musiknacht, die zu einem echten Highlight avanciert sowie die Sonderausstellung anlässlich des 25-jährigen Bestehens des Stadtmarketing Elmshorn hervorgehoben.

Wir starten mit viel Schwung und Energie in dieses neue Jahr. Lassen Sie uns miteinander weiter an einem lebendigen und attraktiven Elmshorn arbeiten – einer Stadt, in der wir alle gerne leben, arbeiten und unsere Freizeit verbringen. Wir möchten Sie herzlich dazu einladen, Ihre eigenen Ideen einzubringen und neue Projekte vorzuschlagen. Denn nur durch gemeinsames Engagement bringen wir Elmshorn weiterhin so erfolgreich voran.



Gunnar Scheele
1. Vorsitzender

Manuela Kase
Geschäftsführerin

STADTMARKE ELMSHORN

Präsenz im öffentlichen Raum, Schaufenstern und auf Veranstaltungen

Im Frühjahr 2024 stand die Innenstadt ganz im Zeichen der Stadtmarke. Wimpel-Ketten in den Farben der Stadtmarke zierten den Luftraum der Einkaufsstraßen und eine bunte Osterdeko, mitten drin der Superhase und das gigantische Ei „Hoppy Easter“, erfreuten die Besucher der Innenstadt.

Des Weiteren wurden im Mai die vom Stadtmarketing-Team ausgerichteten Sitzgelegenheiten vor den Geschäften mit Sitzkissen in den Farben der Stadtmarke mit den Aufschriften „Superplatz“ oder „Superlauschig“ ausgestattet, um das dortige Verweilen bequemer zu gestalten und die Stadtmarke unterschwellig auch dort in Szene zu setzen.

Ebenso fanden sich im Sommer die Farben der Stadtmarke erstmals in der Bepflanzung der Krückau wieder, in Petunien und Geranien. Blumenkübel-Hussen mit der Skyline der Stadt in den Stadtmarkenfarben wurden zudem im Frühjahr und Herbst 2024 in der Königstraße dekoriert.

In den Schaufenstern der Königstraße 10 sah man gleich bei Betreten der Elmshorner City die gigantischen Supernormal-Buchstaben. Zusätzlich wurden die Leerstände in der Königstraße 19 und am Damm 1 interimsweise z.B. zum Thema Musiknacht oder Shopping Sonntag im Zeichen der Stadtmarke dekoriert.

Schaufenster Königstraße 19,
© Stadtmarketing Elmshorn

Auch auf Veranstaltungen 2024 wurde die Marke sichtbarer denn je. Vor den Eingängen und Bühnen wurden Supernormal-Beachflags auffällig platziert, Supernormal-Liegestühle als Auflockerung zwischen den Sitzmöglichkeiten drapiert, Hussen in Elmshorn-Rot als farbenfrohe Elemente an den Stehtischen eingesetzt und die Wimpel-Ketten wieder zum Einsatz gebracht.

Ein Extra-Goodie gab es am 6. September zum großen Konzert am Alten Markt anlässlich des 25-jährigen Jubiläums des Stadtmarketings, für das das Eiscafé Vittoria extra zwei neue Eissorten kreiert hat – natürlich in Rot und Blau. Über zwei Stunden wurde dort kostenlos Eis ausgegeben. Diese Aktion erhöhte ebenfalls die Sichtbarkeit der Stadtmarke auf dem Event.

v. l. n. r.: Merchandise in der VR Bank, Caps „Jazz´n Roses“, Statusmeldung Social Media, © Stadtmarketing Elmshorn, Ballon Initiative Elmshorn, © A.O. Ballonreisen

Kooperationen

Am 10. Juni 2024 veranstaltete die Initiative Elmshorn e.V. das beliebte Musikevent „Jazz´n Roses“ im Liether Rosengarten. Zur Überraschung vieler Gäste verschenkte die Initiative dort insgesamt 1.000 Caps mit „Jazz´n Roses-Supernormal-Bestickung“. Die Caps in Elmshorn-Rot und -Blau waren schnell vergriffen.

Ebenso war der Verein Ideengeber für den Supernormal-Heißluftballon in Elmshorn-Rot. Dieser gigantische Werbebotschafter der Stadtmarke umfasst 6.000 Kubikmeter und kann bis zu acht Gäste aufnehmen. Der Ballon sollte offiziell auf dem Hafenfest am 24. August 2024 starten. Das Stadtmarketing verloste für diese Ballonfahrt zwei Karten auf der Veranstaltung Friday Flair. Aufgrund ungünstiger Wetterbedingungen konnte der Ballon an dem Wunschtermin leider nicht fahren. So war der riesige Ballon bisher nur einige Tage vorher auf der Testfahrt am Elmshorner Himmel zu sehen.

Unternehmen wie May und Olde, die VR Bank in Holstein und Ehler, Ermer & Partner integrierten Supernormal-Merchandise in ihre Räumlichkeiten. Auch die Sparkasse Elmshorn und das Flora Gesundheitszentrum planen die Präsenz der Marke. Zusätzlich erhielten die Unternehmen ein digitales Paket für E-Mail-Signaturen und Social Media. Die Stadtmarke wurde auch in der Presse positiv aufgenommen.

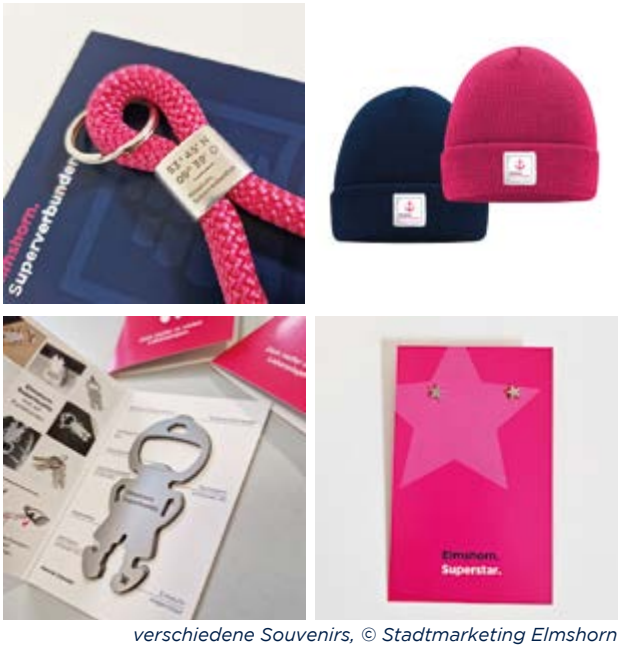
Presse-Resonanz

Sowohl in den Elmshorner Nachrichten, im Hamburger Abendblatt als auch in der HAZ wurden neue Aktivitäten im Rahmen der Stadtmarke durchweg positiv aufgenommen. Der Begriff „Supernormal“ tauchte sogar unabhängig von Stadtmarken-Artikeln auf. In der Holsteiner am Wochenende hieß es bei der Verleihung des Bundesverdienstkreuzes an Prof. Dr. Klaus Pannen: „Einer, der nicht nach der Gegenleistung fragt. Supernormal im besten Sinne.“ Die Elmshorner Nachrichten

lobten am 11. Oktober 2024 in der Rubrik „Wussten Sie eigentlich…?“: „S wie Supernormal: Genialer Werbeslogan der Stadt Elmshorn. Rangiert in der ‚Hall of Fame‘ der besten Werbesprüche noch vor ‚Da werden Sie geholfen‘ und ‚Verleiht Flüüügel‘.“

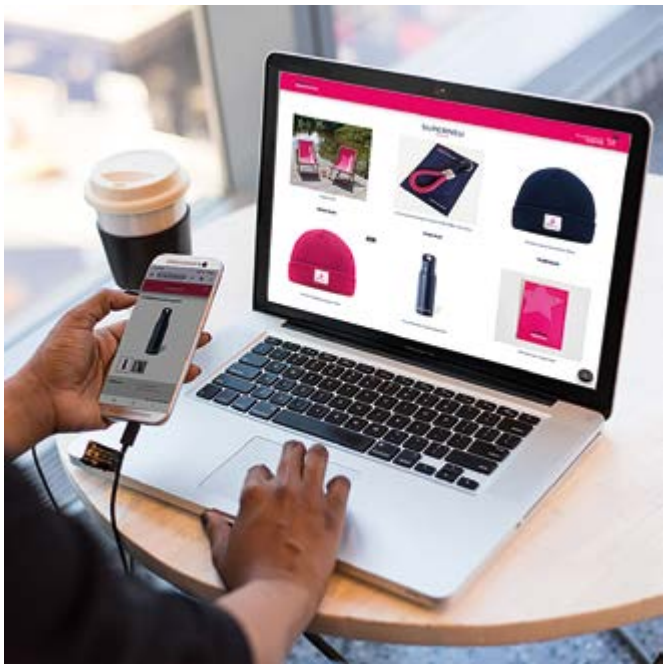
Souvenirs - Entwicklung, Online-Shop und stationärer Verkauf

Im März 2024 entstand in einem gemeinsamen Workshop mit Oberbürgermeister Volker Hatje und lokalen Unternehmen die Idee, sowohl Souvenirs zu entwickeln als auch einen dazugehörigen Online-Shop einzurichten. Ziel war es, die Stadtmarke stärker in der Bevölkerung und in Elmshorner Unternehmen zu verankern.
Im Austausch mit anderen Städten, wie beispielsweise Kiel-Marketing, wurden daraufhin Souvenirs und Merchandise-Artikel entworfen, die sich andernorts bereits erfolgreich verkaufen. Die Produkte wurden individuell gestaltet und spiegeln die Stadtmarke sowohl in den Farben als auch spielerisch im Wording wider – als klares Bekenntnis zu Elmshorn. So entstand eine Vielzahl an Ideen, von denen einige umgesetzt wurden:
Fairtrade-Taschen „Elmshorn. Superlebendig“, drei verschiedene Schlüsselanhänger unter dem Motto „Elmshorn. Superverbunden.“ mit Stadtwappen, Koordinaten oder Herz, drei verschiedene Ohrsteckerpaare „Elmshorn. Superverliebt.“, „Elmshorn. Superfreunde.“ und „Elmshorn. Superstars.“, das Multitool „„Elmshorn. Superbuddy.“, Mützen „Elmshorn. Superverankert.“ und die Trinkflasche „Elmshorn. Superbegleiter.“ Bereits vorhandene Artikel wie Armbänder, Liegestühle und Schirme wurden ebenfalls mit verkauft.
Für den B2B-Bereich wurden zusätzlich Merchandise-Artikel produziert: Sitzwürfel „Elmshorn. Superpause.“, „Elmshorn. Superplatz.“, „Elmshorn. Supernormal.“, Beachflag „Supernormal“, Regiestuhl „Supernormal“ und der Kugelschreiber „Elmshorn. Supersmart.“



verschiedene Souvenirs, © Stadtmarketing Elmshorn

Für Mitglieder wurde für Preisvorteile beim Souvenir-Einkauf die Einrichtung eines B2B-Kontos ermöglicht.
Der Online-Shop startete am 01. November und erzielte bis Jahresende inklusive B2B-Einkäufen 4.193 EUR Umsatz. Der stationäre Verkauf im Stadtmarketing-Büro am Shopping Sonntag am 03.11.2024 und während der PopUp-Ausstellung in der Königstraße 53 vom 07. bis 18.11.2024 erreichte einen Umsatz von 1.994 EUR.



© Stadtmarketing Elmshorn

Ausblick

Nachdem sich das Stadtmarketing-Team 2024 ausführlich um die Inszenierung der Marke in der Innenstadt und um die Integration in den Unternehmen gekümmert hat, soll 2025 der Fokus auf die Bürger Elmshorns gelegt werden. Mit gemeinsamen Aktionen, Veranstaltungen und positiven Erlebnissen soll die Stadtmarke erlebbar gemacht werden.

Die Präsenz der Souvenirs im stationären Handel förderte die Kaufbereitschaft. Der Online-Verkauf konnte durch bezahlte Werbung und Verlosungen an den Adventswochenenden gesteigert werden. Künftig sind verstärkte Investitionen in Online-Werbung und die regelmäßige Erweiterung des Shops mit saisonalen Artikeln sinnvoll. Auch der stationäre Verkauf soll weiter ausgebaut werden.

