

Stadtmarketing ELMSHORN

Jahresbericht 2025

Unsere Projekte

& Aktivitäten



Elmshorn.
Supernormal.



Stadtmarketing
Elmshorn

INHALTSVERZEICHNIS

Inhalt	01
Grußwort	02
Geschäftsführung	03
Stadtmarke	05
Social Media	08
Projekte	10
City Online Guide	10
Elmshorn Gutschein	11
Summerlounge	12
Veranstaltungen	13
Shopping Sonntage	13
Elmshorner Musiknacht	15
Picknick-Open-Air Kino	17
Messe Berufe live	18
Stadtwerke Eisvergnügen	18
Lichtermarkt	21
Weiterführende Maßnahmen Innenstadtförderprogramm	25
Frequenzzählungen	25
Zwischennutzungen	25
Inszenierung & Aufenthaltsqualität	26
Summer in the City - Friday Flair	28
PACT	30
Händlertreffen	33
Internes	33
Vereinsmitglieder	36
Mitgliederstand	36
Mitglieder	37

GRUSSWORT

Liebe Mitglieder,

mit unserem Jahresbericht 2025 möchten wir Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Aktivitäten, Projekte und Veranstaltungen geben, die im vergangenen Jahr vom Team des Stadtmarketing Elmshorn geplant, koordiniert und erfolgreich umgesetzt wurden.

Das vergangene Jahr war geprägt von einem Wechsel in der Geschäftsführung. Ein solcher Übergang ist stets mit Veränderungen verbunden – umso mehr freuen wir uns, dass dieser Prozess reibungslos gestaltet werden konnte. Dank des engagierten Einsatzes unseres gesamten Teams und der Unterstützung durch Sie, unsere Mitglieder, konnten alle geplanten Projekte wie vorgesehen realisiert und neue Impulse gesetzt werden. Ein zentraler Schwerpunkt blieb die Weiterentwicklung unserer Stadtmarke sowie die Stärkung des Standorts Elmshorn. Bewährte Veranstaltungsformate – darunter die Elmshorner Musiknacht – sorgten erneut für positive Resonanz und eine lebendige Innenstadt.

Ein Herzensprojekt im vergangenen Jahr war die Veröffentlichung des neuen Elmshorn Kochbuchs, das in der Vorweihnachtszeit erschien. Die Rezepte stammen von Vereinen, engagierten Bürgern sowie von Elmshornern mit internationalen Wurzeln. So ist ein Kochbuch entstanden, das die kulinarische, kulturelle und gesellschaftliche Vielfalt unserer Stadt widerspiegelt. Es steht für Offenheit, Austausch und gelebtes Miteinander – und zeigt, wie bereichernd Diversität für unsere Gemeinschaft ist.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung und freuen uns darauf, auch im kommenden Jahr gemeinsam an einem attraktiven und lebendigen Elmshorn zu arbeiten.



Gunnar Scheele
1. Vorsitzender



Ralf Hots-Thomas
Geschäftsführer

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Zum 31. Mai schied Manuela Kase auf eigenen Wunsch aus dem Stadtmarketing aus, um sich künftig der Stiftungsarbeit bei der Organisation „Steps for Children“ zu widmen.

Über einen Zeitraum von 17 Jahren hat Manuela Kase als Geschäftsführerin das Stadtmarketing mit außergewöhnlichem Engagement, Weitblick und Tatkraft beeinflusst. Ausgehend von einem zweiköpfigen Team entwickelte sie die Organisation zu einer leistungsstarken Einheit mit zehn Mitarbeitenden. In dieser Zeit initiierte und begleitete sie zahlreiche Veranstaltungen und Projekte, die das Stadtbild nachhaltig bereichert und vielen Menschen bleibende Erinnerungen beschert haben.

Im Anschluss an die Jahreshauptversammlung am 28. Mai 2025 wurde Manuela Kase im feierlichen Rahmen auf der MS Klostersande verabschiedet. Mitglieder, Freunde und Förderer des Vereins würdigten ihr Wirken bei gutem Essen und musikalischer Begleitung. Besonders bewegend waren die persönlichen Worte von Manuela Kase selbst sowie die Anerkennung Ihrer Arbeit durch den amtierenden und die ehemaligen Vorstandsvorsitzenden.

Der Verein spricht Manuela Kase für die langjährige, vertrauensvolle und außerordentlich kreative Zusammenarbeit seinen aufrichtigen Dank aus. Ihr Wirken hat das Stadtmarketing nachhaltig geprägt und wird weit über ihre Amtszeit hinaus Bestand haben.



© Stadtmarketing Elmsborn



© Stadtmarketing Elmshorn

Zum 1. August 2025 übernahm Ralf Hots-Thomas die Position des Geschäftsführers im Stadtmarketing. Der 63-jährige gebürtige Bremer verfügt über umfangreiche Fachkenntnisse und langjährige Erfahrung im Bereich des Stadtmarketings.

Nach seiner Ausbildung zum Schauwerbegestalter absolvierte er ein Studium der Wirtschaftswissenschaften mit dem Schwerpunkt Marketing und Kommunikation in Berlin, das er als Diplom-Kommunikationswirt abschloss. In den vergangenen zwei Jahrzehnten war Hots-Thomas in verantwortungsvollen Positionen tätig, unter anderem als Geschäftsführer von Kiel-Marketing e. V., der Lüneburg Marketing GmbH sowie der Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH. Zuletzt leitete er den Fachdienst Kultur und Sport der Stadt Neumünster. Sein beruflicher Werdegang ist geprägt von einer besonderen Affinität zum stationären Einzelhandel sowie von einer engen Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren und Partnern.

„Elmshorn verfügt über großes Potenzial, das ich gemeinsam mit den Menschen vor Ort sichtbar machen und weiterentwickeln möchte. In meiner Rolle sehe ich mich als Netzwerker und Gestalter für ein lebendiges Stadtleben, einen starken Handel und eine zukunftsorientierte Innenstadtentwicklung. Ich freue mich darauf, gemeinsam mit dem engagierten Team Bewährtes zu festigen, neue Impulse zu setzen und nachhaltige Projekte zu gestalten.“



© Simon Heydorn

STADTMARKE

Die Stadtmarke Elmshorn. Supernormal. wurde unter der Federführung von Denise Mertens konstruktiv weiterentwickelt und 2025 durch wirkungsvolle Maßnahmen und Projekte gestärkt.

KOCHBUCH Elmshorn. Superlecker.

Ein zentraler Meilenstein war die Veröffentlichung des Kochbuchs Elmshorn. Superlecker., das am 24. November im Rahmen einer Auftaktveranstaltung in der Weißen Villa präsentiert wurde. Ausgewählte Rezepte, die als Fingerfood zur Verkostung angeboten wurden, rundeten die Veranstaltung ab.

Das Kochbuch stellt Elmshorner Persönlichkeiten, ihre vielseitigen Geschichten und Rezepte in den Mittelpunkt. Auf 140 Seiten vereint es 65 Rezepte von insgesamt 68 Mitwirkenden und integriert dabei konsequent die visuelle Identität der Stadtmarke. In der Vorweihnachtszeit konnten 436 Exemplare über den Onlinehandel sowie über 14 lokale Verkaufsstellen abgesetzt werden.

Während der Entstehungsphase des Kochbuchs wurden die Teilnehmenden gezielt in den Kommunikationsprozess eingebunden. In Interviews sowie beglei-

tenden Fotoaufnahmen beim Einkauf und Kochen wurden persönliche Einblicke in ihre Geschichten und Rezepte gegeben. Diese Inhalte wurden fortlaufend über die Social-Media-Kanäle veröffentlicht und sorgten für eine authentische und kontinuierliche Sichtbarkeit des Projekts. Parallel dazu wurde das Kochbuch in der regionalen Presse umfassend vorgestellt: Insgesamt drei ausführliche Zeitungsberichte mit jeweils ganzseitiger Platzierung trugen maßgeblich zur Steigerung der öffentlichen Aufmerksamkeit bei. Durch ihre aktive Mitwirkung entwickelten sich die Teilnehmenden selbst zu glaubwürdigen Multiplikatoren und Mikro-Influencern. Sie stärkten die Reichweite und Identifikation mit der Stadtmarke sowie dem Kochbuchprojekt nachhaltig.



