

STADT AHRENSBURG - Beschlussvorlage -		Vorlagen-Nummer 2022/006
öffentlich		
Datum 03.03.2022	Aktenzeichen I.5.2./80.14.00	Federführend: Herr Behrendt

Betreff

Jahresbericht 2021 des Citymanagements Ahrensburg

Beratungsfolge Gremium Hauptausschuss		Datum 14.03.2022	Berichterstatter		
Finanzielle Auswirkungen:		X	JA		NEIN
Mittel stehen zur Verfügung:		X	JA		NEIN
Produktsachkonto:		Produkt 57105			
Gesamtaufwand/-auszahlungen:					
Folgekosten:					
Bemerkung:					
Berichte gem. § 45 c Ziff. 2 der Gemeindeordnung zur Ausführung der Beschlüsse der Ausschüsse:					
	Statusbericht				
X	Abschlussbericht				

Beschlussvorschlag:

Der Jahresbericht 2021 des Citymanagements der Stadt Ahrensburg wird zur Kenntnis genommen.

Sachverhalt:

1. Grundsätzliches

1.1 Aufgaben des Citymanagements

Das Citymanagement der Stadt Ahrensburg ist ein Bereich der kommunalen Wirtschaftsförderung. Kommunale Wirtschaftsförderung erfolgt als Selbstverwaltungsaufgabe auf Grundlage von Art. 28 Abs. 2 des Grundgesetzes (GG) sowie § 1 Abs. 1 und § 2 Abs. 1 Gemeindeordnung (GO). Die oberste Zielsetzung ist hierbei, durch die Schaffung einer ausgewogenen Wirtschaftsstruktur und der Schaffung und dem Erhalt von Arbeitsplätzen, die Finanzkraft der Stadt durch Steuereinnahmen zu stärken.

Das Citymanagement hat hierüber hinaus zum Ziel, zusammen mit anderen Akteuren die Innenstadt lebendig zu halten. Dieses Ziel wird erreicht, durch die Steigerung der Aufenthaltsqualität, durch die Vermeidung anhaltender Leerstände von Ladengeschäften sowie durch Veranstaltungen und Aktionen, die interessierte Menschen in das Stadtzentrum einladen.

1.2 Datenschutzrechtliche Rahmenbedingungen des Citymanagements

Das Citymanagement speichert Firmen- und Kontaktdaten von Unternehmen und Ansprechpartnern sowie Gesprächsnotizen.

Diese Daten dienen der Aufgabenerfüllung und sind nicht für Dritte bestimmt. Den Bestimmungen der EU-Datenschutzverordnung entsprechend, werden keine hier erfassten Daten an Dritte gegeben. Die gespeicherten Daten sind regelmäßig auf Relevanz zu prüfen.

Das Citymanagement ist verpflichtet, Informationen über Ahrensburger Unternehmen, in Planung befindliche Projekte sowie sämtliche betriebs- und unternehmensrelevanten Informationen allerhöchst vertraulich zu behandeln.

Eine gesetzliche Aufbewahrungsfrist ist bei der Mehrzahl der Arbeitsvorgänge im Bereich der Citymanagements nicht gegeben. Ausgenommen sind Vertragsangelegenheiten und Gremienbeschlüsse.

1.3 Organisation und Ausstattung des Citymanagements in Ahrensburg

Das Citymanagement ist dem Fachdienst I.5 Wirtschaftsförderung sowie der Fachbereichsleitung I für Organisation, Personal und Finanzen angegliedert. Der Aufgabenbereich des Citymanagements ist mit einer Vollzeitstelle besetzt.

Der Citymanager trat am 15.11.2020 seinen Dienst an.

In dem Budget für das Citymanagement (Produkt 57105) stehen neben Sachkosten und Bauhofleistungen insbesondere Mittel für Marketingmaßnahmen und Zuschüsse für Veranstaltungen bereit. Das PSK 57105.5431010 war bis April 2021 mit einem Sperrvermerk versehen, sodass die Freigabe von Mitteln zur Umsetzung von Maßnahmen nur mit Beschluss des Hauptausschusses erfolgen konnte. Ab Mai 2021 wurde der Sperrvermerk vom Hauptausschuss aufgehoben, sodass der Citymanager in die Umsetzung einzelner Maßnahmen einsteigen konnte.

1.4. Zusammenarbeit mit Abteilungen und Institutionen

Aufgrund der vielfältigen Aufgaben ergeben sich zahlreiche Schnittstellen zu anderen Abteilungen und Institutionen, insbesondere:

- FD Stadtplanung und Bauaufsicht, Tiefbauamt, Umweltamt, Liegenschaften, Ordnungsamt, Gewerbeabteilung, Pressestelle
- Industrie- und Handelskammer (IHK)
- Handwerkskammer (HWK)
- Ahrensburger Stadtforum
- IG Hagener Allee
- Stadtwerke Ahrensburg
- Gewerbebetriebe (Handel, Handwerk, Dienstleistungen)
- DEHOGA
- Schulen, Kindergärten, Jugendhäuser
- Weitere Institutionen/Vereine/Verbände

Projektbezogen gibt es weitere Schnittstellen innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung. Netzwerke bestehen u. a. zum Wochenmarktbeirat, Immobilienmaklern, dem Ahrensburger Bürgerverein und der Freiwilligen Feuerwehr.