25-JÄHRIGES STADTMARKETING-JUBILÄUM

ENTERTAINMENT UND ERINNERUNGEN

Im September feierte das Stadtmarketing Elmshorn e.V. sein 25-jähriges Jubiläum. 1999 war Elmshorn mit der Gründung eines Vereins, der den Gedanken einer Public-Private-Partnership aufgreift und bewusst eine enge Verzahnung mit der Stadtverwaltung und den politischen Gremien anstrebt, ganz vorne in Schleswig-Holstein. Wichtiger Treiber war seinerzeit die Initiative Elmshorn e.V., die den Stadtmarketing-Verein in der Startphase finanziell unterstützte. Mitgetragen wurde die Umsetzung auch von der damaligen Bürgermeisterin Dr. Brigitte Fronzek. Bis heute ist die gute Zusammenarbeit und Nähe zur Kommune ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Arbeit des Stadtmarketings.

Da der Verein, mit dem satzungsgemäßen Zweck, die Attraktivität der Stadt zu steigern, auf die Gesamtstadt ausgerichtet ist, umfasste der Vorstand von Beginn an Vertreter der Privatwirtschaft der Innenstadt und der außerhalb gelegenen Gewerbebereiche.

AUSSTELLUNG 25 JAHRE STADTMARKETING

Ausstellung 25 Jahre Stadtmarketing, © Stadtmarketing Elmshorn

Ein wichtiger Bestandteil der Jubiläumsveranstaltung war eine Ausstellung zu Meilensteinen und Lieblingsprojekten der letzten 25 Jahre. Dankenswerterweise wurde dem Stadtmarketing von Eigentümer Jürgen Reimer das leerstehende Ladenlokal in der Königstraße 53, ehemals Trendbox, für die Ausstellung zur Verfügung gestellt. Kernstück der Ausstellung waren 25 Schautafeln, die für jedes Jahr einen Meilenstein oder ein besonderes Projekt aufgriffen. Diese waren nicht nur mit Bildern

Catering 25 Jahre Stadtmarketing, © Stadtmarketing Elmshorn

und Zeitungsartikeln bestückt, sondern auch durch Statements von mitwirkenden Personen beschrieben und kommentiert. Ergänzt wurden die Schautafeln durch projektbezogene Exponate.

Das Besondere war, dass die Ausstellung vor Ort ebenfalls von Akteuren des Stadtmarketings und Kooperationspartnern begleitet wurde. Täglich war ein Ansprechpartner vor Ort, mit dem die Besucher zu unterschiedlichen Themen ins Gespräch kommen konnten.

Außerdem gab es für die Besucher die Möglichkeit, Ideen für die zukünftige Arbeit des Stadtmarketings einzubringen und Erinnerungen zu teilen, die auf einer Pinnwand festgehalten wurden.

Die Ausstellung war über zwei Wochen im September täglich geöffnet. Aber auch in den Folgemonaten, in denen immer wieder verschiedene Aktionen in die PopUp-Location lockten, bildete die bunte und kreative Ausstellung einen attraktiven Rahmen und motivierte die Besucher, sich mit der Arbeit des Stadtmarketings näher zu beschäftigen.

Erinnerungstafel Ausstellung 25 Jahre Stadtmarketing
© Stadtmarketing Elmshorn

JUBILÄUMSKONZERT AM 6. SEPTEMBER

Neben der lebendigen und gut besuchten Ausstellung wurde im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Summer in the City – Friday Flair“ ein Jubiläumskonzert zum 25-jährigen Stadtmarketing-Jubiläum auf dem Alten Markt veranstaltet. Die Idee dahinter war, die Bürger an dem Stadtmarketing-Jubiläum teilhaben zu lassen und nicht nur mit geladenen Gästen zu feiern.

Das Jubiläumskonzert startete mit der musikalisch vielseitigen Elmshorner Musikgruppe Hannah tanzt!, bestehend aus Ralf Götzenberger, Tom Haberl, Lisa Hoffmann, Frank Ramson, Leo Wichmann und Matthias Wichmann.
Anschließend übernahm die Hamburgerin Esther Jung, die neben Klassikern aus der Rock- und Pop-Geschichte auch Country und irische Klänge darbot.

Als Hauptact des Abends konnte Lennart A. Salomon, wohnhaft in Tornesch, gewonnen werden, der zusammen mit Dirk Hess aus Nürnberg sein Publikum mit Song Ping Pong unterhielt. Die beiden Musiker spielten sich dabei musikalisch die Bälle zu. Es wurde keine Playlist abgesprochen, sondern spontan entschieden, wer was wann spielt. Auch die Interaktion mit dem Publikum war Teil des Programms.

Hannah tanzt!, © Ulf Marek

Kulinarik und Supernormal-Eis auf der Veranstaltung

Auch für ein kulinarisches Angebot war gesorgt. Exklusiv wurde für die Jubiläumsveranstaltung ein Supernormal-Eis kreiert, das zwischen 17 und 19 Uhr kostenlos von Vittoria auf dem Alten Markt ausgegeben wurde. Durch viele bunte Sitzmöglichkeiten und Grünpflanzen wurde eine schöne Atmosphäre geschaffen, die zum Verweilen einlud.

Supernormal-Eis, © Stadtmarketing Elmshorn

Die Veranstaltung wurde durch das Innenstadtförderprogramm des Landes Schleswig-Holstein gefördert.

Besucher Friday Flair Jubiläumskonzert, Alter Markt, © Ulf Marek

IMAGE PROJEKTE

OPTIMIERUNG DER SOCIAL-MEDIA-PERFORMANCE

Im Rahmen unserer Analyse der Social-Media-Performance hat sich das Stadtmarketing-Team entschieden, den Schwerpunkt auf die Optimierung des Instagram-Accounts zu legen. Diese Plattform zeigte das größte Potenzial für die Ansprache der Zielgruppe, die sich aus den Bürgern Elmshorns, dem regionalen Umfeld sowie ortsansässigen Unternehmen zusammensetzt. Zudem wies Instagram die größte Followerschaft auf und galt laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2023 als die meistgenutzte Social-Media-Plattform in Deutschland. Die Integration mit weiteren Meta-Plattformen wie WhatsApp und Facebook stellte ebenfalls einen strategischen Vorteil dar.

Zielsetzung:

Das Hauptziel war die Steigerung der Followerzahl und Reichweite. Zur Zielerreichung wurden folgenden Maßnahmen umgesetzt:

1. Einheitliches Farb- und Designschema

Ein kohärenter Instagram-Feed stärkt die Wiedererkennbarkeit und den professionellen Eindruck. Dafür wurden folgende Designprinzipien umgesetzt:

- Verwendung der Farben und Schriftarten der Stadtmarke
- Klare visuelle Trennung verschiedener Content-Kategorien
- Wiederkehrende Symbole zur Steigerung des Wiedererkennungswerts

Einheitliches Farb- und Designthema, © SAM Medien, Marie Stolp

2. Erweiterung der Inhalte

Zusätzlich zur Ankündigung von Veranstaltungen wurden neue, zielgruppenspezifische Inhalte eingeführt: monatliche Eventübersichten, Interviews mit lo-

kalen Akteuren, Aftermovies von Veranstaltungen, Beiträge zur Stadtmarke und Supernormal-Souvenirs.

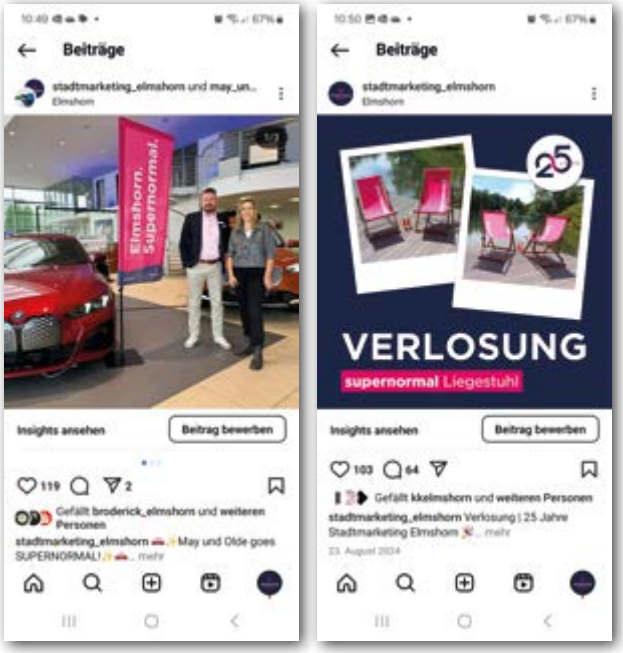
3. Regelmäßigkeit und Timing
Mit einem Redaktionsplan konnten 2 bis 3 Beiträge pro Woche veröffentlicht werden. Die Analyse der Zielgruppenaktivität zeigte Dienstag, 18 Uhr, als optimalen Posting-Zeitpunkt.

4. Verstärkte Nutzung von Storys und Reels
Storys: Höhere Aufmerksamkeit durch Platzierung im oberen Feed-Bereich und Nähe zu den Followern durch Einblicke hinter die Kulissen.
Reels: Hohe Reichweite, vor allem durch Interviews u. a. auf dem Lichtermarkt.

5. Einsatz von Hashtags und Geotags
Zur besseren Auffindbarkeit wurde eine Kombination aus generischen, lokalen, eigenen und Community- und Marken-Hashtags genutzt. Beispiele: #Events, #Ausstellung, #ElmshornErlebt, #Skulpturengarten, #Krückaustadt, #Elmshorn, #StadtmarketingElmshorn, # SME 25Jahre, #SME, #superwaslos, #supernormal.
Zudem erhöhten Geotags die lokale Identifikation und Sichtbarkeit.

6. Kooperationen mit Creators
Kooperationsposts und gemeinsame Reels mit Partnern wie „May und Olde“ und „Eis Vittoria“ steigerten die Reichweite durch Cross-Promotion.

7. Gewinnspiele
Gewinnspiele zum 25-jährigen Jubiläum, zur Stadtmarke und Adventsaktionen führten durch Interaktionsanforderungen wie Markieren und Kommentieren zu einem Follower-Zuwachs.



Kooperationspost und Gewinnspiel, © Stadtmarketing Elmshorn

8. Community-Aufbau

Aktive Kommunikation des Instagram-Accounts über weitere Kanäle wie Whats-App, die Stadtmarketing-Webseite, Veranstaltungshinweise, Email-Signaturen und Facebook.

9. Einsatz von Ads auf Instagram und Facebook

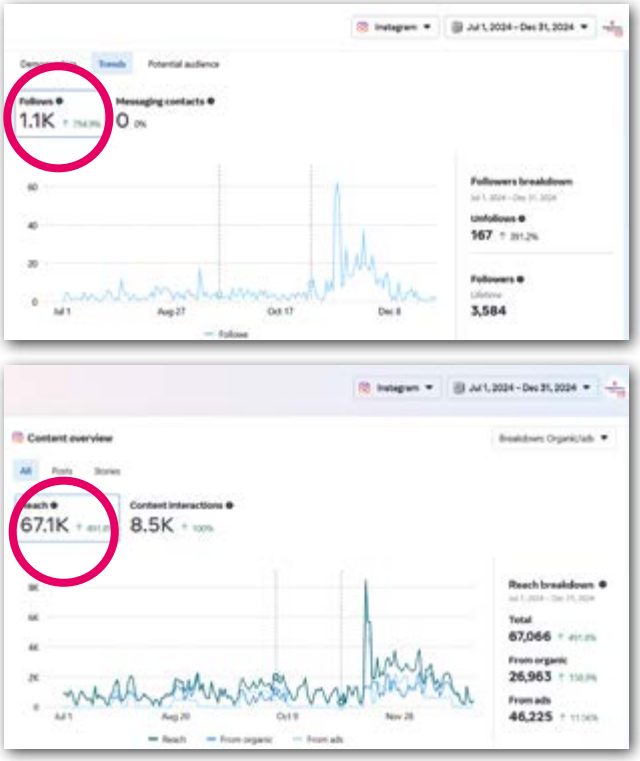
Besonders erfolgreicher Content wurde gezielt beworben. Zudem erhielten Events im Winter durch Ads zusätzliche Aufmerksamkeit.

10. Analyse und Optimierung

Die Auswertung mithilfe von Instagram Insights und der Meta Business Suite führte zu datenbasierten Anpassungen der Strategie.