Diese Teilnehmer sind beim Elmshorner Kochbuch-Projekt bereits dabei: Dieter Hillebrecht (v.l.), Simon Heydorn und Kathrin Rhinow.
Foto: Stadtmarketing Elmshorn

Von vegan bis traditionell: Teilnehmer für neues Elmshorn-Kochbuch gesucht

ELMSHORN Kochen und gemeinsam Essen verbindet. Das möchte Denise Mertens (Foto) vom Elmshorner Stadtmarketing gern in einem neuen Kochbuch zeigen. „Zigal, ob ein romantisches Dinner zu zweit, das Familienessen oder ein geselliger Abend mit Freunden“. Das übergeordnete Motto lautet „Elmshorn. Superlecker“. Mertens möchte die Bürger der Stadt zum Mitmachen animieren. „Es sollen nicht nur Leute sein, die man eh schon kennt“, betont sie. Sondern eher Menschen, die nicht so im Rampenlicht stehen.“

Das Projekt war Bestandteil ihrer Bewerbung beim Stadtmarketing. Seit einem Jahr ist sie nun Teil des Teams. Bereits elf Menschen hat sie zu Hause besucht und ihnen beim Kochen über die Schulter geschaut. Insgesamt sollen es an die 40 Teilnehmer werden. „Wir suchen Menschen, die eine Leidenschaft fürs Kochen haben“, erklärt Mertens. Einfluss auf die Rezeptwahl wird seitens des Stadtmarketings nicht genommen. „Bisher sind es ganz unterschiedliche Gerichte“, erzählt Mertens. Von vegan bis Graue Erbsen. Von Sushi bis American Cookies. Es muss keine Haute Cuisine sein. „Der Termin dauert maximal eineinhalb Stunden“, berichtet Mertens aus Erfahrung. Es werden Fotos beim Kochen gemacht und die Teilnehmer erklären ihren Bezug zu dem Gericht und ihre Verbundenheit zu Elmshorn. Die Köche müssen nicht zwingend direkt in Elmshorn wohnen, auch die nähere Umgebung ist erlaubt. Wahl-Elmshornerin wie Kathrin Rhinow, die gebürtig aus Sachsen stammt, sind ebenso herzlich willkommen.

„Es geht um die Vielfältigkeit der Stadt, die sich auch beim Thema Kochen zeigt“, sagt Mertens. Wer Lust hat, dabei zu sein, bewirbt sich einfach mit einem Rezept. Wenn es klappt, kommt Mertens in die heimische Küche. Küchenhelfer und Gäste dürfen bei dem Termin gern dabei sein. Auch Teams können sich anmelden.

Mertens übernimmt am Ende auch die grafische Gestaltung des Buches. Zum Erscheinen des Kochbuches ist eine Abschlussveranstaltung mit allen Beteiligten geplant, bei der auch gemeinsam gegessen werden soll. Als Dankeschön bekommen alle Teilnehmer eine gebundene Ausgabe geschenkt. **nw**

➔ Für eine Anmeldung oder Fragen steht Denise Mertens unter der Telefonnummer 04121 26607470 oder per E-Mail an.mertens@stadtmarketing-elmshorn.de zur Verfügung.

Elmshorner Nachrichten, 06.05.2025

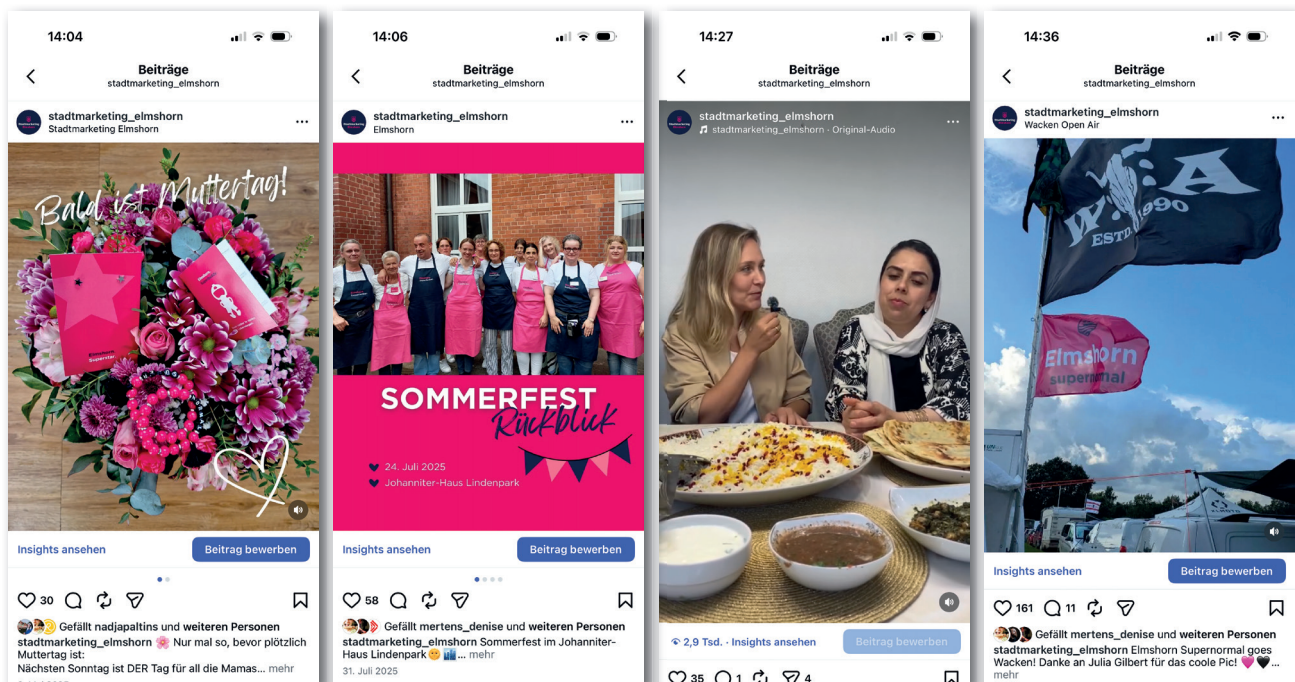
POLITIK

Die strategische Positionierung der Stadtmarke wurde zudem in die politischen Gremien eingebracht. Am 11. November 2025 fand eine gemeinsame Präsentation bei der CDU-Fraktion statt, bei der Wolfgang Helms die Projekte der Wirtschaftsförderung und Ralf Hots-Thomas die des Stadtmarketings vorstellten. Im Anschluss präsentierte Denise Mertens die Markenstrategie.

SOUVENIRS

Auch beim Souvenirverkauf konnten messbare Erfolge erzielt werden: Die im November 2024 eingeführten Supernormal-Souvenirs generierten zusammen mit dem Kochbuch Einnahmen in Höhe von über EUR 12.000. Der Verkauf erfolgte kontinuierlich über den Onlineshop sowie verschiedene lokale Verkaufsstellen.

Die kommunikative Begleitung der Souvenirs wurde gezielt über Social Media umgesetzt, unter anderem durch Gewinnspiele und niedrigschwellige Einbindung in Videoformate. Beispiele hierfür sind Beiträge vom Wochenmarkt unter dem Motto „Supermarkt. Aber anders“, die mit der Markenbotschaft „...supernormal in Elmshorn“ abgeschlossen wurden.



Posts zum Thema Stadtmarke, v. l. n. r. - Souvenirs, Kooperation, Interview Kochbuch, Supernormal goes Wacken
© Stadtmarketing Elmshorn

ÖFFENTLICHER RAUM

Ergänzend dazu wurde die Präsenz der Stadtmarke im öffentlichen Raum kontinuierlich ausgebaut – unter anderem durch Schaufensterinszenierungen am Damm 1 sowie im ehemaligen C&A-Gebäude am Alten Markt und durch die Einbindung in diverse Veranstaltungen.

SOCIAL MEDIA

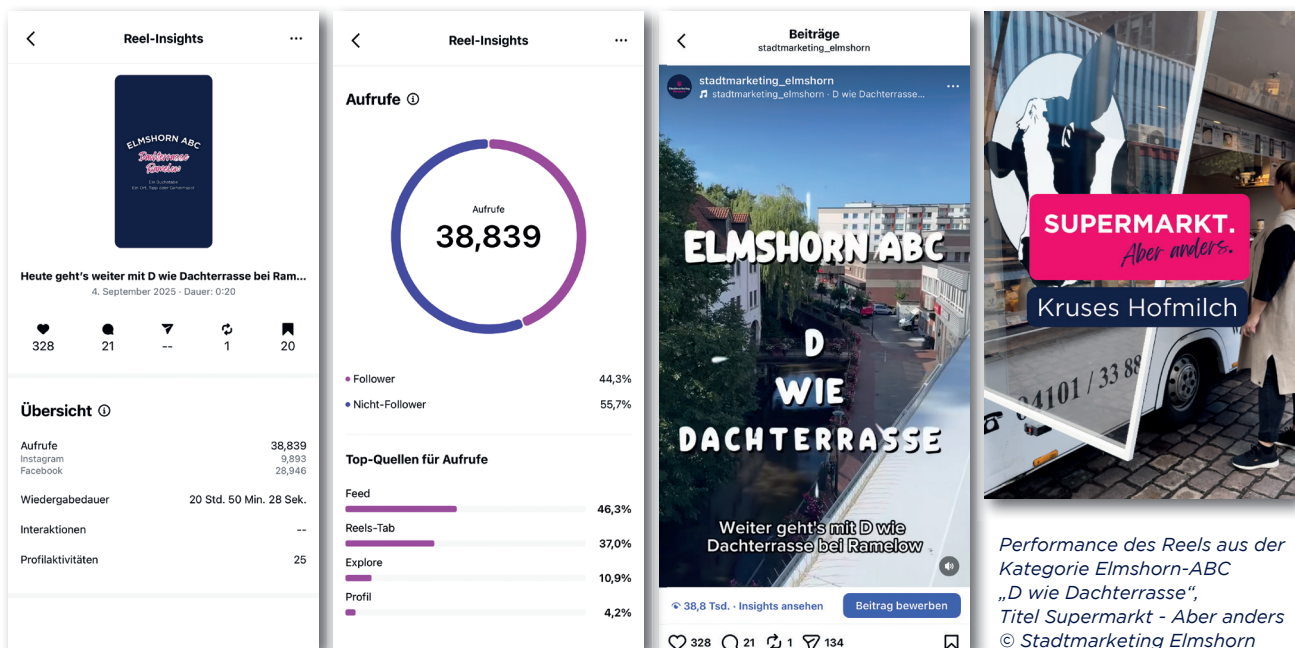
OPTIMIERUNG DER SOCIAL-MEDIA-PERFORMANCE

2025 wurde die Content-Strategie vermehrt auf Bewegtbildformate ausgerichtet, insbesondere auf performancestarke Reels. Serienformate erwiesen sich dabei als besonders erfolgreich, allen voran die Formate „Elmshorn-ABC“ sowie „Supermarkt – Aber anders“. Letzteres setzte auf regelmäßige, wiederkehrende Besuche des Wochenmarkts, bei denen einzelne Stände gezielt vorgestellt wurden. Ergänzend konnte durch den Einsatz von Kooperationsposts die organische Reichweite signifikant gesteigert werden.