Das Citymanagement nimmt an Sitzungen des Wirtschaftsbeirates Stormarn, Tourismus Stormarn, Kooperationsausschuss Schlossensemble, bcsd und weiteren Verbänden teil.

2. Projekte und Vorgänge im Berichtszeitraum 11/2020 bis 12/2021

2.1 „#Ahrensburg zusammen“

Mit Dienstantritt wurde der Citymanager in das Projekt „Ahrensburg zusammen“ eingebunden. Aufgrund der pandemischen Lage war im November/Dezember 2020 die Intention der Initiative des Ahrensburger Stadtforums und der Stadt Ahrensburg, das gesellschaftliche Leben in Ahrensburg und Umgebung während der Corona-Lage zu stützen.

Hierfür wurde die Aktionsmarke „#Ahrensburgzusammen“ kreiert. *„#Ahrensburgzusammen“ - ist solidarisch mit allen, die der Lockdown erneut hart trifft, nicht nur finanziell. „#Ahrensburgzusammen“ bietet verschiedenen Menschen in Zeiten von Corona eine Plattform, die unter dem Lockdown leiden.“*

Mitmachen konnte jede und jeder. Auf den beiden dafür extra eingerichteten Social-Media-Kanälen:

www.instagram.com/ahrensburgzusammen,
www.facebook.com/ahrensburgzusammen,

konnten die Ahrensburger Bürger:Innen und Unternehmen per Text, Bild, Foto und Video ihre ganz persönliche Geschichten erzählen, Tipps rund um Ahrensburg geben und sehenswerte Orte aus der Umgebung teilen.

Die beiden Kanäle und ihre Botschaft wurden seit ihrem offiziellen Start im Dezember 2020 von Unternehmen und Bürgern gut angenommen. Das Projekt erreichte auf beiden Plattformen bereits im ersten Monat pro Beitrag bis zu 550 Personen. Wer mitmachen wollte, bekam auf den beiden Kanälen alle ausführliche Informationen: Tipps, worauf beispielsweise bei den Texten und den Fotos zu achten ist. Auch Videos mit einer Länge bis zu max. 30 Sekunden konnten veröffentlicht werden. Betreut wurden die geposteten Beiträge von zwei freischaffenden Administratoren.

Aufgrund der Empfehlung des Landes- wie auch Bundesdatenschutzbeauftragten, betreibt die Stadt Ahrensburg bisher keine eigenen Social-Media-Kanäle.

Nach Beendigung des Lockdown wurde die Bild- und Wortmarke dem Ahrensburger Stadtforum unentgeltlich zur Fortführung der genannten Accounts bei Facebook und Instagram überlassen. Eine entsprechende Lizenzvereinbarung wurde geschlossen. Die Aktionsmarke „#Ahrensburgzusammen“ bleibt Eigentum der Stadt Ahrensburg und kann jederzeit wieder für Aktionen der Stadt Ahrensburg genutzt werden. Die letzte Nutzung fand im Rahmen der Stadtgeldaktion statt.

2.2 Flyer: „Diese Geschäfte liefern“

Durch den Lockdown mussten viele Betriebe in der Innenstadt schließen. Um dem Einzelhandel, der Gastronomie und den betroffenen Dienstleistern zu helfen und den Bürgern mitzuteilen, welche Unternehmen Waren trotz geschlossener Geschäfte auch ausliefern, entstand die Idee und dann das Konzept für den achtseitigen Flyer „Diese Geschäfte liefern - Auch im Lockdown sind wir für Sie da“ mit 32 Ansprechpartnern und ihren Kontaktdaten. Der Citymanager konzipierte und gestaltete den Flyer. In Zusammenarbeit mit dem Stadtforum konnten ca. 7.500 Exemplare im Februar 2021 innerhalb der Stadt verteilt werden.

2.3 Runder Tisch Innenstadt

Der Runde Tisch Innenstadt findet unter der Leitung des Citymanagers regelmäßig alle sechs Wochen statt.

Primäres Ziel ist der Austausch von Ideen zur Weiterentwicklung der Stadtmitte. Feste Teilnehmer sind Vertreter des Ahrensburger Stadtforum, der IG Hagener Allee, City Center Ahrensburg und der DEHOGA, neben den Vertretern der Verwaltung (Ordnungsamt und dem Fachdienst Wirtschaftsförderung und Citymanagement). Gäste nehmen aus aktuellem Anlass an der Runde teil.

2.4 Förderung des Informationsaustausches innerhalb der Verwaltung

Der Citymanager fördert den Ideen-, Gedanken- und Informationsaustausch in der Verwaltung. Auf seine Initiative hin, wurde nach Absprache mit dem BM die monatliche STOCKG-Runde gegründet, bestehend aus Vertretern der Abteilungen Stadtplanung, Tiefbauamt, Ordnungsamt, Citymanagement/Wirtschaftsförderung, Klimamanagement und Grünflächenamt.