Ergebnisse (2. Halbjahr 2024)

- Follower-Zuwachs: +1.100 (+794,9 % im Vergleich zum Vorhalbjahr)
- Reichweite: +67.066 (+491,8 %) im Vergleich zum Vorhalbjahr - Organischer Content: +26.963 (+158,9 %) - Bezahlter Content: +46.225 (+11.500 %)



Screenshots Meta Follower und Awareness,
© Stadtmarketing Elmshorn

Ausblick 2025

Für das kommende Jahr sind folgende Maßnahmen geplant, sofern es die personellen Kapazitäten erlauben:

- Intensivierung der Konkurrenzanalyse
- Entwicklung weiterer zielgruppenspezifischer Inhalte
- Aufbau einer Präsenz auf LinkedIn zur gezielten Ansprache von Unternehmen
- Optimierung der Story-Highlights
- Ausbau der Moderation (Kommentieren, Liken, Aufbau Community)

SERVICE ZU VERANSTALTUNGSTERMINEN

Die Veranstaltungsflyer „Elmshorner Winter“ und „Elmshorner Sommer“ bieten eine kompakte Übersicht über zahlreiche Events in Elmshorn. Sie fungieren nicht nur als Serviceangebot für Bürger und Besucher, sondern auch als wertvolle Werbefläche für das Stadtmarketing. Gleichzeitig ermöglichen sie Kooperationen, indem sie auch Fremdveranstaltungen aus der Region mit aufnehmen.

Auch 2024 wurden beide Flyer aufgelegt. Sie informieren über zentrale Events wie das Stadtwerke Eisvergnügen, die Musiknacht und das Picknick-Open-Air-Kino sowie über Highlights anderer Veranstalter wie das Hafenfest, „Elmshorn liest“, den Stadtlauf und vielfältige Programme von Partnern wie dem Industriemuseum oder dem Stadttheater.

Mit einer Auflage von **5.000 Exemplaren** im Sommer und **7.500 Exemplaren** im Winter stärken die Flyer das Gemeinschaftsgefühl und bieten eine breite Plattform für die Präsentation lokaler Veranstaltungen.

Titel der Flyer Elmshorner Sommer und Elmshorner Winter, © Sarja Hainke und Stadtmarketing Elmshorn

SERVICE PROJEKTE

ELMSHORN GUTSCHEIN

Der Elmshorn Gutschein kommt immer mehr in der digitalen Welt an. In 2024 kamen neue Annahmestellen hinzu, die das Angebot auf eine breite Basis stellen. Von den zehn Annahmestellen mit dem höchsten Umsatz in der Vergangenheit nehmen neun den digitalen Gutschein an. So ist sicher für jeden etwas dabei, auch wenn die absolute Zahl der Annahmestellen mit aktuell 40 noch ausbaufähig ist.

Das breitere Angebot hat sich auch auf den Umsatz in den Annahmestellen ausgewirkt. Mit etwa 99.000 Euro hat sich die Summe der eingelösten digitalen Gutscheine in 2024 mehr als verdoppelt. Bei den Papiergutscheinen ist der Umsatz über diesen Anstieg hinaus etwas zurückgegangen. Seit Einführung des Gutscheins in 2009 wurden bis Ende 2024 Gutscheine im Wert von knapp 7,8 Millionen Euro verkauft.

11 Arbeitgeber nutzen inzwischen das Angebot, den Digital-Gutschein ihren Mitarbeitern als steuer- und sozialabgabenfreien Bonus über die CityGutschein App digital zur Verfügung zu stellen.

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 sowie bei der Tourismusinfo des Verkehrs- und Bürgervereins im Torhaus am Probstendamm 7.

Die Digital-Gutscheine können online erworben werden. Der Online-Shop kann über die Webseite des Stadtmarketing Elmshorn oder über www.elmshorn-gutschein.de erreicht werden.

SUMMERLOUNGE

Seit elf Jahren bietet die Summerlounge im Skulpturengarten einen ruhigen Rückzugsort inmitten der City. Der malerische Park direkt an der Krückau lädt mit bunten Liegestühlen zum Entspannen ein. Besonderen Charme verleihen dem Park

Summerlounge im Skulpturengarten, © Stadtmarketing Elmshorn

die fest installierten Kunstwerke rund um das angrenzende Torhaus, das regelmäßig mit wechselnden Ausstellungen des Kunstvereins bereichert wird.

An sonnigen Tagen von Mai bis September sorgt das Team des Stadtmarketings werktags für das Aufstellen der Liegestühle. Über die sozialen Medien wurde täglich informiert, ob die Summerlounge geöffnet ist.

Im Jahr 2024 konnte die Summerlounge an insgesamt 71 Tagen von möglichen 108 Tagen öffnen. Viele Pausen und Nachmittage wurden hier in der Sonne verbracht, was die Bedeutung dieses Projekts unterstreicht.

Dank der Unterstützung von Firma Ramelow ist die Summerlounge ein beliebter Ort der Erholung und ein weiteres gelungenes Serviceangebot für die Elmshorner.

VERANSTALTUNGEN

SHOPPING SONNTAGE - MEHR ALS NUR EINKAUFEN

Viermal im Jahr verwandelte sich die Elmshorner Innenstadt in eine lebendige Shopping- und Erlebniswelt. Zwischen 10.000 und 15.000 Besucher nutzten die Gelegenheit, durch die geöffneten Geschäfte zu bummeln, besondere Aktionen zu entdecken und das vielfältige Rahmenprogramm zu genießen. Auch die Einkaufsgebiete Franzosenhof und Sibirien lockten mit besonderen Angeboten und sorgten für eine rundum belebte Stadt.

Stadtwerke Eisvergnügen Finale,© Stadtmarketing Elmshorn

Der erste Shopping Sonntag des Jahres fand am 07. Januar zum Finale des Stadtwerke Eisvergnügens statt. Die teilnehmenden Händler öffneten von 12 bis 17 Uhr ihre Türen, während auf der 350 m² großen Eisbahn die letzten Pirouetten gedreht wurden. Ein besonderes Highlight war die Eis-Party for Kids, die für ausgelassene Stimmung sorgte.

Im Mai wurde der Shopping Sonntag erstmals mit der „Kultur- und Ehrenamtsmesse“ kombiniert. Der Elmshorner Pflanzenmarkt bot eine bunte Auswahl an Blumen, Pflanzen und Dekorationen, während die Summerlounge am Torhaus zum Verweilen einlud. Tanzvorführungen und zahlreiche Infostände machten diesen Termin zu einem besonderen Erlebnis für die ganze Familie.

Kultur- und Ehrenamtsmesse,© Ulf Marek

Tag des Sports,© Ulf Marek

Der September-Sonntag stand ganz im Zeichen des Sports. In Zusammenarbeit mit der Stadt Elmshorn wurde erneut der „Tag des Sports“ integriert. Vereine und Gruppen luden zum Ausprobieren ein und zeigten, wie vielfältig das Sportangebot in Elmshorn ist – ein Konzept, das viel positive Resonanz erhielt.

Den krönenden Abschluss bildete der Shopping Sonntag im November unter dem Motto „Reise in die Genusswelt“. Das Food-Truck-Fest auf dem Holstenplatz lockte mit zwölf verschiedenen Anbietern, während zusätzliche Gastronomie auf dem Alten Markt und zahlreiche Aktionen in der Innenstadt die höchsten Besucherzahlen des Jahres erzielten.

Statistik Frequenzen Shopping Sonntage – Standort Königstraße 63

Datum	12-13 Uhr	13-14 Uhr	14-15 Uhr	15-16 Uhr	16-17 Uhr	***Summe***
07.01.2024	849	1.785	2.127	2.117	1.333	***8.211***
05.05.2024	2.480	2.967	2.878	2.687	3.739	***13.295***
01.09.2024	2.115	3.175	3.796	3.478	5.066	***14.721***
03.11.2024	2.015	3.564	3.915	3.378	4.146	***15.233***

© Stadtmarketing Elmshorn

Auch für 2025 stehen wieder besondere Shopping Sonntage auf dem Programm. So wird am 04. Mai das „Straßenkunst- & Kulturfest“ stattfinden. Dann verwandelt sich die Innenstadt in eine große Bühne für Künstler und Kulturschaffende. Ein Tag voller Kreativität, Musik und inspirierender Begegnungen erwartet die Besucher.

Die Shopping Sonntage in Elmshorn sind weit mehr als nur eine Gelegenheit zum Einkaufen – sie machen die Stadt lebendig und verbinden Handel, Kultur und Gemeinschaft auf besondere Weise.

MUSIKNACHT

Die achte Elmshorner Musiknacht war so gut besucht wie noch nie. Mit ca. 1500 verkauften Eintrittsbänder ist die Veranstaltung inzwischen ein absolutes Highlight im Elmshorner Sommerprogramm und im Veranstaltungskalender der Krückau-Stadt. Die Vielfalt der musikalischen Acts und Spielstätten, die kurzen Wege von einem Konzert zum nächsten und die Kombination mit dem Wein- und Schlemmerfest des Verkehrs- und Bürgervereins ließen die Innenstadt am 24. Mai 2024 zu einer großen Bühne werden.

Besucher Wein- und Schlemmerfest,© Sven Rehder

Traditionell wurde der musikalische Abend um 18 Uhr in der St. Nikolai-Kirche auf dem Alten Markt eröffnet. Das Gesangsduo Goldmeister stimmte mit einem einstündigen Konzert auf die Musiknacht ein. Mit ihrem Programm „Duo Session“ versetzten die Hamburger Chris Dunker und Phil Ohleyer ihr Publikum mit Oldtime Jazz und Swing zurück in die glorreichen 20er Jahre.

Eröffnung mit Goldmeister, tanzendes Publikum ,© Sven Rehder

Anschließend erlebten über 1.500 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 der 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.

Rossi Offel Music bei Ramelow,© Sven Rehder

Laurel SinTanzpaar,© Sven Rehder

Mit Alex and the Waves fand der Abend ab 22.30 Uhr beim Wein- und Schlemmerfest des Verkehrs- und Bürgervereins auf dem Alten Markt einen fulminanten Abschluss.

Abschluss mit Alex and the Waves,© Sven Rehder

Durch die Drohnenaufnahmen, die erstmals beauftragt und von Sven Herrmann realisiert wurden, entstanden ganz neue Bilder und Eindrücke verschiedener Locations aus der Luft.

Auch in 2024 wurde das Event durch die engagierten Sponsoren Backauf Computer, der Elbmarschen Apotheke aus Horst, der Provinzial-Versicherungen Jan-Henrik Fock, Ernst-Peter Junge und Sascha Kreutz sowie der Walter Burmester GmbH unterstützt. Als neue Locations wurden boostX, das Keramik-Pinselwerk (inzwischen Keramik Pinselsaal), The Skin Kosmetikstudio und die Weiße Villa gewonnen. Die 9. Elmshorner Musiknacht findet am 23. Mai 2025 statt.

PICKNICK-OPEN-AIR KINO

An drei Abenden im Juni und Juli konnten die Besucher unter dem Sternenhimmel Snacken, Klönen, der Live-Musik lauschen und Kinogenuss erleben. Die Veranstaltung ist für viele Elmshorner und Gäste aus der Region ein Highlight im Elmshorner Sommerprogramm.

Picknick-Open-Air Kino,© Ulf Marek

Musik-Act,© Stadtmarketing Elmshorn

Gesponsert wurden die Picknick-Film-Abende mit „One for the Road“ (28. Juni), mit „Wochenendrebellen“ (12. Juli) und mit „Barbie“ (26. Juli) vom Autohaus Elmshorn, Semmelhaack Wohnungsunternehmen und der Sparkasse Elmshorn. Als Gastronomiepartner verwöhnte auch dieses Mal Jim Coffey die Besucher mit ausgewählten Speisen und Getränken. Das musikalische Vorprogramm wurde von Fräulein Frey, Tylian und Lukas Kowalski in Begleitung von Esther Jung gestaltet.

Ein sich anbahnendes Unwetter sorgte beim zweiten Termin kurz für Ungewissheit, ob der Filmabend wie geplant beginnen kann. Glücklicherweise zogen die Wolken vorbei, und nach einer kurzen, nicht anhaltenden frischen Brise, startete der Film pünktlich nach Einbruch der Dunkelheit.

Am letzten Filmabend der Kino-Reihe stand mit „Barbie“ ein absolutes Highlight auf dem Programm. Das Stadtmarketing hatte im Vorfeld dazu aufgerufen, im Barbie-Lieblingsoutfit zu erscheinen. Ob pink, neon oder 80er-Jahre, jedes passende Outfit war willkommen. Auch Ken war herzlich eingeladen. Passend dazu wurde ein Foto-Point, vor dem sich verkleidete und nicht verkleidete Barbie-Fans fotografieren konnten, eingerichtet. Natürlich ging das Stadtmarketing-Team mit bestem Beispiel voran und setzte verschiedene Barbie-Outfits gekonnt in Szene.