Zur Reichweitenausdehnung wurden Veranstaltungen gezielt über die „Aktuelles“-Bereiche bei WhatsApp distribuiert, um zusätzliche Zielgruppen auch außerhalb Elmshorns zu erreichen (Cross-Posting / dezentrale Content-Verbreitung).

BESTE PERFORMANCE

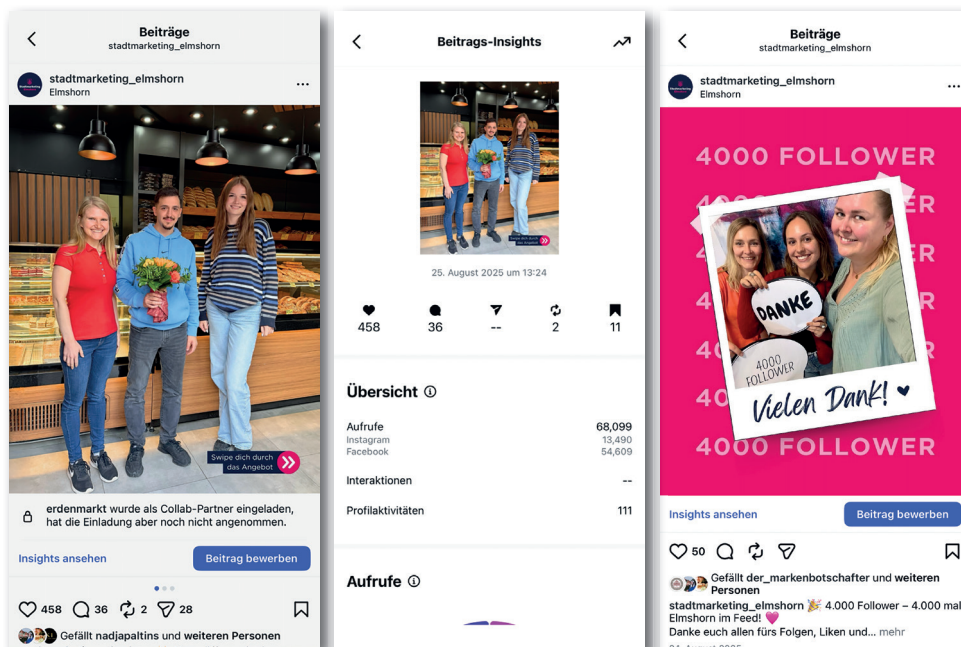
Im Bereich Reels erzielte das Format „Elmshorn-ABC“ die stärkste Performance. Spitzenreiter war die Folge „D wie Dachterrasse“ mit der Vorstellung der Dachterrasse im Modehaus Ramelow. Das Reel erreichte 38.839 Views, 328 Likes und 21 Kommentare sowie eine überdurchschnittlich hohe Non-Follower-Rate von 55,7 %,



Im Feed-Bereich wurden die Reichweiten der Reels durch aufmerksamkeitsstarke Beiträge zu Neueröffnungen teilweise übertroffen. Besonders hervorzuheben ist der Post zur Eröffnung des Backhauses Erden mit 68.099 Aufrufen, 458 Likes und 36 Kommentaren.

FOLLOWER

Im August konnte das Stadtmarketing 4.000 Follower auf Instagram verzeichnen. Die Zahlen wachsen weiterhin stabil. Für 2026 sollen 5000+ Follower geschafft werden. Ende des Jahres konnten wir einen Zuwachs von 1.200 Followern auf Instagram verzeichnen.



Performance des Post aus der Kategorie Neueröffnungen „Backwerk Erden“, Post 4.000 Follower © Stadtmarketing Elmshorn

PROJEKTE

City Online Guide

Seit der Einführung im Jahr 2017 durch das Stadtmarketing Elmshorn in Zusammenarbeit mit der Agentur SMP media wird das Online-Portal „City Online Guide“ kontinuierlich weiterentwickelt. Die Plattform umfasst inzwischen über 400 branchensortierte Einträge von Gewerbetreibenden und bietet ergänzend Informationen zu Veranstaltungen, Verkehr, Parken sowie Mietangeboten. Sie deckt die erweiterte Elmshorner Innenstadt sowie die angrenzenden Gewerbegebiete Sibirien und Grauer Esel ab. Seit Anfang 2025 liegt die Betreuung und Datenpflege des COG bei Malin Waldow, die als Projektmitarbeiterin neu beim Stadtmarketing angefangen hat. Auch im Jahr 2025 wurde das Portal laufend aktualisiert und optimiert; für 2026 ist eine weitere kontinuierliche Weiterentwicklung vorgesehen.



© SMP media

Elmshorn Gutschein

Der Elmshorn Gutschein verzeichnete im Jahr 2025 eine weiter zunehmende Etablierung im digitalen Bereich. Zusätzliche Annahmestellen erweiterten das Netzwerk für den digitalen Gutschein und trugen zu einer verbesserten Einlösbarkeit im Stadtgebiet bei.

Diese Ausweitung des Angebots wirkte sich positiv auf die Umsatzentwicklung aus: Das Volumen der eingelösten digitalen Gutscheine stieg im Jahr 2025 auf rund EUR 113.000. Auch im Bereich der Papiergutscheine zeigte sich nach einem Rückgang im Vorjahr wieder eine positive Entwicklung. Mit einem Gesamtumsatz von EUR 463.545 konnte eine deutliche Verkaufssteigerung erzielt werden.

Die digitalen Arbeitgebergutscheine wurden ebenfalls verstärkt nachgefragt. Im Berichtszeitraum konnten zwei weitere Arbeitgeber für das Modell gewonnen werden. Damit wurde das Angebot, Mitarbeitenden steuer- und sozialabgabenfreie Sachzuwendungen in Form monatlich aufladbarer Gutscheine bereitzustellen, weiter ausgebaut.

Papiergutscheine waren im Jahr 2025 an vier Verkaufsstellen erhältlich: bei der Hauptstelle der Sparkasse Elmshorn, bei Teppich Kibek, Lederwaren Liedtke sowie in der Tourismusinformation des Verkehrs- und Bürgervereins Elmshorn im Torhaus am Probstendamm 7. Die Annahmestelle REWE schied aus dem System aus. Der Verkauf blieb dennoch stabil und verteilte sich gleichmäßig sowie reibungslos auf die bestehenden Verkaufsstellen.



© Stadtmarketing Elmshorn

Der Online-Shop ist über die Website des Stadtmarketing Elmshorn sowie über www.elmshorn-gutschein.de erreichbar.

Summerlounge

Seit zwölf Jahren bietet die Summerlounge im Skulpturengarten einen ruhigen Rückzugsort inmitten des Skulpturenparks. Die direkt an der Krückau gelegene Grünanlage lädt mit ihren farbenfrohen Liegestühlen zum Verweilen, Entspannen und Genießen ein und erfreute sich auch 2025 weiterhin großer Beliebtheit.

Im Jahr 2025 wurde das Team des Stadtmarketings erstmals durch Lennart Hillig unterstützt, der sich im Rahmen seines ehrenamtlichen Engagements über den Verein „Engagiert in Elmshorn“ einbrachte. In enger Abstimmung mit dem Veranstaltungsteam übernahm er die Betreuung der Summerlounge und trug so maßgeblich zur kontinuierlichen Pflege und Beseitigung des Angebots bei.

Dank der Unterstützung des Modehauses Ramelow konnte die Summerlounge erneut als attraktiver Aufenthaltsort etabliert und als ergänzendes Serviceangebot für die Elmshornerinnen und Elmshorner erfolgreich fortgeführt werden.



© Stadtmarketing Elmshorn

VERANSTALTUNGEN

Shopping Sonntage

Im Jahr 2025 öffnete das gesamte Stadtgebiet in Elmsborn an insgesamt vier Sonntagen seine Türen und bot den Besuchern ein abwechslungsreiches Einkaufserlebnis. Mit Besucherzahlen zwischen 15.000 und 17.000 Personen pro Veranstaltung konnte dabei eine Steigerung im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet werden.

Den Auftakt bildete am 5. Januar die traditionelle Eis-Party for Kids beim Stadtwerke Eisvergnügen auf der Eisbahn, die insbesondere Familien in die Innenstadt zog. Als Neujahrsgruß und Glücksbringer verteilten Schornsteinfeger Rosen an die Besucher. Trotz winterlicher Witterungsbedingungen und Schneefall nutzten zahlreiche Gäste die Gelegenheit, zwischen 12 und 17 Uhr die geöffneten Geschäfte zu besuchen.