Des Weiteren engagiert er sich bei Treffen des Schlossensembles sowie dem kontinuierlichen Austausch mit Wirtschaftsförderung, der Presseabteilung sowie der Kulturabteilung.

2.5 Unternehmensbesuche

In 2021 hat das Citymanagement sämtliche Geschäfte in der Ahrensburger Innenstadt besucht. Die Anlässe dieser Besuche waren insbesondere:

- ein Vorstellungs-/Kennenlernbesuch
- ein aktuelles Problem/Anliegen eines Unternehmens
- die generelle Kontaktpflege zu dem Unternehmen
- Corona-Pandemie
- Stadtgeld
- Umbaumaßnahmen in der Hamburger Straße
- Weitere Baumaßnahmen des Tiefbauamtes

Hinzu kommt eine Vielzahl von Kontakten zu Bürgern sowie fixen und möglichen Kooperationspartnern, die im Rathaus stattfanden.

2.6 Leerstandmanagement

Das Citymanagement hat sämtliche Laden-/Gastronomieflächen der Ahrensburger Innenstadt in einem Kataster erfasst. Zudem wurde im Sommer 2021 der aktuelle Besatz dieser Flächen ermittelt und fortlaufend aktualisiert.

Von insgesamt 246 ebenerdigen Flächen stehen derzeit zwölf Ladenflächen leer. Die Leerstandquote der Ahrensburger Innenstadt liegt im Jahr 2021 damit bei 4,9 % (Stand:04.01.2022).

Ende November sollte im Rahmen des Baustellenmarketings in der Hamburger Straße ein Crossover-Projekt aus Leerstandmanagement, Baustellenmarketing und Veranstaltungsmanagement umgesetzt werden. Hierfür organisierte der Citymanager eine Kooperation mit einer Immobilienfirma, um die ebenerdige und derzeit noch leerstehende Ladenfläche in der Hamburger Straße an der AOK-Kreuzung zu mit einem Baustellenkonzert zu bespielen und gleichzeitig die Anlieger und Bürger:innen über die voraussichtlichen Terminierung der anstehenden Baumaßnahmen zu informieren.

Die Presse hätte dann sowohl über das Baustellenmarketing berichtet als auch über den Leerstand. Anlass für die Berichterstattung wäre jedoch das Konzert gewesen. Durch den vorläufigen Baustopp durch Hamburg Wasser wurde das Konzert abgesagt, da der Anlass fehlte.

In 2022 soll die Arbeit im Bereich Leerstandmanagement durch einen Runden Tisch mit Immobilienmaklern intensiviert werden und nach Möglichkeit das Kataster vervollständigt werden.

2.7 Kultursommer 2021

Mit dem Pilotprojekt „Kultur in Stormarn - von A bis Z“ ist ein kultureller Impuls nach dem pandemiebedingten Stillstand der Kultur ermöglicht worden.

Das Citymanagement Ahrensburg hat maßgeblich bei der Kulturreferentin des Kreises Stormarn darauf hingewirkt, dass Ahrensburg eine treibende Kraft in der gemeinsamen Konzeption und Umsetzung für den Kultursommer in Stormarn war. Neben Veranstaltungen sind auch Kooperationsstrukturen im Kreis entstanden. Sie sollen ausgebaut werden und in die Zukunft fortwirken.

In den Monaten August und September haben im Rahmen des Kultursommers 2021 an verschiedenen Orten im gesamten Kreisgebiet kulturelle Veranstaltungen - unter anderem am Kulturzentrum Marstall - stattgefunden. Das Projekt wurde im Programm Kultursommer 2021 durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) mit Mitteln aus „Neustart Kultur“ gefördert.

Ein gemeinschaftlich arbeitendes Projektteam, bestehend aus Kulturschaffenden und Partnern der Kreativwirtschaft sowie Vertretern der Kulturverwaltungen Stormarner Kommunen hatten das Konzept kurzfristig im Frühjahr entworfen.

2.8 Tourismus Stormarn

Tourismus ist bisher nicht in der aktuellen Stellenbeschreibung der Wirtschaftsförderung und des Citymanagements angesiedelt.

Gleichwohl ist das Thema Tourismus (Tages- und Tagungstourismus) ein Wirtschaftsfaktor, insbesondere für Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie.

Zudem kann das Thema Tourismus Teil einer Standortstrategie sein, weshalb das Citymanagement von Beginn an in den Prozess des aktuellen Tourismuskonzeptes des Kreises Stormarn eingebunden ist. Im Zeitraum November 2020 bis Februar 2021 wurden im Rahmen von Zukunfts- und Strategiewerkstätten mit Entscheidern aus den Kreisen Stormarn und Herzogtum Lauenburg dieses Konzept erarbeitet. Infolge der Pandemie wurden nahezu alle Veranstaltungen online durchgeführt.

Ziel des Tourismuskonzeptes ist, ein klares touristisches Profil für den Kreis Stormarn zu entwickeln und dabei die zukünftigen thematischen Schwerpunkte mit ihren Potenzialen zu identifizieren sowie Projekte und Maßnahmen zu definieren, die diese erschließen. Das Tourismuskonzept soll als Leitfaden für zielorientierte, effiziente und damit marktorientierte Aktivitäten dienen. Weiterhin soll es Perspektiven für den Tourismus in Stormarn hervorheben und Ansätze zur Weiterentwicklung sowie Vernetzung der unterschiedlichen touristischen Angebote, zum Beispiel in den Themenfeldern Natur, Aktiv, Kultur usw. aufzeigen.