Das Stadtmarketing Team und Barbie-Fotopoint,© Stadtmarketing Elmshorn

Die Picknick-Körbe, die an jedem Picknick-Kino-Abend verlost wurden, von famila, Hayunga’s E-Center und Rewe Kim Yannick Ide gesponsert, waren mit allem befüllt, was zu einem gelungenen Filmabend beiträgt.

STADTWERKE EISVERGNÜGEN

Gestaltung & Atmosphäre

Erstmalig wurde die Polarhütte als zentraler Anlaufpunkt an der Eisbahn aufgebaut. Gemeinsam mit einem kleinen Winterwunderland, bestehend aus Eisbär-Schaudekoration, Tannen und Wölfen, entstand eine besondere Szenerie. Die gewohnten drei großen Tannen wichen einer neuen Gestaltung mit Picknickbänken und einer winterlichen Kulisse, die für mehr Aufenthaltsqualität sorgte.

Winterwunderland am Holstenplatz ,© Ulf Marek

Eröffnungsevent: Feuer und Eis

Das Stadtwerke Eisvergnügen startete 2024 mit einem besonderen Highlight: Das Feuer-Duo Flamba aus Hamburg begeisterte mit einer spektakulären Feuershow und einem Funkenfinale. Ein gelungener Auftakt für die siebenwöchige Eislauf-Saison auf dem Holstenplatz.

Eröffnung mit Feuer-Duo Flamba,© Ulf Marek

Eislaufen für Schulen

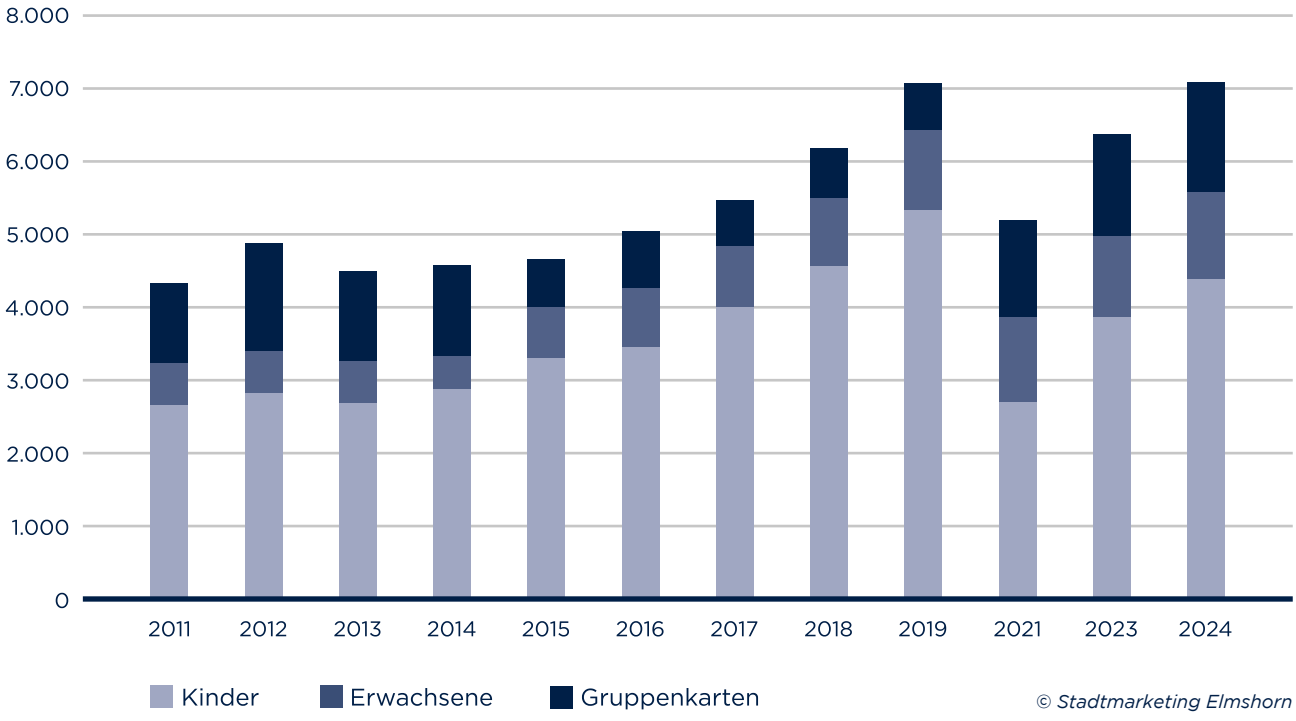
Trotz anfangs schleppender Anmeldungen konnten durch verstärkte Social-Media- und Pressearbeit wieder erfreulich hohe Teilnehmerzahlen verzeichnet werden. Insgesamt nutzten rund 880 Schüler die Gelegenheit zum Eislaufen.

Schüler beim Eislaufen,© Andre Wagener

Besucherzahlen: Ein Rekordjahr

2024 verzeichnete die Eisbahn die höchsten Besucherzahlen seit 2011. Nach stabilen Werten in den ersten Jahren des Stadtwerke Eisvergnügens und einem pandemiebedingten Rückgang konnte nun eine Steigerung von 11 % im Vergleich zu 2023 und 63 % im Vergleich zu 2011 erreicht werden.

Besucherzahlen Vergleich 2011 - 2024



© Stadtmarketing Elmshorn

Eisstockschießen & Weihnachtsfeiern

Das Eisstockschießen bleibt ein Publikumsliebling. Trotz widriger Wetterbedingungen mit Regen und rutschigem Untergrund konnte das Turnier fast wie gewohnt stattfinden – lediglich ein Spieltag musste abgesagt werden. Die 16. Meisterschaft des EMTV war mit 256 Mannschaften erneut ausgebucht.

Neben dem sportlichen Wettkampf nutzten viele Unternehmen die Eisbahn für ihre Weihnachtsfeiern. Die gemütliche Atmosphäre auf dem Holstenplatz, kombiniert mit den winterlichen Dekorationen, sorgte für festliche Stimmung. Die Gastronomieangebote und beheizten Sitzbereiche luden zum Verweilen ein und machten die Weihnachtsfeiern zu einem besonderen Erlebnis.

Impressionen Eisstockschießen,© Ulf Marek

Gastronomie

Die Gastronomiehütte „Zum wilden Hirschen“ wurde 2024 in kleinerem Format betrieben und bot mit einem gemütlichen Außenbereich unter einem großen Gastro-Schirm eine ansprechende Atmosphäre. Das Lugacci war ebenfalls buchbar, und zum Eröffnungsevent wurde der Außenbereich um einen Verkaufswagen erweitert, was den feierlichen Abend unter Heizpilzen und Schirmen abrundete.

Gastronomie Stadtwerke Eisvergnügen,© Ulf Marek

Ausblick

- Neuer Gastronomiepartner
- Neues Sponsorenkonzept, inklusive Traversenwerbung
- Winterwaldszenerie bleibt als eigenständiges Gestaltungselement erhalten

Dank an unsere Sponsoren & Partner

Ein herzliches Dankeschön an alle Sponsoren und Kooperationspartner! Besonderer Dank gilt dem Titelsponsor Stadtwerke Elmshorn sowie den Hauptsponsoren Kersig Immobilien und Sparkasse Elmshorn. Ihr Engagement ermöglicht es, das Stadtwerke Eisvergnügen Jahr für Jahr weiterzuentwickeln und ein Highlight für die Region zu schaffen.

LICHTERMARKRT

Eröffnung und Engelsflug

Der Elmshorner Lichtermarkt wurde am 25. November feierlich mit dem traditionellen Engelsflug eröffnet. Trotz leichtem Nieselregen kamen hunderte Zuschauer und stimmten sich auf die Vorweihnachtszeit ein. Nach dem Herabschweben des Engels auf die Bühne diente ein gemeinsamer Countdown dem Einschalten der Weihnachtsbeleuchtung. Als die beleuchtete Weihnachtstanne und der gesamte Alte Markt erstmals in voller Lichterpracht erstrahlten, war das für alle ein magischer Moment.

Lichtermarkt Eröffnung, Einschalten Beleuchtung,© Udo Böh

Im Anschluss an den Engelsflug unterhielt die aus Minden stammende Pop-Schlagersängerin Kimberly die Besucher mit Weihnachtsliedern und Pop-Songs auf der Bühne vor der großen Tanne.

Möglich gemacht wurde das Eröffnungsevent durch die Unterstützung der Firmen Kühl Kranverleih, Hamke Event & Messe, Helge Kühl Arbeitsbühnen und die Stadtwerke Elmshorn.

Lichtermarkt Eröffnung, Musik-Act Kimberley, © Udo Böh

Lichtermarkt Eröffnung, Engelsflug, © Udo Böh

Große Tanne

Die große geschmückte Tanne ist seit vielen Jahren der Mittelpunkt des Lichtermarktes und für viele Elmshorner das optische Highlight. Im letzten Jahr war die Tanne außergewöhnlich schön gewachsen und lenkte alle Blicke auf sich. Auf Wunsch vieler Bürger hatte sich das Stadtmarketing deshalb dafür eingesetzt, die Tanne bis zum 06. Januar 2025, dem Dreikönigstag, stehen zu lassen. Dieser Tag markiert das Ende der Weihnachtszeit und erinnert an den Besuch der drei Weisen aus dem Morgenland beim Jesuskind.

Lichtermarkt, Große Tanne, © Stadtmarketing Elmshorn

Während der Silvesternacht war ein Sicherheitsdienst im Einsatz, der die große Tanne zum Jahreswechsel im Auge behalten sollte. Trotz einiger kleinerer Vorkommnisse verlief die Nacht glimpflich und die große Tanne konnte auch am Shopping Sonntag, 5. Januar, noch bewundert werden.

Traditionell wird der 12 Meter hohe Baum von einem Elmshorner Bürger gespendet. So auch in 2024. Das Grünflächenamt des Betriebshofs der Stadt Elmshorn wählte die Tanne zusammen mit dem Stadtmarketing aus mehreren Angeboten aus. Mitte November wurde diese mit Hilfe eines Krans der Firma Kühl Kranverleih und Mitarbeitern des Betriebshofs aus dem privaten Garten abgeholt und in eine tiefe Bodenhülse auf dem Alten Markt eingesetzt.

Einige Tage vor Eröffnung des Lichtermarktes stand dann das Schmücken auf der Agenda. Im Einsatz waren hierfür die Stadtwerke Elmshorn zusammen mit der externen Dekorations-Firma Pep Up. Neben 30 weißen dreidimensionalen Leuchtsternen und 50 großen roten Kugeln wurden 1,5 Kilometer Lichterketten verbaut.

Fotopoints und Schauhütten

Das rustikale und liebevoll geschmückte Hüttendorf schaffte während der Adventszeit eine Atmosphäre, die Gemütlichkeit ausstrahlte und auf Weihnachten einstimmte. Insgesamt umfasste der Lichtermarkt 15 Buden und ein Karussell. Neun Hütten boten ein klassisches, gastronomisches Angebot und verschiedene Glühwein-Varianten sowie andere Heißgetränke an. Traditionell wurde eine der Glühwein-Hütten vom Verkehrs- und Bürgerverein Elmshorn betrieben. Und auch die Tallinn-Hütte war an gewohnter Stelle vor Ort. Erstmals umfasste das Angebot auch eine Hütte mit Flammkuchen und eine mit Käsespezialitäten.

Lichtermarkt, LED-Hirsch,
© Stadtmarketing Elmshorn

Gemütlich eingerichtete Hütten mit Sitzmöglichkeiten und Outoor-Aufenthaltsbereiche luden die Besucher zum Verweilen ein.

Ergänzt wurden die Gastronomie-Stände durch die besonders bei Kindern beliebten Schauhütten: Santas Gute Stube, in der der Weihnachtsmann auf seinen Einsatz am Heiligabend wartete und so manche Kinderaugen zum Strahlen brachte und die Weihnachtskrippe, die die Geburt Jesu Christi in einem Stall in Bethlehem zeigte.

Großer Beliebtheit erfreuten sich auch 2024 wieder die Foto-Points, wie das rote, glitzernde Herz mit Sitzbank, der große LED-Hirsch an der Tanne, die leuchtenden Engelsflügel oder der beeindruckende Nussknacker am Eingang des Marktes.

Lichtermarkt, Aufenthaltshütte, © Stadtmarketing Elmshorn

Elmshorner Engel

Die Idee der Elmshorner Engel wurde 2011 geboren. Zusammen mit LG Photodesign, damals in der Marktstraße ansässig, hatte das Stadtmarketing eine Fotoaktion ins Leben gerufen. Alle Kinder, die sich gern in Engelskostümen fotografieren lassen wollten, wurden ins Fotostudio eingeladen und bekamen ein Foto geschenkt.