Am 4. Mai verwandelte ein vielfältiges Straßenkunst- und Kulturfest die Innenstadt in eine lebendige Erlebnisfläche. Vereine und Kulturschaffende aus Elmsborn boten ein abwechslungsreiches Programm aus Musik, Kunst und Kultur, das sich ideal mit einem entspannten Einkaufsbummel verbinden ließ. Straßenmusiker sorgten an mehreren Standorten für gute Laune. Ergänzt wurde das kulturelle Angebot durch Infostände und Mitmachaktionen auf dem Alten Markt. Ein besonderes Highlight war die Entstehung eines Fotopoints im Bereich der Querstraße/Ecke Königstraße 36. Inspiriert durch die Stadtmarkte, kombiniert das großflächige Wandbild typische Elmsborner Stadtmotive mit norddeutschem Seeflair und bringt so Stadtgeschichte, den Hafen und die Stadtmarke mit moderner Streetart kunstvoll zusammen. Gestaltet von der regionalen Künstlerin Meike Schade, wurde das Motiv zu einem echten Blickfang und ist weiterhin ein beliebter Fotopoint.

Der Shopping Sonntag am 7. September stand im Zeichen des Sports und wurde in Kooperation mit der Stadt Elmsborn sowie dem EMTV durchgeführt. Unter dem Motto „Tag des Sports“ präsentierte sich die Innenstadt als offene Sportfläche mit zahlreichen Mitmachaktionen und Vorführungen, die zum Ausprobieren und Entdecken einluden. Besonders Familien haben die Mischung aus Sport, Einkaufsmöglichkeiten und Gastronomie begeistert aufgenommen. Der Lions Club Audita war

wieder mit seiner traditionellen Handtaschenverlosung auf dem Alten Markt dabei.

Den Abschluss bildete am 2. November der Shopping Sonntag unter dem Motto „Reise in die Genusswelt“, der traditionell den Übergang in die Vorweihnachtszeit markiert. Im Rahmen des Food Truck Festes auf dem Holstenplatz wurde mit Sitzgelegenheiten, Pflanzen und Liegestühlen ein einladendes Umfeld geschaffen, das zum Verweilen einlud. Vier der insgesamt 12 Foodtrucks waren erstmals dabei, während die etablierten Trucks erneut mit ihren bekannten Angeboten vertreten waren. Im Zuge des Shopping Sonntags begann zudem der Verkauf der Elmshorner Weihnachtskugel. Anlässlich des 125-jährigen Bestehens zeigte die Ausgabe 2025 die Gaststätte „Sibirien“ zum Jubiläum.

Auch die Geschäfte am Franzosenhof beteiligten sich im Mai, September und November mit eigenen Mitmachprogrammen, Live Musik sowie Food Trucks und trugen dazu bei, den Charakter der Shopping Sonntage im gesamten Stadtgebiet erlebbar zu machen.

Das Stadtmarketing Elmshorn e. V. bedankt sich bei allen beteiligten Händlern, Vereinen, Kulturschaffenden, Musikern sowie bei der Stadt Elmshorn für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und das gemeinsame Engagement, die Stadt lebendig und attraktiv zu gestalten.



© Ulf Marek



© Stadtmarketing Elmshorn

Elmshorner Musiknacht

Die 9. Elmshorner Musiknacht konnte im Jahr 2025 erneut einen Besucherzuwachs verzeichnen und die bereits hohen Zahlen des Vorjahres übertreffen. Mit nahezu 2.000 verkauften Eintrittsbändern setzte die Veranstaltung ihren erfolgreichen Wachstumskurs fort. In bewährter Kooperation mit dem Wein- und Schlemmerfest des Verkehrs- und Bürgervereins e. V. verwandelte sich die Elmshorner Innenstadt rund um den Alten Markt erneut in eine vielseitige Musiklandschaft. Zahlreiche Spielstätten luden dazu ein, unterschiedlichste Musikrichtungen zu entdecken und sorgten für ein abwechslungsreiches kulturelles Angebot.

Die feierliche Eröffnung der Musiknacht fand traditionell in der St. Nikolai-Kirche statt, wo Ray Cooper mit einem vielseitigen Repertoire eigener Kompositionen – von stimmungsvoll bis emotional – über 500 Besucher begeisterte. Insgesamt beteiligten sich erneut 20 Standorte an der Veranstaltung und präsentierten sowohl bewährte als auch neue Programmpunkte.

Den Höhepunkt des Abends bildete um 22.30 Uhr das Abschlusskonzert auf dem Alten Markt. Die Rockabilly Mafia begeisterte das Publikum mit einem energiegeladenen 90-minütigen Set, das den Platz zum Beben brachte. Mit einer Mischung aus bekannten und neuen Titeln unterstrich die Band eindrucksvoll ihren Ruf als feste Größe der Szene. Im Jahr 2025 feierte die Formation zudem ihr 30-jähriges Bestehen und wurde kurz zuvor mit dem Kulturpreis der Stadt Elmshorn ausge-



© Sven Herrmann



© Sven Rehder

zeichnet. Trotz einsetzenden Regens blieb das Publikum vor Ort und feierte ausgelassen unter dem Motto „Hier spielt die Musik“.

Im Vorfeld der Veranstaltung waren umfangreiche organisatorische Maßnahmen erforderlich. Insbesondere neue und verschärfte Sicherheitsauflagen der Stadt Elmshorn stellten die Beteiligten vor zusätzliche Herausforderungen. Dazu gehörten unter anderem die Festlegung und Einhaltung von maximalen Personenzahlen sowie detaillierte Vorgaben zu Brandschutzmaßnahmen und Fluchtwegen. Dank des engagierten Einsatzes aller Beteiligten konnten diese Anforderungen erfolgreich umgesetzt und die Durchführung der Veranstaltung sichergestellt werden.

Auch im Jahr 2025 wurde die Elmshorner Musiknacht durch zahlreiche Sponsoren unterstützt. Dazu zählten die Elbmarschen Apotheke aus Horst, die Provinzial-Versicherung Jan-Henrik Fock, Ernst-Peter Junge und Sascha Kreutz sowie die Walter Burmester GmbH. Erstmals übernahm zudem die Sparkasse Elmshorn das Sponsoring der Bühne. Allen Förderern gilt ein besonderer Dank für die Zusammenarbeit und ihre Unterstützung.

Als neue Locations konnten das Café YuNi, das Ladenlokal ehemals Bajazzo, Sempel Unverpackt und der StadtBLICK gewonnen werden.

Die Elmshorner Musiknacht feiert am 29. Mai 2026 ihr 10-jähriges Jubiläum.



© Sven Rehder



© Sven Rehder

Picknick-Open-Air Kino

Auch im Jahr 2025 bot das Picknick-Open-Air Kino im Skulpturengarten am Probstendamm erneut besondere Sommerabende in stimmungsvoller Atmosphäre. Bei frischem Popcorn von Pietro Cineri sowie Snacks und Getränken von Jim Coffey konnten die Besucher den Veranstaltungsort von seiner schönsten Seite genießen. Als verlässliche Sponsoren engagierten sich – wie bereits in den Vorjahren – das Autohaus Elmshorn, das Semmelhaack Wohnungsunternehmen sowie die Sparkasse Elmshorn.

Trotz wechselhafter Witterungsbedingungen im Verlauf des Sommers erfreute sich die Veranstaltungsreihe großer Beliebtheit. Alle Vorführungen waren wieder sehr gut besucht.

Am 27. Juni verzauberte „Der Buchspazierer“ das Publikum. Lorena, bekannt von „The Voice of Germany“, stimmte, gemeinsam mit Gitarrist Dennis Vahlen, im Duo musikalisch ein. Der 2. Termin am 11. Juli fand seinen Rahmen mit dem Film „We live in time“ und dem quiriligen Akustik Duo Lea&XANDI, die für gute Stimmung bei den Besuchern sorgten. Beim dritten und letzten Termin lachten, weinten und fühlten die Besucher bei dem Film „Eine Million Minuten“ mit. Den musikalischen Auftakt gab der Elmshorner Singer-Songwriter PARKER.

Alle gezeigten Filme zeichneten sich durch inhaltliche Tiefe aus und fanden großen Anklang beim Publikum. Ein besonderes Highlight stellten erneut die beliebten Picknickkörbe, gesponsort von familia, Hayunga's E-Center sowie REWE Kim Yannik Ide, dar. Diese wurden unter den Besuchern verlost.



© Sven Rehder



© Stadtmarketing Elmshorn

Messe Berufe live

Die „Messe Berufe live“ ging am 7. November in die 14. Runde. In Zusammenarbeit mit der Stadt Elmshorn entstand in einem 450 m² großen Messezelt auf dem Rathaus-Vorplatz und im Erdgeschoss des Rathauses eine Messe für Schüler ab der 8. Klasse. Dort informierten sie sich über Ausbildungsberufe und duale Studiengänge in Elms-

horn und Umgebung und konnten an vielen Messeständen die Arbeitsgeräte oder Produkte der Aussteller kennenlernen.