Als Grundlage für die Erstellung des Touristischen Handlungskonzeptes diente eine umfassende Stärken- und Schwächen- sowie Chancen- und Risiken-Analyse (SWOT), in die neben der Angebots- und Nachfragesituation auch die Konsequenzen aus den gesellschaftlichen und touristischen Rahmenbedingungen (Marktsituation, Auswirkungen der Corona-Pandemie, Wettbewerb und Trends) eingeflossen sind. Auf dieser Basis wurde ein Ziel- und Strategiesystem sowie die zukünftige Positionierung entwickelt und schließlich das Handlungskonzept erarbeitet.

Neben Recherchen und Vor-Ort-Begehungen sowie der Verarbeitung von Studien und Statistiken wurden zahlreiche Interviews mit Experten aus den unterschiedlichen tourismusrelevanten Bereichen im Kreis durchgeführt. Die Entwicklung des Konzepts erfolgte in enger Abstimmung mit den Verantwortlichen des Tourismus im Kreis Stormarn. Wesentliche Inputs lieferten mehrere Arbeitsgruppensitzungen sowie Zukunfts- und Strategiewerkstätten mit zahlreichen Beteiligten. Dort wurden die gutachterlichen Ergebnisse vorgestellt, diskutiert und in unterschiedlichen Workshop-Formaten gemeinsam weiter ausgearbeitet. Durch diese Vorgehensweise konnte eine höchstmögliche Transparenz und eine vernetzte Bearbeitung des Tourismuskonzeptes erreicht werden.

2.9 Einrichtung einer Touristeninformation

Die Präsentation des neuen Tourismuskonzeptes des Kreises Stormarn verdeutlicht, dass Tages- und Tagungstourismus durchaus neue Besucher nach Ahrensburg locken kann,

denn zweifellos hat Ahrensburg viel zu bieten. Die Frage ist nicht ob, sondern wie Ahrensburg mit dieser Chance zwischen der Metropole Hamburg und Ostsee umgeht. Der Citymanager und der Leiter der Stadtbücherei haben daher die Möglichkeit einer Touristeninformation in der Stadtbücherei in Erwägung gezogen. Hierzu werden verwaltungsintern weitere Abstimmungen mit dem Ziel einer Konzeptentwicklung im Jahr 2022 stattfinden.

2.10 Kostenfreie Luca-Schlüsselanhänger

Bei der Bekämpfung der Corona-Pandemie spielt die Kontaktnachverfolgung weiterhin eine Rolle. Um die bisherige Ermittlung über Kontaktlisten abzulösen, Probleme bei der Lesbarkeit der Daten zu vermeiden und damit die Möglichkeiten der Kontaktverfolgung zu beschleunigen, hat das Gesundheitsamt des Kreises Stormarn zusammen mit einem Start Up die Einführung der Luca-App realisiert. Der Citymanager hat in Kooperation mit der Ahrensburger Stadtbücherei die Anschaffung 500 Luca-Schlüsselanhängern realisiert. Der Luca-Schlüsselanhänger ist das analoge Gegenstück zur Luca-App. Der Schlüsselanhänger ist gedacht als Alternative für Nutzer:Innen, die kein Smartphone haben und regelmäßig Standorte besuchen, die mit der Registrierung „Luca“ arbeiten.

2.11 Impfangebot des Sozialministeriums Schleswig-Holstein in Ahrensburg

In Kooperation mit dem Sozialministerium Schleswig-Holstein wurde am 18. August ein zweites Mal im Bruno-Böcker-Haus ein Impfangebot umgesetzt. Dieses Mal vom Citymanagement. Zu den Tätigkeiten gehörten Planung, Koordination und Umsetzung des Impftages. 152 Personen an diesem Tag wurden geimpft.

2.12 bcsd – Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing

Die Stadt Ahrensburg ist seit 2021 Mitglied in der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing (bcsd). Der Citymanager nimmt stellvertretend die Interessen der Stadt wahr.

Zweck des Vereins ist die Schaffung einer gemeinsamen Plattform, insbesondere für die Manager bzw. Management-Beauftragten von Zentren, Quartieren, Business Improvement Districts (BID), Cities, Städten und Regionen Deutschlands, mit dem Ziel der Förderung des City-, Stadt- und Regionalmarketing-Gedankens, des BID- und Zentren-Gedankens, einer kooperativen Stadtentwicklung und der Vitalisierung der Innenstädte.