Die schönsten Engel-Fotos wurden in Schaufenstern der Innenstadt-Geschäfte ausgestellt. Große Banner am ehemaligen Hertie-Haus zeigten Elmshorner Engelchen, die ein Frohes Fest wünschten. Mit dieser Aktion begann die Ära der Elmshorner Engel.

Lichtermarkt, Elmshorner Engel im Fotopoint Herz,
© Stadtmarketing Elmshorn

Seit 2012 gibt es jedes Jahr eine Vielzahl an Bewerbungen für die himmlischen Botschafter, die in der Adventszeit in der Innenstadt unterwegs sind und Süßigkeiten an die Kleinen verteilen. So waren auch im vergangenen Jahr die Engel am Eröffnungstag, bei der Weihnachtsparade und an jedem Samstag und Sonntag von 14 bis 16 Uhr anzutreffen.

Erstmals haben sich im letzten Jahr drei Engel beworben, die vor 13 Jahren bei der Fotoaktion dabei waren. Zusammen mit Bianca Gehrmann stellten die damaligen Kinder-Engel Liska Reich, Michelle Brandt und Karina Kuhn den Elmshorner Engel-Stab 2024.

Weihnachtsparade

Weihnachtsparade, Flora Fanfarenzug und Stelzenläufer, © Marco Grundt

Wer am 13. Dezember abends in die Fußgängerzone oder auf den Lichtermarkt wollte, musste Geduld mitbringen. Dichtgedrängt warteten bereits hunderte Zuschauer auf den Start der Weihnachtsparade um 18 Uhr vor der VR Bank in Holstein am Anfang der Königstraße.

Rund 160 kostümierte Teilnehmer hatten sich zur Parade angemeldet. Besonders beeindruckend waren wieder die Stelzenläufer und beleuchteten Walking-Acts von Oakleaf und Stelzen-Art. Der Flora-Fanfarenzug und die Trommelgruppe Bloco Alegria sorgten für das musikalische Programm und animierten Zuschauer als auch Teilnehmer zum Mittanzen und Klatschen. Im Anschluss waren alle Teilnehmer eingeladen, auf dem Lichtermarkt ein Freigetränk zu genießen. Auch hier sorgten der Fanfarenzug und die Trommler noch einmal für Stimmung und einen gelungenen Abschluss des Freitagabends.

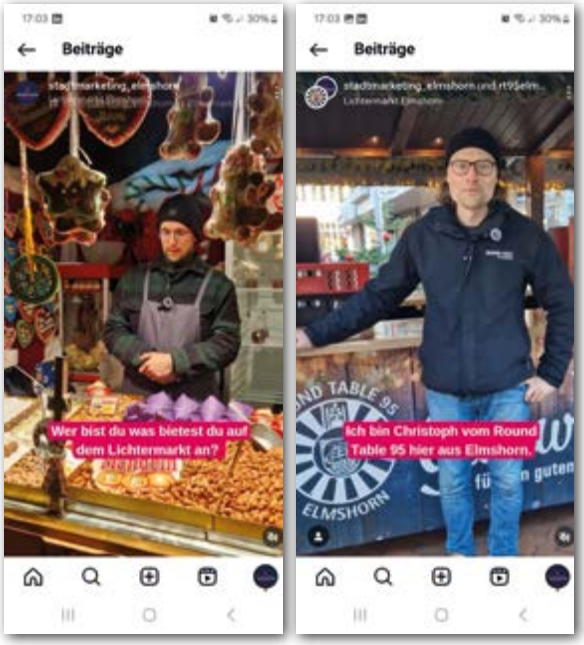
Die Parade feierte ihr zehntes Jubiläum und ist längst ein fester Bestandteil der Elmshorner Adventszeit geworden. Ein besonderer Dank gilt den Sponsoren, der VR Bank in Holstein und dem Autohaus Elmshorn, die dieses Event unterstützten.

Weihnachtskugel

Pünktlich zur beginnenden Adventszeit stand der Verkaufsstart der 16. Elmshorner Weihnachtskugel bevor. Ab dem Shopping Sonntag, 03. November, konnten die Elmshorner sich mit einem besonderen Stück Stadtgeschichte auf die Festtage einstimmen: Die 16. Auflage der beliebten Elmshorner Weihnachtskugel zeigt die eindrucksvollen Knechtschen Hallen – detailreich gestaltet von der Elmshorner Künstlerin Imke Stotz.

Für 9,90 Euro war die hochwertige Glaskugel, in leuchtendem Rot und mit einem Durchmesser von 8 cm, einzeln verpackt an zahlreichen Verkaufsstellen in Elmshorn erhältlich: Buchhandlung Heymann, Claus Kindt Bürotechnik, Das Futterhaus, famila, Flora Gesundheitszentrum, Gartencenter Rostock, Geschäftsstelle des Stadttheaters, Hayunga's E-Center A23, Kunstverein Elmshorn, Lederwaren Liedtke, Modehaus Ramelow, Optiker Schönberg, Semmelhaack Wohnungsunternehmen, Teppich Kibek sowie die Tourismusinfo des Verkehrs- und Bürgervereins im Torhaus.

Weihnachtskugel Motiv 2024, Knechtsche Hallen, © Imke Stotz



Interviews Standbetreiber Lichtermarkt, © Stadtmarketing Elmshorn

Werbung

Die Social-Media-Aktivitäten wurden in diesem Jahr weiter ausgebaut, um die Sichtbarkeit und Bekanntheit des Lichtermarkts zu steigern. Ein besonderer Fokus lag darauf, die Bindung zwischen Besuchern und Standbetreibern zu stärken.

Durch Kurzinterviews, Veranstaltungshinweise und die Vorstellung einzelner Stände inklusive eines Lageplans konnten spürbar mehr Aufmerksamkeit generiert werden. Die Nutzer freuten sich über Einblicke zu ihren Stammbetreibern, während neue Standbetreiber durch sympathische Interviews überzeugten. In den Gesprächen erzählten sie, wer sie sind und wie lange sie bereits auf dem Lichtermarkt vertreten sind. Zudem wurde das Familienangebot am Mittwoch besonders hervorgehoben.

Ein Highlight waren Anekdoten der Standbetreiber – von Liebesgeschichten am Süßigkeiten-Stand bis hin zum Frauenhelden am VBV-Stand gab es viele überraschende Erzählungen Die einzelnen Social-Media-Beiträge zum Lichtermarkt erreichten bis zu 3.000 Nutzer, viele Posts erzielten über 100 Likes.

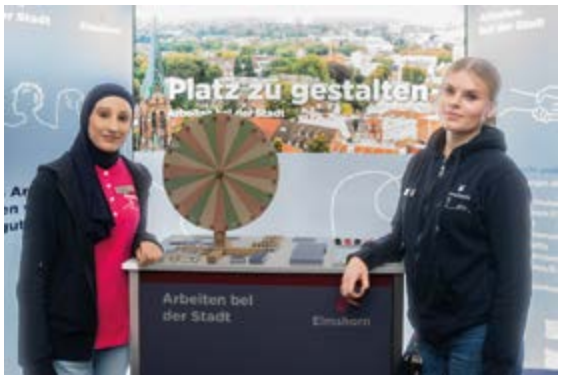
KOOPERATIONEN

MESSE BERUFE LIVE

Gut 2.000 Schüler ab der 8. Klasse besuchten am 08. November die 13. Auflage der Messe Berufe live mit ihren 52 Ausstellern im Erdgeschoss des Rathauses und im 450 m² großen Messezelt auf dem Rathaus-Vorplatz.
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.

Auf fast 500 Quadratmetern Standfläche waren neben Dauergästen wie beispielsweise den Stadtwerken Elmshorn, Loll Feinmechanik und den Regio Kliniken auch insgesamt sieben neue Aussteller vor Ort: H. H. Behrens, KX Personal GmbH, Meierei Barmstedt eG, Teppich Kibek, Tief- und Rohrleitungsbau Wilhelm Wähler GmbH & Co. KG, TopFit Sportstudio und Walter Burmester GmbH.

Die erneute Durchführung der Veranstaltug wurde nicht zuletzt dank der Unterstützung der Sponsoren VR Bank in Holstein, Sparkasse Elmshorn, Stadtwerke Elmshorn, Drei-D Direktwerbung, Regio Kliniken, Jacobs Douwe Egberts und H. H. Behrens möglich.



Stände Polizei, Stadt Elmshorn und Finanzamt,
© Sven Rehder

STADTLAUF

Einmal im Jahr gehört die Stadt Elmshorn ganz dem Sport. Der Stadtlauf zieht nicht nur viele Walker und Läufer an, er begeistert auch zahlreiche Zuschauer, die anfeuernd, jubelnd und schlachtenbummelnd durch Elmshorn ziehen.

Über 2000 Menschen hatten sich 2024 beim 22. Elmshorner Stadtlauf angemeldet, um bei bestem Wetter an einer der größten Breitensportveranstaltung im Norden teilzunehmen.

Die Sportveranstaltung wurde 2001 durch das Stadtmarketing ins Leben gerufen und wird bis heute durch den Verein unterstützt. Der Termin für 2025 steht auch bereits fest: 21. September 2025.

Stadtlauf Elmshorn, © Lara Seiler

PACT/BID

ALLGEMEIN

Die Abkürzung PACT steht für Partnerschaften zur Attraktivierung von City-Dienstleistungs- und Tourismusbereichen und ist die schleswig-holsteinische Version der Business Improvement Districts – kurz: BIDs.

Das Instrument bietet Möglichkeiten zur qualitativen Verbesserung von Quartieren durch Zusammenschlüsse von Gewerbetreibenden oder Eigentümern, die sich gemeinsam für die Aufwertung einsetzen.

In Elmshorn engagieren sich die Eigentümer in der Innenstadt gleich in mehreren PACTs, die jeweils für drei oder fünf Jahre geschlossen werden. Das Besondere an diesen Partnerschaften ist, dass die Kosten nach einem definierten Schlüssel auf alle Beteiligten verteilt und dadurch Trittbrettfahrer ausgeschlossen werden. Erhoben werden die Beiträge durch die Kommune, die diese an den Aufgabenträger weitergibt.

In Elmshorn ist das Stadtmarketing als Aufgabenträger für die Umsetzung und Betreuung der gemeinsam beschlossenen Maßnahmen zuständig.

PACT ZUR WEIHNACHTSBELEUCHTUNG

Der PACT zur Weihnachtsbeleuchtung erstreckt sich über die gesamte Königstraße, den Alten Markt, die Marktstraße und den Damm und wurde 2007 das erste Mal eingerichtet.

Die eigens für Elmshorn kreierte Weihnachtsbeleuchtung mit den roten Kerzen und grünen Sternen sorgte über den Zeitraum von 18 Jahren für viel Aufmerksamkeit und verlieh der Innenstadt in der Vorweihnachtszeit eine besondere Atmosphäre. Auch die Beleuchtung der Bäume um die St. Nikolai-Kirche herum, in der Marktstraße und am Damm sind Bestandteil des PACTs.

Da der aktuell laufende PACT in 2025 endet und die weihnachtlichen Überspannungen aufgrund von Materialermüdung nicht mehr eingesetzt werden können, beschäftigten sich die PACT-Lenkungsgruppe und das Stadtmarketing als Aufgabenträger in 2024 mit neuen Konzepten.

Stadtlauf Elmshorn, © Ulf Marek

Vier Firmen wurden um Vorschläge für neue Entwürfe und um ein Angebot gebeten. Vorgabe für die Entwicklung war eine individuelle Gestaltung mit Bezug zu Elmshorn, um damit ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen. Darüber hinaus wurde eine gut zu handhabende Montage und Lagerungsfähigkeit sowie eine Lebensdauer von mindestens zehn Jahren, verbunden mit einer geringen Reparaturanfälligkeit, gefordert.

Nach einer Vorauswahl konnten den Eigentümern, die am 02. Dezember eingeladen waren, um ein Votum abzugeben, zwei Entwürfe präsentiert werden. Die Entscheidung fiel auf den Entwurf der Firma First Christmas aus Hamburg, die bereits die erste Weihnachtsbeleuchtung kreiert hatte. Zentrales Element der Überspannungen sind Engel mit beleuchteten Konturen, umgeben von Sternen und Eiskristallen in verschiedenen Lichtfarben.

Neue Beleuchtung Königstraße, © First Christmas

Fassadenbeleuchtung Neuer Markt, © First Christmas

Engel sind durch die Präsenz der Elmshorner Engel und den spektakulären Engelsflug zur Eröffnung des Lichtermarktes bereits seit vielen Jahren festes Symbol der Elmshorner Weihnachtszeit, so dass die Gestaltung diese Idee aufgreift und weiterträgt.