Auf fast 500 m² Standfläche waren rund 50 Aussteller mit Ständen von bis zu 30 m² vertreten. Neben Dauerausstellern wie beispielsweise den Stadtwerken Elmshorn, Loll Feinmechanik und den Regio Kliniken waren auch zehn neue Aussteller vor Ort – darunter in diesem Jahr aus Elmshorn Berner International, Cramer Möbel & Design, das Flora Gesundheitszentrum, Kühl Kranverleih, ORLEN Deutschland und VGR. Aber auch „O. S. Energy“ aus Glückstadt, ALDI und das DRK Steinburg waren 2025 mit an Bord.

Ein großer Dank geht an die Sponsoren: VR Bank in Holstein, Sparkasse Elmshorn, Stadtwerke Elmshorn, Regio Kliniken, Jacobs Douwe Egberts und Orlen Deutschland, durch die die Messe Berufe live erneut erfolgreich durchgeführt werden konnte.

Stadtwerke Eisvergnügen

Auch im Jahr 2025 stellte das Stadtwerke Eisvergnügen einen festen Bestandteil der winterlichen Veranstaltungslandschaft in Elmshorn dar. Auf einer 350 m² großen Echteisbahn hatten Besucher die Möglichkeit, ihre Runden zu drehen, erste Erfahrungen auf dem Eis zu sammeln oder die besondere Atmosphäre am Rande der Bahn zu genießen. Zur Eröffnung am 14. November zeigte sich das Wetter von seiner wechselhaften Seite, doch trotz Regens ließ sich das

Publikum die Veranstaltung nicht entgehen. Auch das Duo Flamba aus Hamburg beeindruckte mit einer eindrucksvollen Inszenierung aus Feuer- und LED-Elementen und sorgte für einen stimmungsvollen Auftakt.

DATEN UND FAKTEN

Insgesamt 23 Banden- und Kooperationspartner unterstützten die Eisbahn und gaben ihr im wahrsten Sinne des Wortes den passenden Rahmen. Viele der Beteiligten engagieren sich bereits seit der ersten Durchführung im Jahr 2008 und trugen auch 2025 maßgeblich zum Gelingen der Veranstaltung bei. Als Titelsponsor fungierten wieder die Stadtwerke Elmshorn. Die Dr. Kersig Wohnungsbaugesellschaft mbH & Co. KG sowie die Sparkasse Elmshorn haben die Veranstaltung als Hauptsponsoren unterstützt. Ohne dieses verlässliche Engagement wäre die Umsetzung des Stadtwerke Eisvergnügens nicht möglich.



© Ulf Marek



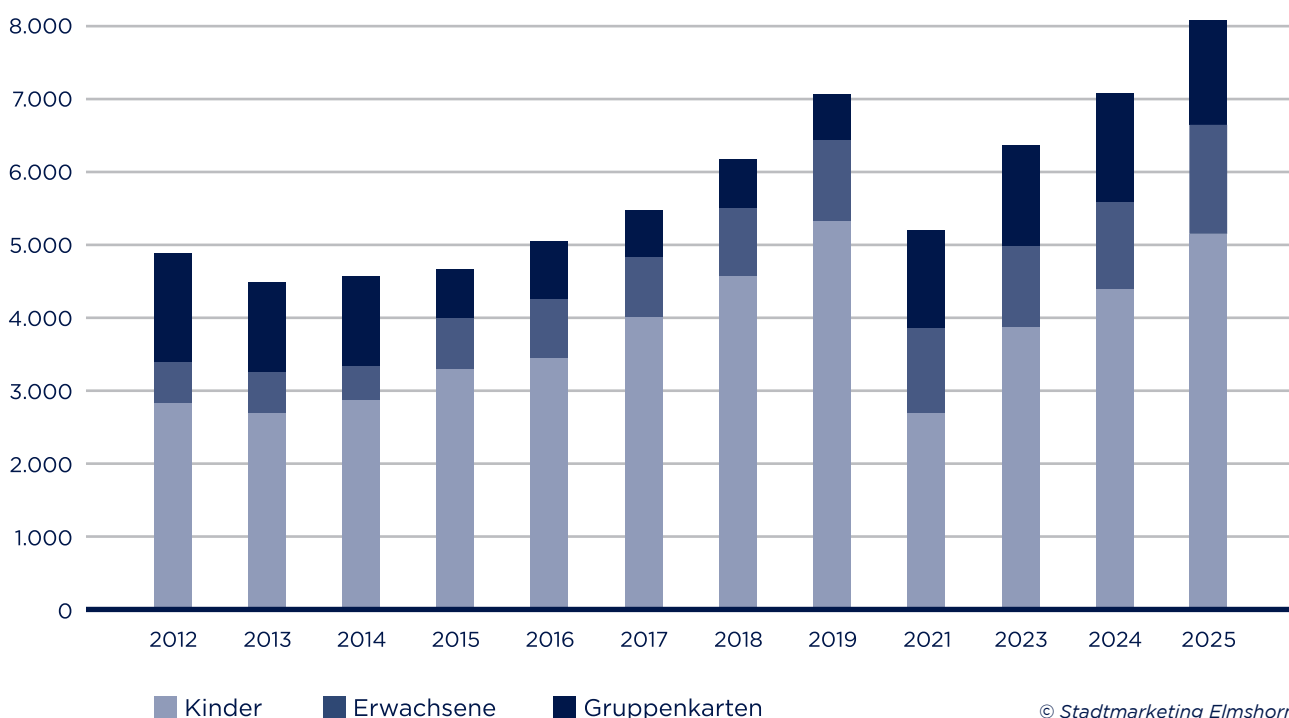
© Ulf Marek

GASTRONOMIE

Erstmals gestalteten Elena Eck und Marc Offermann aus Heide den gastronomischen Bereich am Kopf der Eisbahn. Rund um den Getränkewagen „Die kleine Weihnachtsschänke“ entstand eine einladende, weihnachtlich gestaltete Aufenthaltsfläche mit beheiztem Zelt sowie gemütlichen Außenplätzen. Lichtinstallationen

und dekorative Elemente sorgten für eine stimmungsvolle Atmosphäre. Das vielseitige Speisen- und Getränkeangebot wurde von Besuchern ebenso geschätzt wie von den Teilnehmenden der „Weihnachtsfeiern on Ice“, die das kulinarische Angebot rege nutzten.

Besucherzahlen Vergleich 2012 - 2025



EISSTOCKTURNIER

Das Eisstockturnier, organisiert durch den EMTV, zählte auch 2025 zu den Höhepunkten des Programms. Durch Bereitstellung von Bodenmatten und Pavillons für die Moderation konnte der Turnierbetrieb auch bei regnerischem Wetter reibungslos durchgeführt werden. Insgesamt nahmen 256 Teams teil, die von Montag bis Mittwoch in den Abendstunden bis zum 17. Dezember gegeneinander antraten. Unternehmen, Vereine und private Gruppen aus Elmshorn nutzten die Gelegenheit, sich sportlich zu messen – oftmals in kreativen Kostümierungen – und trugen so zu einer lebendigen und gemeinschaftlichen Atmosphäre bei.

WINTERWUNDERLAND

Ergänzend zur Eisbahn wurde der Holstenplatz erneut durch liebevoll gestaltete Elemente in ein Winterwunderland verwandelt. Die Polarhütte mit ihren charakteristischen Eisbären, sowie die Wolfsfamilie inmitten zahlreicher Tannenbäume schufen wieder eine märchenhafte Kulisse. Die Installation lud Besucher dazu ein, Erinnerungsfotos in winterlicher Atmosphäre aufzunehmen und trug damit wesentlich zur Aufenthaltsqualität bei.

Lichtermarkt

ERÖFFNUNG UND ENGELSFLUG

Der Lichtermarkt wurde am 24. November 2025 feierlich mit dem traditionellen Engelsflug eröffnet. Erstmals

erstrahlte in diesem Rahmen die neue Weihnachtsbeleuchtung und setzte die Innenstadt in ein stimmungsvolles Licht. Der Moment, in dem der Engel über den Alten Markt schwebte und mit einem Pyroeffekt das Signal zum Einschalten der Weihnachtsbeleuchtung gab, bildete erneut einen emotionalen Höhepunkt der Veranstaltung. Mehrere hundert Besucher versammelten sich, um dieses besondere Ereignis mitzuerleben. Im Anschluss sorgte der Singer-Songwriter Nick March mit einer Mischung aus weihnachtlichen Liedern und eigenen Kompositionen für musikalische Unterhaltung. Ein besonderer Dank gilt den beteiligten Unternehmen Kühl Kranverleih, Hamke Event & Messe, Stadtwerke Elmsborn sowie Helge Kühl Arbeitsbühnen, ohne die die Umsetzung nicht denkbar wäre.



© Stadtmarketing Elmsborn

GROSSE TANNE

Aufgrund neu definierter Rettungswege und Feuerwehrdurchfahrten wurde die Bodenhülse für die große Tanne in 2025 um einige Meter versetzt. Nach anfäng-



© Stadtmarketing Elmshorn

lichen Bedenken stellte sich der neue Standort als sehr gut geeignet heraus und die große Tanne integrierte sich wunderbar als Mittelpunkt des Lichtermarktes. Auch gestalterisch erfuhr sie eine Anpassung: Mit goldenen Kugeln, abgestimmt auf die neue Weihnachtsbeleuchtung, fügte sie sich zusammen mit den weißen Sternen harmonisch in das Gesamtbild ein. Die Tanne blieb über den Jahreswechsel hinaus bis zum Shopping Sonntag am 5. Januar 2026 aufgebaut und begleitete die Innenstadt stimmungsvoll in das neue Jahr.