Pflege eines regelmäßigen Informationsaustausches und Know-how-Transfers zwischen den Mitgliedern u. a. durch:

- die Durchführung, Förderung und Begleitung von Tagungen und Kongressen;
- die Erstellung und Verbreitung von Informationen über elektronische und andere Medien;
- Sicherung und Weiterentwicklung des Qualitätsstandards und Entwicklung von langfristigen Strategien und Handlungsempfehlungen im Bereich des City- und Stadtmarketings, u. a. durch Zertifizierung von Verfahren und Inhalten von Aus- und Weiterbildungsprogrammen;
- Erarbeitung von Lösungsvorschlägen zu stadtentwicklungspolitischen Aufgabenstellungen;

- Dialog mit Politikern, Wirtschaftsvertretern und Verwaltungsfachleuten mit der Zielsetzung der Förderung des City-, Stadt- und Regionalmarketings.

Der Verein arbeitet mit entsprechenden in- und ausländischen Fachorganisationen zusammen bzw. unterstützt deren Tätigkeiten und Verein arbeitet interdisziplinär, überparteilich und überkonfessionell.

Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Interessen.

Regelmäßig finden bcsd-Veranstaltungen statt. Sie dienen dem Ideen- und Erfahrungsaustausch. Der Citymanager hat an diversen bcsd-Veranstaltungen teilgenommen.

2.13 Verschönerung von Stromkästen und Trafostationen/anteilig gefördertes Projekt AktivRegion Alsterland

In der Stadt Ahrensburg konnte mit anteiliger Förderung der AktivRegion Alsterland in 2021 insgesamt 32 Stromkästen und Trafostationen mit Landschafts- und Naturmotiven besprüht werden. Ziel war, die optische Verschönerung der Innenstadt bzw. die Reduzierung nicht gewünschter Graffitis. Die Verschönerungsarbeiten schützen vor unerwünschten Plakatierungen und Farbvandalismus und tragen zum positiven Erscheinungsbild der Innenstadt bei.

2.14 Stadtmarke Ahrensburg

Die Stärke einer Marke liegt in ihrer Fähigkeit, Entscheidungen bzw. das Kaufverhalten zu beeinflussen. Nahezu alles lässt sich zu einer wertsteigernden und kostbaren Marke machen. Eine Marke „Ahrensburg“ könnte das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Identifikation und mit der eigenen Stadt fördern und folgendes erreichen:

- Mobilisierung von privatem Engagement
- Gewinnung von Entscheidern und Multiplikatoren
- Umsetzung der vorgeschlagenen Projekte und Maßnahmen
- Verbesserte Koordination der einzelnen Aktivitäten
- Initiierung neuer Projekte
- Verbesserte Außendarstellung der Stadt

Das Markenprofil

- beschreibt die gesamte Markenwelt
- liefert Grundlagen für die Umsetzung durch Definition von
 - visuellen Motiven (anwendbar für Stadtmöblierung, Stadtgestaltung, Werbung)
 - Themenwelten (Veranstaltungen und Kampagnen)
 - Tonalität der Markenkommunikation (Logoentwurf/Corporate Design/Kampagnen)
 - Zielgruppen (z. B. auch für die zielorientierte Ausrichtung und Anpassung bereits vorhandener Maßnahmen)
 -

Mit der Beschlussvorlage 2021/039 wurde die Thematik vom Citymanagement aufgegriffen.

2.15 Digitale Veranstaltungsdatenbank/Kooperation mit Hamburg Tourismus

Seit Dezember hat die Stadt Ahrensburg einen neuen, digitalen Veranstaltungskalender, der auf der Website der Stadt integriert wurde. Durch zahlreiche Gespräche mit dem Kooperationspartner Hamburg Tourismus und der stadtinternen Kulturabteilung konnte das Projekt realisiert werden.

Nach Information des Projektleiters der Veranstaltungsdatenbank von Hamburg Tourismus kann Ahrensburg mit den über 300 uns angeschlossenen Kalendern etwa drei Millionen Endkundennutzer im Monat mit den Veranstaltungseinträgen aus der Hamburger Datenbank erreichen. Das Netzwerk aus Institutionen, kulturellen Trägern, Stadtportalen, Veranstaltern und Medienunternehmen in allen Landkreisen der Metropolregion verschafft den dort gelisteten Terminen eine große Reichweite und Sichtbarkeit. Gleichzeitig ist die Veranstaltungsdatenbank Metropolregion Hamburg ein Service, der den Pflegeaufwand für Kalender deutlich reduziert, weil nur ein Eintrag zur vielfachen Ausspielung führt. Teil dieses Netzwerks zu werden, ist für die Stadt Ahrensburg kostenfrei.

Die Veranstaltungsdatenbank Metropolregion Hamburg entstand 2013 auf Anregung von Olaf Scholz, dem damaligen Ersten Bürgermeister von Hamburg. Die Stadt Hamburg ist Impulsgeberin und Initiatorin dieses Projektes, das von Anfang an als kostenfreies Angebot für die gesamte Metropolregion konzipiert ist. Im Auftrag der Stadt hat die Hamburg Tourismus GmbH die Datenbank realisiert und am 1. Juli 2014 online gestellt. Innerhalb der Hamburg Tourismus GmbH ist eine eigenständige Redaktion ausschließlich mit der Administration, Sicherung der Datenqualität sowie der Akquise von Veranstaltern und Datennutzern verantwortlich. Die Finanzierung des Projektes wird über die Kultur- und Tourismustaxe abgedeckt.