Mittlerweile ist das Beteiligungsverfahren, das alle Eigentümer in die Abstimmung einbezieht, abgeschlossen und die Weihnachtsbeleuchtung in der vorgeschlagenen Variante bestätigt. Aufgabenträger und Lenkungsgruppe leiten nun die weiteren Schritte für die Umsetzung ein. In bewährter Zusammenarbeit mit den Stadtwerken Elmshorn wird die neue Weihnachtsbeleuchtung im November 2025 erstmals montiert und setzt in der Vorweihnachtszeit neue visuelle Akzente in der Elmshorner Innenstadt.

PACT ZUR BEGRÜNUNG DER KÖNIGSTRASSE

In 2024 wurde die Fortführung des PACTs zur Begrünung der Königstraße über weitere fünf Jahre beschlossen.

Wichtiger Bestandteil des Begrünungs-PACTs 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.

Blumenkübel Königstraße, © Stadtmarketing Elmshorn

BLUMEN AN DER KRÜCKAU

Nachdem in 2023 durch noch vorhandene Restmittel im PACT-Budget am Krückau-Ufer erstmalig Blumenkästen mit üppig blühenden Petunien und Geranien montiert worden waren und diese bei den Besuchern für viel Aufmerksamkeit sorgten, konnte auch diese Maßnahme in den neuen PACT integriert werden.
Die Gestaltung der Straße Achtern de Kö und der Brücke zum Torhaus ist damit auch in den nächsten Jahren bis 2028 gesichert.

Durch ihre Zustimmung zu dieser erweiterten Maßnahme signalisieren die PACT-Mitglieder, dass die Innenstadt nicht in der Fußgängerzone endet, sondern sich im Hinblick auf den Stadtumbau zum Buttermarkt hin weiter öffnet.

Blumen an der Krückau,© Ulf Marek

HANDEL

HÄNDLERTREFFEN

Das Händlertreffen fand am 05. Februar im Personalkeller der Sparkasse statt. Oberbürgermeister Volker Hatje hielt einen Vortrag über den Stadtumbau, es folgte ein reger Austausch mit den teilnehmenden Händlern und Stadtmarketing-Geschäftsführerin Manuela Kase erläuterte in Form einer Präsentation die anstehenden Projekte für das Jahr 2024 und warb für die Teilnahme der Händler an dem Projekt des digitalen Elmshorn Gutscheins. Ebenfalls wurde das Thema Leerstand behandelt. Auch die jährliche Wahl der Termine der Shopping Sonntage obliegt den Teilnehmern des Händlertreffens. Für 2024 wurden folgende Termine festlelegt: 07. Januar, 05. Mai, 01. September und 03. November.

Abschließend wurde über das Thema Ladendiebstahl und die Wichtigkeit der Stadtwache diskutiert.

INNENSTADTPROGRAMM UND CITYMANAGEMENT

VERANSTALTUNGEN

Summer in the City - Friday Flair

Von Juni bis September organisierte das Stadtmarketing Elmshorn auch in 2024 die Veranstaltungsreihe „Summer in the City – Friday Flair“ mit vier Veranstaltungen, jeweils am ersten Freitag des Monats, mitten in der Innenstadt. Die Besucher waren ab 17 Uhr eingeladen, sich nach Feierabend auf dem Alten Markt zu treffen und bei einem kühlen Getränk, einem Snack und Live-Musik das Wochenende einzuläuten. Viele bunte Sitzmöglichkeiten schufen eine schöne Atmosphäre und luden zum Verweilen ein.

Die Veranstaltungsreihe wurde 2023 vom Stadtmarketing Elmshorn ins Leben gerufen, nachdem bereits im Vorjahr regelmäßige Auftritte von Singer-Songwritern auf dem Alten Markt die Besucher erfreuten. In 2024 wurde den Gästen ein breites Angebot an Getränken wie Aperol Spritz, Bier und Cocktails sowie Speisen wie Crêpes, Hot Dogs, Pizza, Currywurst und Pommes geboten.

Freitag, 07. Juni: Los ging es am Freitag, 07. Juni. Eine urige Holzhütte diente als Bühne, auf der von 17 Uhr bis 19 Uhr der Singer-Songwriter Malte Schöning aus Hamburg seinen Auftritt hatte. Er unterhielt mit Pop/Rock-Songs von Britney Spears, Alvaro Soler bis Pink Floyd und brachte dabei das Publikum zum Tanzen, Feiern und Mitsingen. Im Anschluss konnten die Besucher dann dem Duo Joey Joshberg Experience lauschen.

Freitag, 07. Juli: Für alle die nach einem Alternativprogramm zum EM-Achtelfinale suchten, war der zweite Termin der Veranstaltungsreihe „Summer in the City – Friday Flair“ am Freitag, 07. Juli genau das Richtige. Ab 17 Uhr läutete Singer-Songwriter Igor Landy, der in vielen musikalischen Welten zu Hause ist, den Abend ein. 2018 zog es den gebürtigen Franzosen nach Hamburg, wo er seine neue musikalische Heimat gefunden hat. Danach ging es ab 19 Uhr weiter mit der Band Spicy Chances - einer spritzigen Coverband aus Elmshorn, die Pop- und Rockklassiker neu interpretiert.

Aufgrund des regnerischen Wetters ab 18.30 Uhr und des EM-Achtelfinales war der Termin von allen vier Terminen der am wenigsten besuchte. Die Band samt Fanbase hielten tapfer durch und sorgten für einen stimmungsvollen Ausklang des Abends.

Freitag, 02. August: Auch am Freitag, 02. August, verwandelte die Veranstaltung den Alten Markt in Elmshorn in einen Treffpunkt voller Musik und Genuss. Geschätzte 500 Besucher genossen das sommerliche Event und feierten bis zum Schluss. Die Hamburger Band Saturndaze eröffnete um 17 Uhr den Abend mit ihren sanften Klängen der 60er und 70er Jahre und entführte die Gäste auf eine musikalische Zeitreise. Ab 19 Uhr brachte JP King das Publikum mit seinen Rock’n’Roll-Hits im Elvis-Gewand zum Tanzen und Mitsingen.

Ein besonderes Highlight war die Verlosung einer Fahrt im Supernormal-Heißluftballon, die bei den Besuchern für große Freude sorgte. Die strahlende Gewinnerin erhielt ihren Preis unter dem Applaus der Anwesenden. Moderiert wurde die Verlosung durch den ehemaligen Wirtschaftsförderer der Stadt Elmshorn Thomas Becken.

Freitag, 06. September:
Die Veranstaltungsreihe endete am 06. September mit einem großen Jubiläumskonzert anlässlich des 25-jährigen Stadtmarketing Jubiläums auf dem Alten Markt. Der Singer-Songwriter Lennart Salomon aus Tornesch bildete den Höhepunkt dieser Veranstaltung.

Besucher Jubiläumskonzert, Auftritt Lennart Salomon und Dirk Hess, © Stadtmarketing Elmshorn

Sunset Vibes als Kooperationsveranstaltung
Mit „Sunset Vibes“ wurde die Veranstaltungsreihe „Summer in the City“ auf den Holstenplatz am Bahnhof ausgeweitet. In Zusammenarbeit mit der Gastronomie Lugacci brachte das Stadtmarketing Elmshorn am Samstag, 17. August ein neues Event in die Innenstadt, das den Sommerabend in entspannter Atmosphäre zelebrierte.

Von 16 bis 22 Uhr verwandelte sich der Holstenplatz in eine stilvolle Open-Air-Location. Ein DJ legte den gesamten Abend auf, während ein Saxophonist von 18 bis 22 Uhr für besondere musikalische Akzente sorgte. Sitzmöglichkeiten und Liegestühle luden zum Verweilen ein, während viele Gäste die Gelegenheit nutzten, um ausgelassen zu tanzen.

Auch das kulinarische Angebot ließ keine Wünsche offen: Neben den Spezialitäten vom Lugacci gab es einen Crêpes-Wagen für süße Genüsse sowie einen Eiswagen, der für sommerliche Erfrischung sorgte. Passend dazu wurden Aperol, Wein und andere kühle Drinks serviert.

Ein weiteres Highlight war der Schminkstand von BoostX, an dem schimmernde Glitzer-Highlights ins Gesicht gezaubert wurden – passend zum Festivalcharakter des Abends.

Die Veranstaltung war eine gelungene Ergänzung zu dem bereits etablierten Format „Friday Flair“ auf dem Alten Markt. Der Holstenplatz bot mit seiner offenen Fläche eine neue Kulisse und wurde von den Besuchern gut angenommen. „Sunset Vibes“ zeigte, dass auch dieser Standort Potenzial für zukünftige Sommerveranstaltungen bietet.

Sunset Vibes Besucher und Musik-Act,© Felix Plehn

OPEN-AIR THEATER FOR FAMILY

Am 31. August fand im Skulpturengarten erstmalig die Veranstaltung Open-Air Theater for family statt. Die Veranstaltung wurde über das Innenstadtprogramm des Landes Schleswig Holstein gefördert.

Vor Beginn des Mitmachtheaters verzauberte eine Blumenfee der Firma Glücksmomente die Kinder, und das MobS-Mobil der Stadt sorgte für Spielspaß mit diversen Outdoorspielen. Die Theatergruppe „Die Delikaten“ aus Hamburg präsentierte als Mitmachtheaterstück für Kinder den Klassiker „Don Quijote“. Bei schönstem Sommerwetter fanden sich Elmshorner Familien ein, lachten, klatschten und sangen mit dem Ensemble.

Theatergruppe „Die Delikaten“, © Stadtmarketing Elmshorn

Pietro Cineri sorgte mit Limonaden und Popcorn für süße Momente und Christian Schlüter mit seinem Fahrradimbiss mit Wurst und Pommes für herzhafte Genüsse.

AUFENTHALTSQUALITÄT UND INSZENIERUNG

Seit einigen Jahren nutzt das Stadtmarketing die Vorrichtungen zur Befestigung der Weihnachtsbeleuchtung für Luftraumdekorationen auch außerhalb der Adventszeit.

Elmshorn dient hierbei vielen Städten als Vorbild, da das kreative Stadtmarketing-Team eigene Gestaltungsideen entwickelt und keine Displays von der Stange einsetzt. So entsteht ein individuelles Erscheinungsbild, das auch über Elmshorn hinaus Aufmerksamkeit erzeugt. 2024 konnten neben der Weihnachtsbeleuchtung dank des Innenstadtprogramms gleich drei Gestaltungsideen umgesetzt werden.

Im zeitigen Frühjahr wehten zahlreiche Wimpelketten in den Stadtfarben über den Köpfen der Passanten in der Innenstadt. Stimmig ergänzt wurden diese durch Stoffhussen mit Elmshorn-Silhouette, die die Pflanzgefäße in der Königstraße kleideten.

Über den Sommer kam die schon bekannte, besonders beliebte Deko aus bunten Gießkannen und Schmetterlingen erneut zum Einsatz und erfreute die Besucher.
Für die Herbstzeit wurde ein neues Gestaltungskonzept entwickelt. Eyecatcher waren dreidimensional anmutende Drachen mit wehendem Schweif, ergänzt durch sogenannte organische Bälle in unterschiedlichen Größen und Farben.

Die Materialien für alle Inszenierungen wurden gekauft und sind langlebig, so dass sie wiederholt zum Einsatz kommen können.

Frühlings- und Sommerdeko Königstraße, © Ulf Marek

Hoppsi Superhase und das Osterland

Im April verwandelte sich der Alte Markt in ein Osterland. Mit 2 Flachbeeten, die von der Firma Admosa aufgebaut und bepflanzt wurden, entstand auf dem Areal frühlingshaftes Flair. Während eins der Beete von drei großen und bunten Eiern, eins davon in Farbe der Stadtmarke mit der Aufschrift HOPPY EASTER bestückt wurde, saß in dem zweiten Beet der ebenfalls in Elmshorn-Rot gestalteter Superhase Hoppsi. Eigens für Hoppsi hatte das Team eine Kette mit goldenen Buchstaben mit dem Text "#SUPERHASE" angefertigt und so die Verbindung zur Stadtmarke hergestellt. Die Inszenierung war ein Blickfang und ein sehr beliebter Fotopoint unter den Elmshornern. Das Social Media Team hat diesen Umstand zum Anlass genommen, ein Gewinnspiel für Fotos mit dem Superhasen zu veranstalten, welches gut angenommen wurde. Doch auch Superhasen haben so ihre Tücken. So begab es sich am 01. April, dass Hoppsi über Nacht aus seinem Beet verschwunden war und beim Spielplatz bei der Kirche aufgefunden wurde. Glücklicherweise haben zwei Polizisten, die auf Streifgang waren, beherzt zugepackt und Hoppsi wieder zurückgebracht, bevor das Stadtmarketing-Team zum Osterhasencheck kam. Das Absperrband der Polizei sorgte für Fragen, die sich mit einem Anruf auf der Wache wie beschrieben erklärten. Ob es sich um einen Aprilscherz von Elmshorner Bürgern handelte oder ob der Superhase nicht rechtzeitig genug vom Verstecken der Ostereier für die Elmshorner Kinder zurück war, konnte das Team leider nicht abschließend klären.