FOTOPOINTS UND SCHAU- UND AUFENTHALTSHÜTTEN

Die Fotopoints, Schau- und Aufenthaltshütten waren auch 2025 wieder Bestandteil des Lichtermarktes und wurden an den bewährten Standorten aufgebaut. Das Hüttendorf wurde in diesem Jahr um ein zusätzliches gastronomisches Angebot mit polnischen Spezialitäten erweitert. Unsere langjährigen Betreiber sorgten erneut für eine vielfältige Auswahl an Speisen und Getränken.

ELMSHORNER ENGEL

Seit 2012 sind die Elmshorner Engel ein fester Bestandteil des Lichtermarktes. Auch 2025 bereicherten sie mit ihren festlichen Gewändern und leckeren Süßigkeiten die Veranstaltungen in der Adventszeit. An den vier Adventswochenenden waren sie in der Innenstadt unterwegs und erfreuten insbesondere Familien und

Kinder. Die Engel wurden auch 2025 aus zahlreichen Bewerbungen ausgewählt und waren ein beliebtes Fotomotiv für die Besucher.

WEIHNACHTSPARADE

Am Freitag, 12. Dezember 2025 zog die 12. Elmshorner Weihnachtsparade durch die Elmshorner Innenstadt. Ein bunter Mix aus Elmshorner Vereinen, professionellen

Stelzenläufern und dem Bärchenteam des Stadtmarketings machten die Parade zu einem weiteren Highlight des Elmshorner Winters. Für musikalische Akzente sorgten unter anderem die Trommelgruppe Bloco Alegria am Ende der Parade sowie weihnachtliche Klänge an der Spitze des bunten Zuges. Die Veranstaltung wurde erneut durch die VR Bank in Holstein und das Autohaus Elmshorn unterstützt.



© Stadtmarketing Elmshorn



© Stadtmarketing Elmshorn

WEIHNACHTSMANN-AUDIENZEN

An zwei Adventssamstagen, 13. und 20. Dezember, besuchte der Weihnachtsmann jeweils von 14 bis 16 Uhr persönlich den Alten Markt. Gemeinsam mit den Elmshorner Engeln empfing er zahlreiche Kinder in einer der Aufenthaltshütten. Die Kinder hatten die Möglichkeit, ihre Wünsche vorzutragen oder ein Erinnerungsfoto zu machen. Das Angebot wurde sehr gut angenommen und stieß auf strahlende Kinderaugen.

WEIHNACHTS4TEL

Erstmalig wurde eine Zusammenarbeit mit drei Mitgliedern des Kulturkombinats Elmshorn umgesetzt. Am 13. Dezember wurde in diesem Rahmen das „Elmshorner Weihnachts4tel“ durchgeführt. Parallel zum Lichtermarkt, auf dem der Weihnachtsmann präsent war, fand auf der MS Klostersande ein Adventsmarkt statt. Zudem wurde im Krankenhaus ein Handwerkermarkt angeboten, während der Apollokulturverein seine Veranstaltungsreihe „After Work“ im Krankenhausgarten in einer winterlichen Variante umsetzte. Alle vier beteiligten Akteure stellten Preise für ein gemeinsames Gewinnspiel zur Verfügung. Besucher konnten an allen vier Standorten eine versteckte „4“ suchen und die jeweiligen Fundorte auf einer Teilnahmekarte vermerken. Das Gewinnspiel wurde gut angenommen. Die Auslosung der Preise erfolgte unter Einbindung der sozialen Medien.

ELMSHORNER WEIHNACHTSKUGEL

Die 17. Elmshorner Weihnachtskugel bildete die Gaststätte Sibirien ab, die 2025 ihr 125-jähriges Jubiläum feierte. Die Gestaltung übernahm erneut die Künstlerin Imke Stolz, die mit viel Liebe zum Detail ein ansprechendes Design entwickelte. Die Kugel wurde zu einem Preis von EUR 9,90 angeboten und war ab dem vierten Shopping Sonntag am 2. November an den bekannten Verkaufsstellen in Elmshorn erhältlich.



© Imke Stolz

WEITERFÜHRENDE MASSNAHMEN INNENSTADTFÖRDERPROGRAMM

Frequenzzählungen

Die elektronischen Frequenzzählungen in der Innenstadt erweisen sich als zuverlässige Instrumente für eine fortlaufende Besucherstatistik.

Shopping Sonntage 2024 / 2025

Besucherzahlen

Messstandort Königstr. 63

Termin	2024	2025
Jan	8.211	10.753
Mai	13.295	17.070
Sep	14.721	14.781
Nov	15.233	15.549



© Stadtmarketing Elmshorn

Zwischennutzungen

KREATIVES ANGEBOT IN DER MARKTSTRASSE 18

Die Fläche des ehemaligen Pop Up HUUS in der Marktstraße 18 hat sich weiterhin erfolgreich als fester Standort des Keramik Pinselsaals etabliert. Wurde das Angebot im Rahmen des Pop Up HUUS in 2024 noch über das Stadtmarketing durch das Innenstadtförderprogramm unterstützt, konnte der Mietvertrag Anfang 2025 in ein eigenständiges langfristiges Mietverhältnis überführt werden. Als langfristig vermietete Nutzung stellt sie eine nachhaltige Bereicherung für die Elmshorner Innenstadt dar.

TINAS BASTELSTÜBCHEN IN DER KÖNIGSTRASSE 19

Das kleine Elmshorner Pop Up HUUS in der Königstraße 19 bot kreativen Ideen Raum und Tina's Bastelstübchen übernahm die Fläche langfristig. Dank der guten Zusammenarbeit zwischen Stadtmarketing Elmshorn, Borchert Immobilien und der Eigentümerin konnte Christina Schlüter die Geschäftsräume bis Ende 2025 anmieten. Ende Dezember verließ sie mit Ihrem Geschäft die Königstraße, um sich auf andere Konzepte zu konzentrieren.

VERSCHIEDENE NUTZUNGEN IN DER IN DER KÖNIGSTRASSE 53

Die bereits im Jahr 2024 genutzten Räumlichkeiten in der Königstraße 53 standen auch über den Jahreswechsel hinaus weiterhin zur Verfügung. So konnte unter anderem das „Get Together“ des Stadtmarketings zum Jahresbeginn 2025 in den Räumen stattfinden, die noch durch das besondere Flair der vorangegangenen Ausstellung geprägt waren.

Darüber hinaus wurden im Januar verschiedene Formate angeboten, darunter eine Kleidertauschparty, Workshops mit Maja Schnack sowie in Zusammenarbeit mit dem Kulturkombinat Elmshorn die Kulturmesse „Kultur findet Stadt“.



© Stadtmarketing Elmshorn

Im Rahmen der Zwischennutzung konnte eine nachhaltige Perspektive für die Räumlichkeiten entwickelt und der Kontakt zum Vermieter weiter gefestigt werden. In der Folge wurde eine dauerhafte Weitervermietung realisiert. Seit Juli 2025 ist Martinas Bastelparadies, zuvor in der Königstraße 20 ansässig, in die Fläche eingezogen und konnte dadurch seine Verkaufsfläche erweitern.

Inszenierung & Aufenthaltsqualität

LUFTRAUMDEKORATION

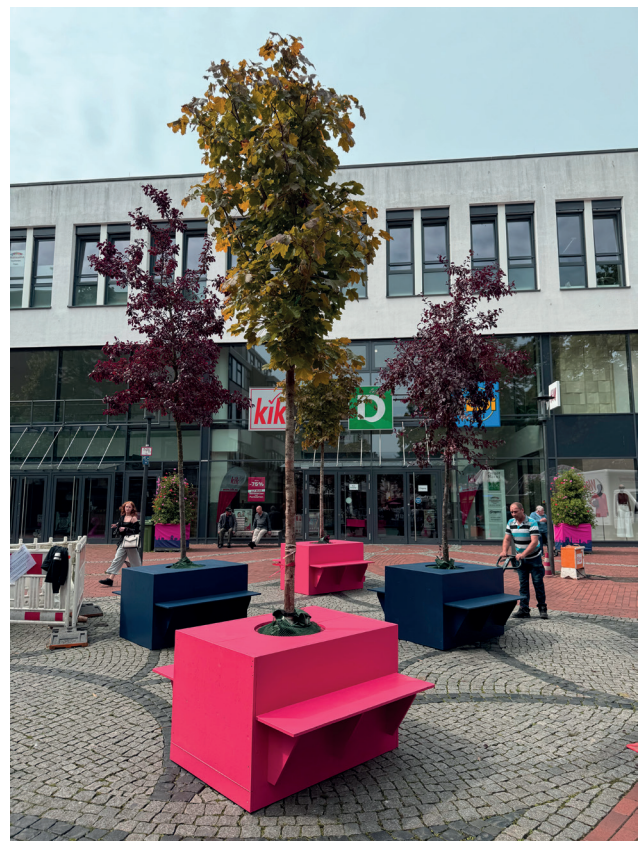
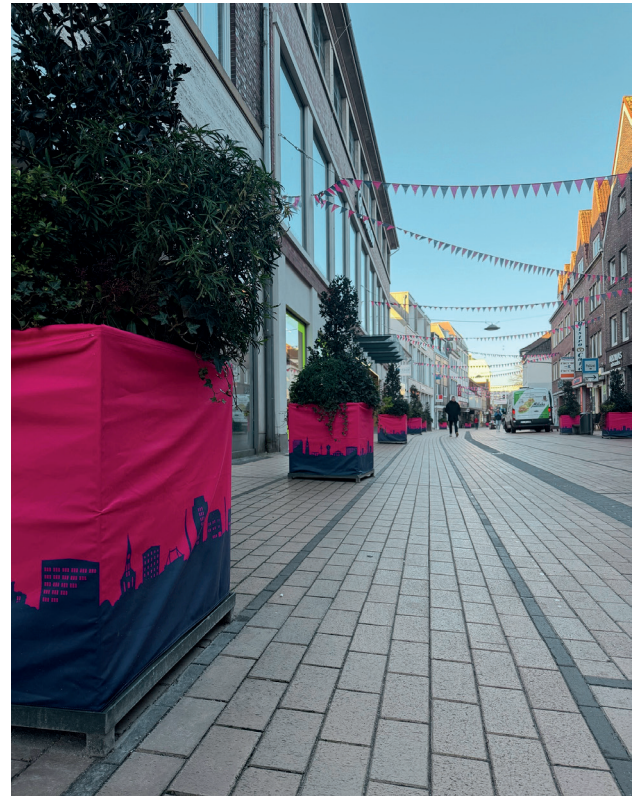
Im Jahresverlauf 2025 wurde die Elmshorner Innenstadt wieder durch eine wechselnde Luftraumdekoration atmosphärisch gestaltet. Im Frühjahr sorgten Wimpelketten in den Stadtmarken-Farben - abgestimmt auf die Hussen der Blumenkübel - für ein einheitliches und freundliches Erscheinungsbild. In den Sommermonaten wurde die Dekoration durch Gießkannen und Schmetterlinge ersetzt, die eine lebendige und leichte Stimmung vermittelten. Im Herbst