2.16 Digitales 360-Grad Branchen- und Tourismusportal

Seit Anfang November gibt es für die Stadt Ahrensburg mit Hilfe einer besonderen Kameratechnik einen virtuellen Stadtrundgang.

Dabei kann man über die Website: <https://intocities.com/ahrensburg> der entsprechende Links auf der Internetseite der Stadt Ahrensburg <https://www.ahrensburg.de/Wirtschaft-Tourismus/Branchen-und-Tourismusportal/> und der Ahrensburger Wirtschaftsförderung <https://www.wirtschaftsfoerderung-ahrensburg.de/> interessante Orte erkunden, dabei das Schloss Ahrensburg anschauen, virtuell den Marstall betreten oder einen Blick in das Tunneltal werfen. Von diesen Orten ist es möglich, sich digital einmal um sich selbst zu drehen, in jede Richtung zu schauen und die Stadt und die Atmosphäre mit Hilfe von Panoramaaufnahmen auf sich wirken zu lassen. Der Rundgang lässt sich nach und nach erweitern. Sowohl seitens des Citymanagements als auch von interessierten Gewerbetreibenden. Das bedeutet: Alle können mitmachen und sich dort zeigen: Unternehmen, Dienstleister, Gaststätten, Hotels, Vereine, Kultur- und Veranstaltungsorte, die Feuerwehr, Verbände und sogar Behörden können sich in diesen Stadtrundgang integrieren.

Das Mitmachen funktioniert wie folgt: Jedes Unternehmen, jeder Verein, jede Institution und jede Behörde kann einen so genannten Basis-POI (point of interest) bekommen, der für Ahrensburg kostenlos ist. In diesem Basis-POI sind enthalten: ein Eintrag mit Profil-Bild, ein Beschreibungstext (ca. 100 bis 300 Wörter, die Angabe von Öffnungszeiten, Kontaktdaten, besondere Angebote und ein Icon (Logo) zur Auffindbarkeit in der interaktiven Stadtkarte. Darüberhinausgehende Funktionen werden vom Dienstleister kostenpflichtig angeboten.

2.17 Ahrensburger Stadtgeld

Am Montag, 31.05.2021, startete nach viermaliger Verschiebung das Ahrensburger Stadtgeld und wurde bis Ende Juli verlängert. Kinder und Jugendliche im Alter von 0 bis 18 Jahren erhielten einen Gutschein im Wert von 50 € und jeder Erwachsene einen Gutschein im Wert von 30 €.

Alle Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie gewerblichen Kulturbetriebe in Ahrensburg, die von Schließungen im Rahmen der Corona-Verordnung betroffen waren, waren zur Einlösung berechtigt. Die Gutscheine konnten auch als Spende an die Stadtverwaltung Ahrensburg zurückgeschickt werden und flossen in ein soziales Projekt. Das Citymanagement unterstützte bei den anfallenden Arbeiten und organisierte für die Kinder am Rondeel einen Ballonkünstler.

2.18 Ahrensburger Geschenkgutschein

Der Citymanager hat sich intensiv mit der Einführung eines „Ahrensburg Geschenkgutscheins“ beschäftigt und sprach zu diesem Thema mit dem Kurdirektor sowie der Citymanagerin der Stadt Mölln und dem Wirtschaftsförderer der Stadt Reinbek.

Das Möllner Ticketsystem heißt Vibus (www.vibus.de). Die Anschaffungskosten belaufen sich auf ca. 10.000 €. Alternativen für einen Gutscheinverkauf wären ein digitales Warenwirtschaftssystem oder ein Kassensystem.

Der „Mölln Geschenkgutschein“ ist ein Kundenbindungsmittel und jeder verkaufte Gutschein ist ein positives Signal für die Stadt Mölln, für den lokalen Handel. Je mehr Geschäfte als Akzeptanzstelle für den Gutschein auftreten, desto höher ist die Einlösungsquote. Der „Mölln Geschenkgutschein“ steht nicht in Konkurrenz zu den firmeneigenen Gutscheinen, da er zusätzliche Kunden für Mölln gewinnt. Vergleichbar verhält es sich in der Stadt Reinbek. Der Citymanager hat die Realisierung des Ahrensburger Geschenkgutscheins in 2022 als Ziel.

2.19 Einführung eines Lieferdienstes

Der Citymanager hat sich mit dem Wunsch für die Realisierung eines Lieferdienstes beschäftigt. Bei Gesprächen mit verschiedenen Automobilfirmen bezüglich eines Fahrzeug-Sponsoring wurde deutlich, dass die eigentliche Schwierigkeit in einer Klärung zur arbeitsvertraglichen Anstellung der Auslieferungsfahrer (w/m) besteht. Daher gibt es in diesem Punkt noch keine abschließende Lösung.

Auch die eventuelle Möglichkeit die IOKI-Taxis als Lieferdienstfahrzeuge zu nutzen besprach der Citymanager mit dem Projektleiter des On-Demand-Dienstes. Diese Idee ist aus rechtlichen Gründen nicht umsetzbar.