Hoppsi Alter Markt, © Stadtmarketing Elmshorn

ZWISCHENNUTZUNG

Kreatives Angebot in der Marktstraße 18

Pop Up HUUS Keramik-Pinselsaal, © Stadtmarketing Elmshorn

In das Elmshorner Pop Up HUUS in der Marktstraße 18 zogen im Februar 2024 neue Mieter ein. Susanne Schoenert und Maike Hellmann eröffneten hier den Keramik-Pinselsaal (vorher Keramik-Pinselwerk) und schufen einen kreativen Treffpunkt in attraktiver Lage. Die beiden Inhaberinnen haben mit dem Geschäft den Schritt in die Selbständigkeit gewagt und sich einen langjährigen Wunsch erfüllt.

Die Besucher können in den hellen, ansprechend gestalteten Räumlichkeiten Keramik bemalen und individuell gestalten. Zur Auswahl stehen über 200 Rohlinge, von Tierfiguren über Dekorationsgegenstände und saisonale Accessoires. Beliebt ist das Angebot vor allem bei Gruppen. Anlässe sind z.B. Kindergeburtstage, Junggesellinnen-Abschiede, Freundinnen-Abende oder Team-Building-Events.

Wurde das Angebot in 2024 noch über das Stadtmarketing durch das Innenstadtprogramm des Landes Schleswig-Holstein unterstützt, konnte der Mietvertrag Anfang 2025 in ein langfristiges Mietverhältnis überführt werden.

Nachhaltige Unikate – Tinas Bastelstübchen bleibt in der Königstraße 19

Das Konzept Elmshorner Pop Up HUUS bietet kreativen Ideen Raum – und „Tinas Bastelstübchen“ bleibt ein Teil davon. Dank der guten Zusammenarbeit zwischen Stadtmarketing Elmshorn, Borchert Immobilien und der Eigentümerin konnte Christina Schlüter die Geschäftsräume zunächst bis Ende 2025 anmieten.

Bereits 2020 war sie im Pop Up HUUS vertreten, später folgten weitere Standorte in der Innenstadt. Das Konzept des Stadtmarketings, leerstehende Flächen für

wechselnde Nutzungen bereitzustellen, erwies sich als Erfolg – sowohl für Schlüter als auch für die Belebung der Innenstadt.

Ihr Angebot umfasst handgefertigte Unikate aus Treibholz, Palettenholz und Lärchenholz aus Schleswig-Holstein. Von Meerglas-Schmuck über Lampen bis hin zu saisonaler Dekoration – jedes Stück erzählt eine regionale Geschichte.

Tinas Bastelstübchen, © Stadtmarketing Elmshorn

Abwechslungsreiche Nutzung in der Kö 53 in der Vorweihnachtszeit

Nach der großen Ausstellung zum 25-jährigen Jubiläum des Stadtmarketing Elmshorn im September konnte die Gewerbefläche in der Königstraße 53 – dank der guten Zusammenarbeit mit Eigentümer Tim Reimer – weiterhin für verschiedene Veranstaltungen genutzt werden. Gemeinsam mit lokalen Akteuren organisierte das Stadtmarketing ein vielfältiges Adventsprogramm mit Konzerten, einem Kreativ-Markt, Workshops und einem besonderen Dinner-Event.

Den Auftakt machte am 06. Dezember der Frauenchor „ChoriFeen“ aus Elmshorn, gefolgt von der Präsentation der neuen Supernormal Souvenirs am 07. Dezember. Parallel dazu öffnete für zehn Tage ein Kreativ-Markt. Wechselnde Akteure boten

neben Dekorationen und Kunsthandwerk auch Wohnaccessoires und Textilien an. Begleitet wurde das Stöbern nach besonderen Weihnachtsgeschenken von Live-Musik, unter anderem von Peer (Leider Wir) und Sängerin Maria Dangell.

Ein weiteres Highlight war der Auftritt des Akkordeonorchesters der Musikschule Elmshorn unter der Leitung von Susanne Drdack am 14. Dezember. Das Orchester konnte unter ihrer Leitung bereits mehrfach beim Deutschen Orchester-Wettbewerb und weiteren, internationalen Wettbewerben erfolgreich teilnehmen. 2014 erhielt Susanne Drdack für ihr Engagement den Kulturpreis der Stadt Elmshorn.

Am Nachmittag konnten Kinder im Workshop von „Martina's Bastelparadies" selbst kreativ werden.

Kulinarisch wurde es am 20. Dezember mit „Felice FREUDi dat", einem exklusiven Menü von Moritz Freudenthal, der seine persönlichen Lieblingsgerichte des Jahres 2024 präsentierte. Am 21. Dezember rundeten die Pearl Sisters mit einem Schmuck-Workshop das Programm ab, begleitet von Kaffeespezialitäten von „Moin Bohne" und einer Suppenaktion der „Elmshorner Suppenhühner e.V." für den guten Zweck.

Die vielseitige Nutzung der Kö 53 fand großen Anklang und wurde auch im Januar 2025 mit weiteren Aktionen fortgesetzt.

ChoriFeen und Felice FREUDI dat, © Stadtmarketing Elmshorn

Frequenzzählung

Bis 2023 wurden Passantenfrequenzen an verschiedenen Standorten in der Elmshorner Innenstadt an festen Terminen im Jahr manuell erhoben.

Mit Hilfe der beantragten Mittel des Innenstadtprogramms konnten Anfang 2024 elektronische Laserscanner angeschafft werden. Die Geräte wurden an drei Standorten – Königstraße 10, Königstraße 63 und Marktstraße 10 – an den Fassaden der Immobilien montiert. Diese anonymisierte Personenzählung in der Fußgängerzone ermittelt die Personenbewegungen mittels spezieller Laserdetektoren rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr und liefert aussagekräftige Daten.
Die Frequenzen dienen dem Einzelhandel, Investoren und Mietinteressenten als wichtige Richtgröße und sind für das Stadtmarketing ein Indikator für die Erfolgskontrolle.

Besonders hohe Frequenzen konnten im letzten Jahr an den Shopping Sonntagen, zur Elmshorner Musiknacht und in der Adventszeit verzeichnet werden.

INTERNES

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Jahreshauptversammlung Stadtmarketing Elmshorn e.V.

Die Jahreshauptversammlung wurde am 22. April in dem neugestalteten Veranstaltungsareal des Modehauses Ramelow abgehalten.

Bestandteil der JHV war die Vorstandswahl. Marc Ramelow schied als 1. Vorsitzender aus. Gunnar Scheele wurde einstimmig als 1. Vorsitzender gewählt. Volker Hatje bekleidet als Oberbürgermeister weiterhin den stellvertretenden Vorsitz. Der Vorstand, darüber hinaus bestehend aus Guido Bumann, Matthias Bungert, Wolfgang Helms (kooptiert), Dirk Kehrhahn, Frank Lexau, Marc Ramelow, Lisa Sachau (kooptiert) und Frederike Zoller (kooptiert), wurde einstimmig gewählt. Marc Peters schied aus dem Vorstand aus. Als Rechnungsprüfer wurden Christel Storm und Rainer Wilke einstimmig gewählt. Carsten Junge schied als Rechnungsprüfer aus.

Vorstandsarbeit

Im Jahr 2024 fanden fünf Vorstandssitzungen statt. Ein großes Thema, welches sich durch die ersten beiden Vorstandsitzungen zog, war die Planung des 25-jährigen Jubiläums des Stadtmarketings und dessen Umsetzung.

Neben einem Vortrag von Frau Mangels und Frau Rottbeck vom Amt für Projektentwicklung Krückau-Vormstegen der Stadt Elmshorn in der Sitzung im September, beschäftigte sich der Vorstand mit der Thematik der Erneuerung der Weihnachtsbeleuchtung, die 2025 ansteht und der Abwicklung über PACT VIII.

Ebenfalls im September wurde dem Vorstand der neue Online-Shop für die neue Supernormal Souvenir-Reihe durch Denise Mertens vorgestellt.

Im Jahr 2024 durfte der Vorstand in den Räumen von Ehler Ermer und Partner, bei Teppich Kibek, im Rathaus und im Flora Info-Treff tagen. An dieser Stelle vielen Dank an Ehler Ermer und Partner, Lisa Sachau, Dirk Kehrhahn und die Stadt Elmshorn für die Möglichkeit, die Räumlichkeiten nutzen zu dürfen.

Der engere Kreis des Vorstands, bestehend aus dem 1. Vorsitzenden Gunnar Scheele, Oberbürgermeister Volker Hatje und Geschäftsführerin Manuela Kase, tauschte sich zusätzlich in einem monatlichen Jour Fixe aus. Hier wurden aktuelle Fragen geklärt und Vorstandssitzungen vorbereitet.

WORKSHOPS, ARBEITSKREISE, SITZUNGEN UND JOUR FIXE TERMINE

Externe Meetings

Zukunftsforum Rissen: Am 13. Februar war Geschäftsführerin Manuela Kase zum Zukunftsforum Rissen eingeladen, um als Expertin über den Umgang mit zunehmenden Leerständen und Maßnahmen zur Gestaltung des strukturellen Wandels der Innenstädte zu berichten.

Arbeitskreis Handel: Am 04. Juni nahmen Denise Mertens und Manuela Kase an der konstituierenden Sitzung des Arbeitskreis Handel der IHK in Kiel teil. Neben dem Austausch zur zukünftigen Gremienarbeit standen internationale Handelsthemen auf der Tagesordnung.

Anschließend führte Janine Streu, Citymanagerin bei Kiel-Marketing, die Teilnehmer durch die Kieler Innenstadt, stellte die Umgestaltung des Kleinen Kiel vor und berichtete über die Pläne für den Kehdenstraße-Küter-Kiez.

Ausschuss-Sitzung für Handel und Stadtentwicklung der IHK Flensburg: In der konstituierenden Sitzung des Ausschusses für Handel und Stadtentwicklung der IHK Flensburg hielt Manuela Kase am 11. Juni online einen Vortrag zu PACT (Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen).

Veranstaltung Kommunikation für einen starken Standort WEP Pinneberg in der Nordakademie: Am 12. Juni nahmen Manuela Kase und Denise Mertens die Einladung der WEP in die Nordakademie wahr, wo das Projekt zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts vorgestellt wurde. In der Veranstaltung wurde dafür geworben, vernetzt zu handeln und die Stärken des Kreises Pinneberg selbstbewusst zu kommunizieren. Über einen Content-Hub wurden den Akteuren, Kommunen und Stadtmarketing-Organisationen Informationen zur Verfügung gestellt.

Interne Meetings

Sitzung Initiative Elmshorn e.V.: Am 15. Mai nahmen Wolfgang Helms, Denise Mertens und Manuela Kase an einer Vorstandssitzung der Initiative teil, um über die Entwicklung der Stadtmarke zu berichten.

Beim Business Frühstück der Initiative Elmshorn in Schäfers Bistro am 05. Juni berichtete Denise Mertens über die Stadtmarke. Themen-Schwerpunkte waren die Entwicklung neuer, kreativer Souvenirs und der Aufbau eines Online-Shops.

Jour Fixe Wirtschaftsförderung: Einmal pro Woche trafen sich der städtische Wirtschaftsförderer Wolfgang Helms und Manuela Kase, um die Belange der Stadt und des Stadtmarketings, insbesondere in Bezug auf den Relaunch der Stadtmarke, miteinander abzugleichen und einen gemeinsamen Nenner zu finden. Zunächst wurden diese Treffen bis Ende März von Anke-Suzan Behrmann als Projektmitarbeiterin für die Stadtmarke begleitet. Ab Mitte April übernahm Denise Mertens, in ihrer Funktion als Projektmanagerin, diesen Part. Gemeinsam wurden die Grundsteine für viele neue Projekte, wie die neuen Supernormal Souvenirs, gelegt. Die Stadtmarke, sowie die Gestaltung und Umsetzung der neu geplanten Weihnachtsbeleuchtung waren die großen Themen dieser Termine. Auch die Vermietungssituation beschäftigte die Teilnehmer.

