

## **Erläuterungen zum Stadtmarketingprozess/ Projekt „Blue Night Ahrensburg“ und Stadtportal „Ahrensburg.de“**

Die wichtigsten Aufgaben und Ziele eines Stadtmarketing sind, Handlungsempfehlungen zur Stadtentwicklung zu geben, um Attraktivität und Image der Stadt sowohl als Wirtschafts- und Lebensraum für die Bewohner als auch Besuchern zu verbessern und die Funktionalität der Innenstadt zu erhalten.<sup>1</sup>

Stadtmarketing versteht sich als Steuerungs- und Koordinationsinstrument einer integrierten Stadtentwicklung und hat die Aufgabe, für eine Stadt relevante Handlungsfelder mit ihren Akteuren (Zielgruppen) bei der Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmarketing – Konzeptes zu berücksichtigen.

Im Stadtmarketing steht die Zusammenarbeit zwischen Politik, Verwaltung, Bürger und Wirtschaft im Vordergrund. Daher hat sich die Steuerungsgruppe (SG) Stadtmarketing die Aufgabe gestellt, nach der Ausrichtung des Stadtbildes bzw. der Stadt-Philosophie Ahrensburg Handlungsfelder zu benennen und zu gewichten (siehe Vorlage HA 052/2015 und Anlage 4).

Zudem ist Stadtmarketing ein fortlaufender Prozess. Daher wird das geforderte Marketingkonzept durch Teilschritte in Einzelprojekten fortgeführt. Das Handlungskonzept – Ahrensburger Stadtmarketing (Anlage 5) und die bereits von der SG entwickelten Handlungsfelder (Anlage 4) werden in den kommenden SG Sitzungen weiter konzeptionell entwickelt und mit Projekten, die in Workshop-Verfahren erarbeitet werden, hinterlegt. Diese Ergebnisse werden den Hauptausschuss für die weiter Umsetzung vorgestellt.

In der Vorlage 052/2015 wurden Mittel in Höhe bis zu 15.000 € außerplanmäßig gemäß § 95 d GO für die Implementierung des Stadtmarketings Ahrensburg (Stufe1) bereitgestellt. Als Berater wurde hierfür die Firma CIMA beauftragt. Derzeit ruhen deren Aktivitäten, da sich die SG zzt. über die eigene weitere Gestaltung des Stadtmarketingprozesses verständigt. Für die Umsetzung (Projekte), das Handlungskonzept und Maßnahmenplanung eines Stadtmarketings Ahrensburg (Stufe 2) wurden für das Jahr 2016 Mittel in Höhe von 50.000 € eingeworben.

Durch das Projekt „**Blue Night Ahrensburg**“ kommt der Stadt ein wichtiger Effekt im Standortmarketing zugute. So leistet diese Veranstaltung einen großen Beitrag zur Ansprache und Bindung von Ahrensburgern und Besuchern an ihre Stadt und übernimmt somit eine Schaufensterfunktion für die Innenstadt, für Ahrensburg und über die Stadtgrenzen (Shoppingtourismus, Bekanntheitsgrad Ahrensburgs verbreiten...) hinweg.

Die Bürgerinnen und Bürger sind prägendes Element einer Stadt. Sie erzeugen die Stadtkultur, die darüber entscheidet, wie attraktiv eine Stadt ist. Eine „vitale, lebenswerte und europäische Stadt“ zeichnet sich aus durch einen gut funktionierenden Einkaufsstandort mit der entsprechenden Infrastruktur, Kultur und kurzen Wegen.

---

<sup>1</sup> Auszug aus Bestpractice-Leitfaden Stadtmarketing, bearbeitet von CIMA-Beratung + Management GmbH (München) im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, München, 2009

Die Attraktivität unserer Innenstadt hängt vor allem von deren Gestaltung, Ambiente und Erlebnischarakter sowie der Vielfalt der Geschäfte und ihres Angebots ab. Das alles hat Ahrensburg, aber dennoch muss sie weiterhin für sich werben, z.B. mit der „Blue Night Ahrensburg“, um ihren jetzigen Stand zu halten bzw. zu steigern. Ein positiver Effekt ist zudem, dass Gewerbe angezogen wird bzw. nicht den Standort verlässt.

Mit dem Projekt soll die Kommunikation und Vernetzung innerhalb der Stadt gefördert, der Handel und das Gewerbe gestärkt, die Konkurrenzfähigkeit zu Hamburg und den regionalen Umland ausgebaut werden. Mittelbar werden dadurch auch höhere Gewerbesteuererinnahmen erzielt.

Ausblick Stadtmarketing – **Stadtportal** – „Ahrensburg.de“:

Ein weiterer Baustein des Stadtmarketingkonzeptes ist die Einrichtung eines Stadtportals „Ahrensburg.de“.

Aus den Handlungsfeldern und Akteuren (Anlage 4) entwickelte die SG zum Handlungsfeld Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit für das WIR-Gefühl und die „kommunikative Klammer“ eine Projektidee für eine zukünftige Organisation mit der folgenden Fragestellung:

Wie erreichen wir alle Akteure und Zielgruppen und informieren/vernetzen diese?

Dies sollte kostengünstig mit einem Internetauftritt als Veranstaltungskalender und Portal erfolgen, der zielgruppenorientiert aufbereitet ist und an verschiedenen Standorten genutzt wird.

Das gilt auch für Aktionen, die nicht aufeinander abgestimmt oder gar miteinander verknüpft sind. Hinzu kommt, dass es bislang keinen zentralen Punkt gibt, an denen sich die Menschen in Ahrensburg informieren, austauschen und auch bewerten können.

Die Lösung ist ein Stadtportal „Ahrensburg.de“ als nächstes Projekt der Handlungsfelder Kommunikation und Innovation für das Jahr 2017. Dazu sind folgende Schritte erforderlich:

1. Die Übertragung der restlichen Haushaltsmittel Höhe von 32.500 € auf dem PSK 57100.5431010 werden in das Haushaltsjahr 2017 übertragen.
2. In der kommenden Runde des SG Stadtmarketing werden die Rahmenbedingungen (Angebote, Kosten, Inhalte und Dauer des Projekts) geprüft und mit einem Konsens belegt.
3. Den Fraktionen wird angeboten, das „Stadtportal“ vorzustellen und zu erörtern.
4. Danach wird die SG dem Hauptausschuss eine Empfehlung geben.