2.20 Weihnachtsaktion: Kitas schmücken Tannenbäume am Rondeel und Rathaus

Im vergangenen Jahr waren die beiden großen Weihnachtsbäume am Rathaus und am Rondeel mit je zwei Lichterketten geschmückt. In diesem Jahr wurden diese beiden Bäume auf Initiative des FD Wirtschaftsförderung und Citymanagement zusätzlich festlich von zwei Kindertageseinrichtungen (Kita Schäferweg und Kita Schulstraße) verziert.

2.21 Baustelle am Rondeel

Der Citymanager hat im Frühjahr in Kooperation mit dem Bauhof und nach Rücksprache mit dem Grünflächenamt an dem früheren Standort des Muschelläufers die Baustellenleitbaken temporär bis auf weiteres durch Blumenkübel ersetzen lassen.

2.22 Parklets

In diesem Jahr wurden vier Parklets durch die Stadt Ahrensburg angeschafft. Obwohl der Citymanager nicht in die Planung und Anschaffung involviert war, brachten viele Bürger dieses Projekt mit der Arbeit des Citymanagers in Verbindung. Hierdurch ergaben sich viele Korrespondenzen und Gespräche zu der Idee dieser Anschaffung und zu deren Standorten.

2.23 Baustellenmarketing Hamburger Straße

Das für Sonntag, 28. November geplante Baustellenkonzert in der Hamburger Straße fand nicht statt. Hintergrund ist die Verschiebung von notwendigen Maßnahmen durch Hamburg Wasser.

2.24 Wochenmarkt – Sanierung der sanitären Anlage

Der Citymanager nahm im August 2021 erstmals an einer Sitzung des Wochenmarktbeirates teil. Bei den anschließenden Gesprächen mit den Wochenmarktsprechern stellte sich heraus, dass die Aussteller mit den Bedingungen auf dem Rathausplatz derzeit überwiegend einverstanden und zufrieden sind. Eine große Ausnahme stellen allerdings die sanitären Anlagen dar, die im Hinblick auf Sauberkeit, Belüftung und Beleuchtung kritisiert wurden.

Nach einer Ortsbegehung vereinbarte der Citymanager mit dem Fachdienst ZGW, dass folgende Leistungen bis Ende Herbst umgesetzt werden:

- Streichen der Wände und Decken
- Entfernen des massiven Schimmelbefalls im Korridor
- Regelmäßiges Entfernen der Spinnweben in allen Räumlichkeiten

- Grundreinigung des Fußbodens
- Installation von Lampen auf jeder einzelnen Toilette
- Wechsel der Reinigungsfirma
- Regelmäßiges Reinigen der Lüftungsanlage
- Regelmäßiges Reinigen des Treppengangs
- Montage von Haken an den Türen und Ösen an den Wänden zur weiteren Unterstützung von Lüftungsmaßnahmen

Aus dem Budget des Citymanagements wurde hierfür eine überplanmäßige Ausgabe zugunsten der Zentralen Gebäudewirtschaft (ZGW) in Höhe von 5.000 € für die termingerechte Umsetzung der Maßnahmen bereitgestellt. Bis Jahresende 2021 konnten noch nicht alle Maßnahmen umgesetzt werden.

2.25 Unterstützung der Freiwilligen Feuerwehr Ahrensburg

Das CD (Corporate Design) der Feuerwehr Ahrensburg ist im vergangenen Jahr umfangreich von einer Ahrensburger Agentur über mehrere Monate entwickelt worden. Das Projekt wurde im Januar 2021 abgeschlossen. Bereits im Juli 2021 gab es eine Freigabe des Logos seitens der Verwaltung. Auf dessen Grundlage wurde das finale CI-Handbuch entwickelt. Um sicher zu gehen, dass das Corporate Design der Feuerwehr auch mit der zukünftigen Stadtmarke im Einklang steht, erfolgte hier eine enge Abstimmung zwischen FFW, Citymanagement und dem Hausjustiziar.

2.26 Finanzielle Unterstützung der Wochenmarktbalkonkonzerte

Die Wochenmarkt-Balkonkonzerte sind in der Zeit der Pandemie entstanden. Jeden Samstag spielen Künstler für eine Stunde auf dem Balkon der Stadtbücherei. Die Idee hierzu war insbesondere, den Musikern, die durch die Pandemie keine Bühne mehr hatten, wieder Sichtbarkeit zu verschaffen.

Auch für die Einwohner:Innen und Stadtbesucher:Innen sind die Balkonkonzerte zu einem Highlight geworden, dass sie ganz nebenbei bei einem Besuch des Wochenmarktes genießen können.

Die Kalkulation der Stadtbücherei beträgt 25.000 € pro Kalenderjahr. Bei 52 Konzerten fehlte jedoch die finanzielle Deckung für einen Teil der Konzerte. Das Citymanagement sieht mit der Umsetzung der Wochenmarkt-Balkonkonzerte auch die Bedingungen für die Belebung der Innenstadt umgesetzt und unterstützt die Kulturabteilung nach Absprache mit der Stadtkämmerin mit mehr als 13.000 € für das Jahr 2021.