Projektgruppe Öffentlichkeitsarbeit Stadtumbau: Auch in 2024 tagte die Projektgruppe Öffentlichkeitsarbeit zum Stadtumbau auf Einladung von Morten Boysen an mehreren Terminen. Vornehmlich ging es um die Anmietung eines leerstehenden Ladenlokals in der Innenstadt, das als Informationsstelle für den Stadtumbau dienen soll. Hier stand das Stadtmarketing-Team mit Tipps passender Gewerbeflächen der städtischen Arbeitsgruppe zur Seite und sorgte für die Vermittlung eines Ladenlokals am Damm. Der regelmäßige Austausch dient auch dazu, die Parkraumsituation im Sanierungsgebiet zu diskutieren, die aufgrund der Baustellen ständigen Änderungen unterworfen ist.

In 2024 konnte außerdem mit dem Spatenstich zum Rathausbau im November ein Meilenstein erreicht werden.

AG Steindammpark: Die AG Steindammpark, in der Maßnahmen zur Aufwertung des Steindammparks entwickelt werden, tagte in 2024 an vier Terminen. Der Teilnehmerkreis umfasst Vertreter verschiedener Ämter der Stadt Elmshorn, Vertreter der Fraktionen und des Stadtmarketings. Die Leitung obliegt Stadtplaner Björn Landahl.

Informiert wurde in den Sitzungen über die laufenden Maßnahmen wie z.B. die zukünftige Nutzung des Cafés Ely.Sées, die Errichtung von Hinweistafeln und das Aufstellen von Hochbeeten. Das Stadtmarketing hat sich mit der Idee eines Fitness-Parcours im Park eingebracht und zu passenden Geräten recherchiert.

Des Weiteren setzte sich das Stadtmarketing in diesem Gremium für den Ausbau der Stromversorgung im Park ein. Hierzu fanden Gespräche zu Anforderungen bei der Stromversorgung mit Veranstaltern statt, die Interesse an der Bespielung des Parks haben. Auch Gespräche mit den Stadtwerken zur Vorbereitung eines Angebotes für die Schaffung eines Stromnetzes wurden vom Stadtmarketing geführt.
Die Beschlussvorlage hierzu, die im Oktober im Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt behandelt wurde, wurde aufgrund der hohen Kosten zunächst abgelehnt.

AG Abstimmung Innenstadtprogramm: Regelmäßig kamen Vertreter des Amts für Stadtentwicklung und Umwelt, der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketings zusammen, um sich über die Maßnahmen des Innenstadtprogramms abzustimmen. Hier galt es vor allem diese vor dem Hintergrund des ebenfalls im Rahmen des Innenstadtprogramms erarbeiteten Konzepts zur Multifunktionalen Innenstadt zu bewerten.

Vorbereitet wurde in diesem Gremium auch die Teilnahme Elmshorns an der Befragung zur vitalen Innenstadt, die jährlich vom Institut für Handelsforschung in zahlreichen Städten Deutschlands durchgeführt wird. Während die Teilnahme an der Studie in der Vergangenheit über das Stadtmarketing beauftragt wurde, übernahm das Amt für Stadtentwicklung 2024 den Auftrag und damit auch die Kosten für die Durchführung.

Fairtrade Steuerungsgruppe: An mehreren Terminen tagte 2024 unter der Leitung von Henk Louis Reinhard die Fairtrade Steuerungsgruppe, zu der auch das Stadtmarketing eingeladen ist.
Eines der Hauptthemen war die Rezertifizierung Elmshorns als Fairtrade town. Dieses Ziel konnte erreicht werden.

IG Holstenplatz: Die IG Holstenplatz tagte im März unter Beteilung von Stadtplanerin Jule Gehring bzw. Anne Florence Frey, die über die Pläne zur Entwicklung des Holstenplatzes und die Verlegung des Bahnhofs berichteten. Frau Gehring betonte die Bedeutung der Beteilung der anliegenden Gewerbetreibenden bei den Plänen zur zukünftigen Nutzung des Platzes und der angrenzenden Gebäude.

AG Citymanagement: Die AG Citymanagement setzt sich aus Akteuren verschiedener Organisationen und Vertretern der Eigentümerschaft und des Handels zusammen.

In der Sitzung der AG Citymanagement im Mai stellte Jule Gehring die Überlegungen zur Neugestaltung des Holstenplatzes und zur Verlegung des Bahnhofs vor.

Frau Kase berichtete in der Sitzung über aktuelle Veranstaltungen und Projekte in der Innenstadt. Insbesondere die über das Innenstadtprogramm finanzierten Maßnahmen wurden vorgestellt und deren Nutzen diskutiert.

Des Weiteren dient die Arbeitsgruppe dem Austausch zur aktuellen Vermietungssituation in der Innenstadt.

Ausschüsse und Fraktionen: Hauptausschuss am Dienstag 23.04.2024
Wolfgang Helms und Angelika von Bargen von der Wirtschaftsförderung der Stadt Elmshorn und Stadtmarketing-Geschäftsführerin Manuela Kase waren in die Hauptausschuss-Sitzung am 23. April zur Präsentation ihrer aktuellen Projekte eingeladen.

Manuela Kase warb in der Sitzung u.a. dafür, die erfolgreichen Maßnahmen, die im Rahmen des Innenstadtprogramms angestoßen wurden, fortzuführen und über einen kommunalen Zuschuss zu fördern.

Des Weiteren berichtete Geschäftsführerin Manuela Kase in Fraktionssitzungen der Linken am 15. April, der CDU am 21. Mai und des Bündnis 90 / Die Grünen am 20. Juni über die aktuelle Arbeit des Stadtmarketing Elmshorn.

PERSONAL
Zum 31. Mai schieden Thomas Becken und Anke-Suzan Behrmann aus. Beide waren im Rahmen der Stadtmarke ein Jahr lang, in befristeten Stellen, Teil des Teams. Anke-Suzan Behrmann hatte sich zudem um Teile der Pressearbeit und den Social-Media-Bereich gekümmert. Thomas Becken hatte das Gutschein Team bei der

Akquise neuer Teilnehmer, insbesondere im Bereich der digitalen Annahmestellen, unterstützt.

Am 15. April trat Denise Mertens ihre Stelle als Projektmanagerin der Stadtmarke in Vollzeit an. Sie brachte schon zu Beginn viele neue Impulse mit ein und trägt seitdem maßgeblich dazu bei, dass die Stadtmarke zunehmend präsenter wird. Mit der Entwicklung der neuen Supernormal Souvenirs und dem Start des Online-Shops, setzte sie, in enger Zusammenarbeit mit Andrea Backauf beim Erstellen des Online-Shops, ein großes Projekt um, welches sich zunehmender Beliebtheit erfreut.

Zum 01. Juli verstärkte Marie Masuhr das Veranstaltungsteam mit einer Vollzeitstelle. Eingebettet in ihre Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau beim Gartencenter Rostock machte Marie Masuhr im April 2023 ein zweiwöchiges Praktikum beim Stadtmarketing und überzeugte dabei sehr von sich, sodass sie nach Beendigung ihrer Ausbildung zum festen Bestandteil des Teams wurde.

Meret Backauf unterstützte das Team bis zum 30. Mai als Projektassistenz.

In einem erstmaligen Azubi Austausch mit der Firma Semmelhaack Wohnungsunternehmen bereicherten die Auszubildenden Rinora Ahmeti vom 11. März bis zum 19. April und Rick Gensch vom 25. April bis zum 31. Mai das Team. Der Austausch war für beide Seiten ein spannendes und fruchtbares Projekt.

Von Anfang Juni bis Ende September absolvierte Cenk Sezer ein Pflichtpraktikum über ein Semester beim Stadtmarketing Elmshorn im Rahmen seines Studiums Wirtschaftspsychologie an der FH Westküste Heide.

Marc Schaffrinna absolvierte sein Pflichtpraktikum (Praxissemester) im Rahmen seines Studiums Marketingmanagement an der Hochschule Harz, Wernigerode, vom 01. Oktober bis zum 31. Dezember und unterstützte das Team tatkräftig in der Weihnachtszeit.

Ein Schulpraktikum absolvierte der Schüler Ilyas Bjarne vom 15. bis zum 26. Januar.

Der Stamm der Aushilfen des Stadtmarketings blieb beständig und stellte auch in diesem Jahr eine große Unterstützung bei allen Veranstaltungen dar.

Bei jeder Veranstaltung unterstützte Marc Post das Team. Marc Post fotografierte, stellte die Fotos zur Verfügung und setzte diese Bilder über seine Social Media Accounts in Szene. Er ging dem Team ebenfalls gerne beim Abbau mit zur Hand.

Am 31. Dezember schieden Theresa Gördes als Veranstaltungskauffrau und Reinhard Manhold in seiner Funktion als City Service Kraft aus, da beide Stellen über das auslaufende Innenstadtprogramm finanziert wurden.

RÄUMLICHKEITEN

Die Eingangstür der Büroräumlichkeiten befand sich lange in einem desolaten Zustand, der seitens der Vermieterin nicht behoben wurde. Am 02. Oktober wurde eine neue Eingangstür eingebaut, die seitdem für einen warmen Empfangsbereich im Winter, zusätzlichen Schallschutz und mehr Licht sorgt.

Verabschiedung von Praktikant Cenk © Stadtmarketing Elmshorn

VEREINSMITGLIEDER

MITGLIEDERSTAND

Mit Stand Dezember 2024 zählte das Stadtmarketing Elmshorn 36 Mitgliedschaften, in die 40 Unternehmen eingebunden sind und die sich wie folgt aufteilen: 28 Vollmitglieder und 8 Fördermitglieder.

Nils Weiß kündigte seine Fördermitgliedschaft zum 31. Dezember. Die Walter Burmester GmbH trat 2024 als Vollmitglied bei.

VORSTAND

Gunnar Scheele (1. Vorsitzender ab JHV 2024)
Volker Hatje (Stellvertretender Vorsitzender)
Guido Bumann
Matthias Bungert
Wolfgang Helms (kooptiert)
Dirk Kehrhahn
Frank Lexau
Marc Peters (aus dem Vorstand ausgeschieden ab JHV 2024, weiterhin Mitglied)
Marc Ramelow (1. Vorsitzender bis JHV 2024, weiterhin Vorstandsmitglied)
Lisa Sachau (kooptiert)
Frederike Zoller (kooptiert)

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Manuela Kase

MITGLIEDER

A. Beig Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG
ASB RV Pinneberg-Steinburg
Autohaus Elmshorn GmbH & Co. KG
Beef und Siegel UG
Prof. Dr. Lars Binckebanck
Walter Burmester GmbH
Frank Büntjen
City Passage GmbH
Ehler Ermer & Partner mbB
famila Elmshorn
Buchhandlung Kurt Heymann
Sarja Hainke
Jörg Hoffmann
Holz Junge GmbH
IG Holstenplatz

- Juwelier Köhncke
- Lederwaren Liedtke
- NOT NAKED by lisan
- Schuh Eggers

IHK zu Kiel, Zweigstelle Elmshorn
Initiative Elmshorn e.V.
Dr. Kersig Wohnungsbaugesellschaft mbH & Co. KG
Peter Lund
May & Olde GmbH Filiale Elmshorn
Klaus Merse Verlag GmbH & Co. KG
Modehaus Ramelow/ Gustav Ramelow KG
Mutual GmbH & Co. KG
Optiker Schönberg
Privapo Elmshorn OHG Privilegierte Apotheke am Wedenkamp
Prof. Dr. Klaus Pannen
Marco Petersen
Wohnungsbaugesellschaft m.b.H Th. Semmelhaack
Sparkasse Elmshorn
Stadt Elmshorn

Stadtwerke Elmshorn
Christel Storm
Stubenrauch & Collegen eGbR
Teppich-Kibek GmbH
VR Bank in Holstein eG
Nils Weiß
Silke Zoller

Vorstandsmitglieder und Geschäftsführung v. l. n. r.: Marc Ramelow, Manuela Kase, Gunnar Scheele, Dirk Kehrhahn, Frank Lexau, Wolfgang Helms, Guido Bumann, Volker Hatje, © Stadtmarketing Elmshorn

Stadtmarketing
Elmshorn

Stadtmarketing Elmshorn e.V.
Schulstraße 13a
25335 Elmshorn

Tel 04121-266 074
Fax 04121-266 075
info@stadtmarketing-elmshorn.de
www.stadtmarketing-elmshorn.de

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

Elmshorn.
Supernormal.