schließlich prägten Drachen und bunte Bast-Bälle das Stadtbild und unterstrichen die saisonale Veränderung. Die Luftraumdekoration leistete damit ganzjährig einen Beitrag zur Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt.

POP UP PARK

In 2025 wurde der Alte Markt in Elmshorn im August und September durch die temporäre Installation eines sogenannten Pop Up Parks sichtbar aufgewertet. Die Anlage, bestehend aus farblich markanten Sitzmodulen mit integrierter Begrünung, wurde über die Firma luminar Licht und Raumkonzepte e.K. angemietet und aufgebaut. Ziel war es, die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt weiter zu erhöhen und neue Impulse für die Nutzung des öffentlichen Raums zu setzen.

Die Kombination aus Sitzgelegenheiten und bepflanzten Elementen schuf eine einladende Atmosphäre und lud Passanten zum Verweilen ein. Der Pop Up Park wurde gut angenommen und diente als beliebter Treffpunkt im urbanen Raum. Insgesamt leistete die Maßnahme einen wichtigen Beitrag zur Belebung des Alten Marktes und unterstrich das Potenzial temporärer Stadtmöblierung als Instrument der Innenstadtentwicklung.



© Stadtmarketing Elmshorn

Summer in the City - Friday Flair

Die seit 2023 etablierte Veranstaltungsreihe „Summer in the City – Friday Flair“ wurde im Jahr 2025 konzeptionell weiterentwickelt. 2025 wurden zwei Veranstaltungen in diesem Format durchgeführt. Ziel war es, ein generationenübergreifendes Angebot zu schaffen, das bei Live Musik, vielfältiger Gastronomie und sommerlicher Atmosphäre ein gemeinsames „After-Work“-Erlebnis zum Start ins Wochenende ermöglicht.

Nach dem Auslaufen des Innenstadtförderprogramms im Jahr 2024 wurde für die erste Veranstaltung erstmals ein eigenständiges Sponsoringkonzept entwickelt, in dessen Rahmen die VR Bank in Holstein als Hauptsponsor gewonnen werden konnte. Die zweite Veranstaltung wurde aus Mitteln des Zuschusses der Stadt Elmshorn zur Weiterführung der Maßnahmen des Innenstadtförderprogramms finanziert.

FREITAG, 8. AUGUST 2025

Von 16 bis 21 Uhr erwartete die Besucher ein abwechslungsreiches Programm aus Live Musik, Streetfood und erfrischenden Getränken im Herzen der Innenstadt. Den musikalischen Auftakt gestalteten die Sängerin Enna und ihr Pianist Tim, die mit ihrem Auftritt für eine stimmungsvolle Eröffnung sorgten. Parallel dazu kamen die jüngeren Gäste bis 18 Uhr beim Kinderschminken sowie bei abwechslungsreicher Animation auf ihre Kosten.

Im weiteren Verlauf des Abends übernahm Lorena Daum gemeinsam mit Dennis Vahlen die Bühne. Die Künstlerin, bekannt aus dem Format „The Voice of Germany“, überzeugte mit einer eindrucksvollen Mischung aus kraftvollen Rockelementen und emotionaler Tiefe und zog das Publikum nachhaltig in ihren Bann.

Den musikalischen Höhepunkt bildete der Auftritt der Band 4HUGS ab 20 Uhr. Sie präsentierten einen charakteristischen Mix aus Rock- und Popklängen mit bluesigen Einflüssen und begeisterte sowohl mit eigenen Titeln als auch ausgewählten Coverstücken. Ergänzt wurde das Programm durch ein vielfältiges gastronomisches Angebot. Neben klassischen Streetfood-Gerichten wie Crêpes, Pommes

und Burgern standen auch internationale sowie vegetarische und vegane Speisen zur Auswahl. Eine breite Auswahl an Getränken rundete das Angebot ab. Zahlreiche Sitzgelegenheiten luden bei sommerlichen Temperaturen zum Verweilen auf dem Alten Markt ein.



© Stadtmarketing Elmsborn

FREITAG, 12. SEPTEMBER 2025

Der Auftakt der zweiten Veranstaltung erfolgte um 16 Uhr mit dem Künstler Nick March, der mit deutschsprachigen Songs überzeugte, die sowohl persönliche als auch gesellschaftliche Themen aufgriffen. Trotz anhaltenden Regenwetters fand sich ein engagiertes Publikum auf dem Alten Markt ein und honorierte den Auftritt mit großem Applaus.

Das parallel stattfindende Kinderprogramm wurde wetterbedingt flexibel angepasst und teilweise überdacht durchgeführt, so dass auch die jüngeren Besucher weiterhin aktiv am Geschehen teilnehmen konnten.

Ab 18.45 Uhr übernahm die JAM Band die Bühne. Mit einem vielseitigen Repertoire aus bekannten Pop- und Rocksongs in eigenen Arrangements sowie mit hoher musikalischer Qualität gelang es der Band, das Publikum zum Mitsingen und Tanzen zu animieren.

Auch an diesem Veranstaltungstag wurde das musikalische Angebot durch ein breit gefächertes gastronomisches Konzept ergänzt. Foodtrucks boten eine Auswahl an klassischen und modernen Speisen, einschließlich vegetarischer und veganer Optionen. Getränkeangebote sowie ausreichend Sitzmöglichkeiten sorgten trotz wechselhafter Wetterbedingungen für eine angenehme Aufenthaltsqualität. Insgesamt konnte die Veranstaltungsreihe „Summer in the City – Friday Flair“ im Jahr 2025 erfolgreich weiterentwickelt und als fester Bestandteil des sommerlichen Kulturangebots in der Elmshorner Innenstadt etabliert werden.



© Stadtmarketing Elmshorn

PACT

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 City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen durch Zusammenschlüsse von Gewer-

betreibenden oder Eigentümern, die sich gemeinsam für die Aufwertung von Innenstädten oder Straßenzügen einsetzen.

In Elmsborn 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 Elmsborn 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, die Marktstraße und den Damm und wurde 2007 das erste Mal umgesetzt. 2025 wurde die mittlerweile 18 Jahre alte Weihnachtsbeleuchtung durch eine neue und moderne Beleuchtungskonzeption ersetzt. Ein modernes Design, eine maßgebliche Gewichtsreduzierung der einzelnen Beleuchtungselemente sowie Leuchtkörper basierend auf LED-Neon-Flex-Lichttechnik, sind die wichtigsten Faktoren der neuen Weihnachtsbeleuchtung.

Auch die Fassade des ehemaligen Hertie Gebäudes am Alten Markt erhielt eine neue und zur Luftraumhängung passende Lichtgestaltung. Nach vielen Jahren erstrahlten auch die beiden Torbögen am Torhaus wieder in weihnachtlichem Glanz und stellten somit einen weiteren, beleuchteten Bezugspunkt in der Innenstadt dar.



@ Stadtmarketing Elmsborn

Einige Elemente der alten Beleuchtung wurden an den Apollo Kulturverein e. V. als Spende übergeben. Die Elemente werden dort zukünftig bei Veranstaltungen eingesetzt. Einige Elemente wurden über das Stadtmarketing Elmshorn versteigert. Der Erlös wurde als Spende an die Frauen*beratung Elmshorn weitergeleitet. Auch der Round Table Elmshorn führte eine Versteigerung für den guten Zweck durch.