2.27 Kauf von Outdoor-Lichterketten

In Abstimmung mit dem Betriebshof wurden für die beiden Weihnachtsbäume am Rondeel und Rathaus jeweils zwei neue Outdoor-Lichtketten gekauft. Zeitgleich wurde auch der Bestand an vorhandenen und benötigten Weihnachtssternen geklärt.

2.28 MakS/TA.SH

- Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e. V. (MakS)

Für die MakS liefert das Citymanagement in enger Abstimmung und Kooperation mit dem Stadtarchiv und der Presseabteilung Texte und Fotos.

- Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH - Tourismusverband Schleswig-Holstein (TA.SH)

Das Citymanagement nimmt an Veranstaltungen der TA.SH teil. Für das Magazin „Stadtliebe“ wurde redaktionell unterstützt. Die Verteilung des Printmediums erfolgt ebenfalls mit Unterstützung des Citymanagements.

2.29 Tiefgarage Rathausplatz

Seit Jahren sind Stellplätze unterhalb des Rathausplatzes durch den Eigentümer nicht zur Nutzung freigegeben.

Nach Rücksprachen im Hause fand im September 2021 ein Gespräch mit dem Eigentümer und dem Citymanagement statt. Auf Basis der Gesprächsbereitschaft soll das Gespräch in 2022 fortgesetzt werden. Ziel ist die Freigabe der Plätze für Lang- oder Kurzzeit-Parker.

(Weitere Infos siehe **Anlage.**)

3. Veranstaltungen

Im Berichtszeitraum war das öffentliche Leben und hierdurch die Möglichkeit für öffentliche Veranstaltungsformate durch die Corona Pandemie eingeschränkt. So konnten neben den verkaufsoffenen Sonntagen nur wenige Veranstaltungen tatsächlich umgesetzt werden.

Mit Begleitung des Genehmigungsverfahrens und der Kostenübernahme von notwendigen Hygienekonzepten konnten Veranstaltungen wie das Weinfest und das Food-Truck-Festival unterstützt werden.

4. Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung und Citymanagement

- Talk vor Ort & Ahrensburger Unternehmerforum:

Das Citymanagement (Talk vor Ort) und die Wirtschaftsförderung (Ahrensburger Unternehmerforum) haben in 2021 vier Themenabende im Rahmen ihrer Veranstaltungsformate veranstaltet. Es fanden Veranstaltungen zu folgenden Themen statt:

30.03.2021: Talk vor Ort (online): Vortrag mit Prof. Thomas Krüger von der Hafencity Universität Hamburg zum Thema: „Die Zukunft der Innenstädte“

02.09.2021: Forum (Präsenz): Neue Arbeitswelten – wohin geht der Trend?

27.10.2021 Forum (Präsenz): Das neue Klimaschutzgesetz wirft seine Schatten voraus - Was Sie jetzt als Entscheider wissen sollten

14.11.2021: Talk vor Ort (Präsenz & Livestream): Das neue „Digitale 360-Grad Branchen- und Tourismusportal“ der Stadt Ahrensburg

5. Newsletter des Fachdienstes Wirtschaftsförderung & Citymanagement

Insgesamt 6-mal im Jahr erscheint der Newsletter der Ahrensburger Wirtschaftsförderung. Auch Themen des Citymanagements werden nach Absprache hier veröffentlicht. Aktuell wird dieser von rund 400 Unternehmen und Interessierten abonniert. Im Newsletter werden Unternehmen in der Stadt vorgestellt, über die nächsten und letzten Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung berichtet und wichtige Neuigkeiten veröffentlicht.

6. Website des Fachdienstes Wirtschaftsförderung & Citymanagement

Der Fachdienst Wirtschaftsförderung & Citymanagement präsentiert den Wirtschaftsstandort Ahrensburg mit einer eigenen Website. Hier werden in den Rubriken Aktuelles und Termine wichtige Informationen, Tipps und Veranstaltungshinweise zu Themen der Wirtschaft veröffentlicht.

Die Website muss im Hinblick auf ihren Aufbau und ihre Gestaltung überarbeitet werden. Bisher wurde das aus Zeit- und Kostengründen zurückgestellt.

7. Konkrete Maßnahmen im kommenden Berichtszeitraum

- Marketingmaßnahmen zur Standort- und Stadtprofilierung
- Unterstützung der Unternehmen, Vereine, Verbände bei der Durchführung von Veranstaltungen
- Ideen/Vorschläge für ein Leitbild & Zielstrategie der Stadt Ahrensburg
- Verschönerung der Eingangsbereiche der „Schleichwege“ zwischen Hamburger Straße, Hagener Allee und Manhagener Allee
- Verschönerung des Ein- und Ausfahrtsbereiches des CCA
- Talk vor Ort, 4-mal im Jahr (Februar, Mai, August, November), Diskussionsformat mit Bürgern und Vertretern aus Politik und Wirtschaft zu aktuellen Themen, als Präsenz- oder Online-Veranstaltung
- Leerstandmanagement inkl. regelmäßige Gesprächsrunde
- Ahrensburger Geschenkegutschein
- Fortsetzung des digitalen 360-Grad Branchen- und Tourismusportal
- Fortsetzung Verschönerung von Stromkästen & Trafostationen

Michael Sarach
Bürgermeister

Anlage: Presseartikel