PACT ZUR BEGRÜNUNG DER KÖNIGSTRASSE UND DES KRÜCKAU-UFERS

Der 2024 ebenfalls für fünf Jahre verlängerte PACT zur Begrünung der Innenstadt zauberte wieder ganzjährig ein buntes und frisches Ambiente in die Elmshorner Innenstadt. Bepflanzt wurden die Blumenkübel in der Königstraße und die Blumenkästen am Geländer der Straße Achtern de Kö und der Brücke zum Torhaus am Krückau-Ufer.

Durch ihre Zustimmung zu dieser erweiterten Maßnahme signalisierten die PACT-Mitglieder, dass sich die Begrünung nicht nur auf die Fußgängerzone bezieht, sondern sich im Hinblick auf den bevorstehenden Stadtumbau zum Buttermarkt hin weiter öffnet.



@ Stadtmarketing Elmshorn

Zusätzlich wurden die Blumenkübel in der Fußgängerzone mit dekorativen Motiv-Hussen ausgestattet, die saisonal variieren und das Gesamtbild abrunden.

HÄNDLERTREFFEN

Die Händlertreffen fanden am 27. März und am 27. Oktober im Personalkeller der Sparkasse statt. Im März wurden die Shopping Sonntage für 2026 festgelegt und im Oktober stellte sich Ralf Hots-Thomas als neuer Geschäftsführer des Stadtmarketings vor. Der geplante Vortrag von Frau Weinmann-Klinkow zum Thema Stadumbau entfiel kurzfristig. Herr Hots-Thomas informierte über kleinere Baumaßnahmen in der Innenstadt (bspw. die Vorbereitungsarbeiten für die versenkbaren Poller an den Ein- und Ausgängen der Fußgängerzone). Weiterhin berichtete er über kommende Projekte und Events die vom Stadtmarketing durchgeführt werden. Es fand ein reger Austausch mit dem Auditorium statt.

Die Shopping Sonntage im Jahr 2026 fallen auf den 4. Januar, 3. Mai, 6. September und auf den 1. November.

INTERNES

JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG STADTMARKETING ELMSHORN E. V.

Die Jahreshauptversammlung wurde am 28. April 2025 auf der MS Klostersande durchgeführt.

Der Vorstand setzte sich wie folgt zusammen. Gunnar Scheele bekleidet weiterhin den 1. Vorsitz, während Volker Hatje als Oberbürgermeister den 2. Vorsitz innehat. Darüber hinaus sind Guido Bumann, Matthias Bungert, Wolfgang Helms (kooptiert), Dirk Kehrhahn, Frank Lexau, Marc Ramelow, Lisa Sachau (kooptiert) und Frederike Zoller (kooptiert) im Vorstand vertreten.

Als Rechnungsprüfer wurden Marc Peters und Rainer Wilke einstimmig gewählt. Christel Storm schied als Rechnungsprüferin aus.

VORSTANDSARBEIT

Der Vorstand tagte 2025 jeweils in den Räumen von Ehler Ermer und Partner, der Walter Burmester GmbH und im Flora Info- Treff. An dieser Stelle bedanken wir

uns bei Ehler Ermer und Partner, bei Daniel Strelow und bei Dirk Kehrhahn, für die Bereitstellung der Räumlichkeiten.

Der engere Kreis des Vorstands bestehend aus dem 1. Vorsitzenden, Gunnar Scheele und dem stellv. Vorsitzenden OB Volker Hatje, tauschten sich zusätzlich in einem monatlichen Jour fixe mit der Geschäftsführung aus. Hier wurden aktuelle Themen besprochen und Vorstandssitzungen vorbereitet.

Während der Geschäftsführerfindung, in der Zeit vom 1. Juni bis 31. Juli, begleiteten die Vorstandsmitglieder Wolfgang Helms und Dirk Kehrhahn übergangsweise die Geschäfte des Stadtmarketing Elmshorn e. V.

WORKSHOPS, ARBEITSKREISE, SITZUNGEN UND JOUR FIXE TERMINE

Jour Fixe Wirtschaftsförderung

Einmal wöchentlich trafen sich der städtische Wirtschaftsförderer Wolfgang Helms, die jeweilige Geschäftsführung Manuela Kase sowie folgend Ralf Hots-Thomas und die Stadtmarkenmanagerin Denise Mertens, um über aktuelle Themen zum Stadtmarketing und der Stadtmarke zu sprechen.

AG Steindampark

Auch im Jahr 2025 nahm das Stadtmarketing an der AG Steindampark regelmäßig teil. In der AG Steindampark werden Maßnahmen zur Aufwertung der Parkanlage entwickelt. Der Teilnehmerkreis umfasst Vertreter verschiedener Ämter der Stadt Elmshorn, Vertreter der Fraktionen und des Stadtmarketings. Geleitet wird die AG von Stadtplaner Björn Landahl.

Fairtrade Steuerungsgruppe

An mehreren Terminen tagte 2025 unter der Leitung von Henk Louis Reinhard die Fairtrade Steuerungsgruppe, zu der auch das Stadtmarketing eingeladen war. Eines der Hauptthemen war die Rezertifizierung Elmshorns als Fairtrade town.

IG Holstenplatz

Die IG Holstenplatz tagte im März unter Beteiligung von Stadtplanerin Jule Gehring, die über die Pläne zur Entwicklung des Holstenplatzes und die Verlegung des Bahnhofs berichtete. Frau Gehring betonte u. a. die Bedeutung der Beteiligung der anliegenden Gewerbetreibenden bei den Planungen 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.

2025 fand im Mai eine Sitzung der AG statt, zu der u.a. ein Vortrag von Sybille Weinmann-Klinkow, Amtsleitung für Projektentwicklung der Stadt Elmshorn, zum Thema Stadtumbau gehalten wurde.

Im Anschluss fand ein reger Austausch zum Thema Parkkonzepte während des Stadtumbaus statt.

Ausschüsse und Fraktionen

Am 11. November stellten Ralf Hots-Thomas und Denise Mertens, zusammen mit Wolfgang Helms, Projekte, Maßnahmen und Veranstaltungen sowie die wesentlichen Konzeptbausteine zur weiteren Entwicklung der Stadtmarke in der Sitzung der CDU Fraktion vor.

Personal

Zum 1. Januar fing Malin Waldow beim Stadtmarketing Elmshorn im Projektmanagement an. Sie betreut seither den City Online Guide. Zusätzlich unterstützte sie das Team bei verschiedenen Veranstaltungen.

Zum 1. Februar begann die Auszubildende Livia Pauline Schoenert ihre Ausbildung als Verkaufsfrauen beim Stadtmarketing Elmshorn.

Vom 17. Februar bis 4. Juli unterstützte Gina Eileen Lange das Team im Rahmen eines Praktikums als Studierende der Fachhochschule Westküste im Studiengang Betriebswirtschaft tatkräftig.

Die langjährige Geschäftsführerin Manuela Kase beendete ihre Tätigkeit zum 31. Mai. Ralf Hots-Thomas übernahm die Geschäftsführung zum 1. August.

Ein zweiwöchiges Wirtschaftspraktikum absolvierten Tuulia Süßle vom 6. bis 17. Oktober und Iris Hoxha vom 17. bis 28. November.

Das Team der Aushilfen blieb 2025 konstant.

Am 13. September, heiratete unsere Mitarbeiterin Daniela Hillebrecht und kehrte mit dem neuen Namen Daniela Nagel in unser Büro zurück. Das ganze Team war bei der standesamtlichen Trauung in der Weißen Villa dabei und gratulierte dem jungen Hochzeitspaar.



@ Dirk Schönfeldt

VEREINSMITGLIEDER

MITGLIEDERSTAND

Mit Stand Dezember 2025 zählte das Stadtmarketing Elmshorn 35 Mitgliedschaften, in die 39 Unternehmen eingebunden sind, und die sich wie folgt aufteilen: 28 Vollmitglieder und 7 Fördermitglieder.

Georg Stark kündigte seinen Mitgliedsanteil zum 31. Dezember 2025 wegen Geschäftsaufgabe der PRIVAPO. Er teilte sich eine volle Stimme mit Christel Storm. Die Mitgliedschaft von Christel Storm wird 2026 in eine Fördermitgliedschaft umgewandelt. Lars Binckebank kündigte seine Mitgliedschaft, da er nicht mehr in Elmshorn aktiv ist. Stubenrauch & Kollegen kündigten die Vollmitgliedschaft zum 31. Dezember 2025.

MITGLIEDER

Vorstand

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

Geschäftsführung

Manuela Kase bis 31. Mai 2025
Übergangsweise begleiteten Dirk Kehrhahn und Wolfgang Helms vom 1. Juni bis 31. Juli 2025 die Geschäftsstelle des Stadtmarketing Elmshorn e. V.
Ralf Hots-Thomas ab 1. August 2025

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
familia-Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG
Kurt Heymann Buchzentrum GmbH
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

Mutual GmbH & Co. KG

Optiker Schönberg

Privapo Elmshorn OHG Privilegierte Apotheke am Wedenkamp

Prof. Dr. Klaus Pannen

Marco Petersen

Gustav Ramelow GmbH & Co. KG

Wohnungsbaugesellschaft m.b.H Th. Semmelhaack

Sparkasse Elmshorn

Stadt Elmshorn

Stadtwerke Elmshorn

Christel Storm

Stubenrauch & Kollegen eGbR

Teppich-Kibek GmbH

VR Bank in Holstein eG

Silke Zoller



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

Geschäftsführer: Ralf Hots-Thomas