



# **Zielkonzeption Wedel Marketing**

Ein Handlungsrahmen für  
Stadtmarketingprojekte in Wedel

**Stand Februar 2012**

## Zielkonzeption Wedel Marketing

Stadtmarketing ist ein wichtiger Teil der Stadtentwicklung.

Im Jahr 2003 wurde der Verein Wedel Marketing gegründet, und es wurde eine Satzung verabschiedet, die als Vereinsziel formuliert, „die Attraktivität und wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der Stadt Wedel zu erhöhen und die Identifikation der Einwohnerinnen und Einwohner mit ihrer Stadt zu stärken.“

Mit diesen Vorgaben haben wesentliche Akteure unserer Stadt reagiert auf immer höhere Anforderungen im zunehmenden Wettbewerb mit anderen Kommunen um

- Bekanntheit und Image,
- Neubürger,
- zukunftssichere Arbeitsplätze,
- neue Unternehmen,
- kaufkräftige Besucher und Touristen,
- Fördermittel.

Dieser Wettbewerb findet auch statt um Identität stiftende Veranstaltungen, um die Wahrung von Traditionen und um öffentliche Aufmerksamkeit in den Medien.

Politik und Verwaltung, Unternehmen, Verbände und einzelne Bürger tragen in einem langfristigen Prozess dazu bei, die Potenziale der Stadt zu definieren und zu entwickeln sowie Alleinstellungsmerkmale und Stärken herauszustellen und diese offensiv nach innen und insbesondere nach außen zu vermitteln.

Stadtmarketing gibt dabei in mehrfacher Weise Impulse für die Stadtentwicklung durch:

- Förderung der Zusammenarbeit zwischen öffentlichen, gewerblichen und privaten Akteuren
- Beiträge zur Stärkung der Stadtidentität
- Kommunikation der Standortvorteile und kommunalen Stärken nach außen
- Realistische und für den Bürger erfahrbare Einzelprojekte zur Verbesserung der Lebensqualität mit schneller Umsetzung
- Beiträge zum Ausgleich bei divergierenden Interessen

Voraussetzung für eine erfolgreiche Arbeit ist ein vertrauensvolles Verhältnis unseres Vereins zu Politik und Verwaltung, wobei den Vertretern der Stadt und der Fraktionen im Vorstand bzw. Beirat besondere Verantwortung zukommt.

Erfolge sind darüber hinaus nur möglich, wenn es gelingt, alle wesentlichen Interessengruppe, die Wirtschaft und eine nennenswerte Zahl engagierter Bürger in die Arbeit zu integrieren.

Die reibungslose und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Geschäftsführung schließlich sowie mit den Mitgliedern sind weitere Grundlagen erfolgreicher Arbeit.

## **Alleinstellungsmerkmale und Stärken unserer Stadt**

Wesentliche Arbeitsfelder des Stadtmarketing sind Standortvorteile, die entweder keine der konkurrierenden Kommunen (Alleinstellung) aufweist oder nur wenige von ihnen entweder als Einzelmerkmal oder in bestimmten Kombinationen oder Häufungen (Stärken).

Räumliche Konkurrenz besteht in erster Linie in der Metropolregion Hamburg und in Norddeutschland.

Einzelne Elemente wie das Willkomm Höft, das Ernst Barlach Museum, die Helgoland-Verbindung, der Yachthafen, der Elbe-Radweg und Naturpotenziale sind auch von bundesweiter Attraktivität.

Die folgenden Alleinstellungsmerkmale und Stärken sind und werden Schwerpunkte des Stadtmarketing.

Dort, wo es **Potenziale** gibt, müssen sie ausgebaut, besonders gefördert und vor Einschränkungen bewahrt werden. Die immer auch mit Chancen verbundenen **Risiken**, Schwächen und Restriktionen gilt es zu erkennen, zu mindern und möglichst zu beseitigen.

Aus diesem Prozess ergeben sich folgerichtig einzelne Projekte, die den Zielen zugeordnet, vom Vorstand beschlossen und von der Geschäftsführung sowie interessierten Mitgliedern umgesetzt werden.

## **1. Die Stadt und die Metropole**

### **Potenzial**

Nähe zu Großstadtangeboten in Unterhaltung, Kultur und Handel. Nahverkehrs-anbindung über S-Bahn, Bus und Schiff.

Überregionale Verkehrsverbindungen: Bahn, Autobahn, Flughäfen.

Größtes Potenzial in Hamburg an Interessenten für die Stärken Wedels, die Alternativen zur Metropoleneigenschaften sind:

Kleinteiligkeit, Überschaubarkeit, Ruhe, Platz, Flächen, Natur, Naturerholung, kleine Museen, Kombibad, Strecken für Läufe und Touren, kleine Häfen etc., Heimat prominenter Hamburger (s. Kultur).

### **Risiko**

Schlafstadt, Verödung des Zentrums, Abfließen von Kaufkraft, geringe Bindung an eigene Kultur- und Unterhaltungsangebote, schwacher Fremdenverkehr, kaum Stadtidentität, keine Identifikation der Bürger, geringes Engagement etc.

### **Bisherige Projekte**

Entwicklung eines CD für die Stadt, Einführung und Unterstützung von Premium-Veranstaltungen, Mitarbeit am Regionalpark Wedeler Au, Tourismusförderung durch Hotel- und Gaststättenverzeichnis, Mitarbeit in Tourismusgremien, Bearbeiten touristischer Anfragen, Schaltung von Werbung für die Stadt, Mitarbeit an innerstädtischen Orientierungssystemen, Konzeption und Organisation von Veranstaltungen mit überregionaler Attraktivität. Zuständigkeit für den Tourismus seit 1. Januar 2009, Workshop mit Einzelhandel 2009, Planung Kulturnacht alle zwei Jahre und Stadtjubiläum 2012.

### **Künftige Projekte**

Tourismuskonzept 2012/2013

## **2. Die Stadt an der Elbe**

### **Potenzial**

Naherholung, Augenweide, Elbhöhen-Wanderweg, Elbe-Radwege, Häfen, Schiffe, Schiffsbegrüßungsanlage „Willkomm Höft“, Fähren nach Hamburg, Katamaran nach Helgoland und Hamburg, Lühe-Schulau-Fähre, Liegewiesen, Strände, Strandbad mit Beachclub, maritime Gastronomie.

### **Risiko**

Geringe Selbst- und Fremdwahrnehmung, wenig ausgeprägte Verbindungen zwischen Stadt und Elbe, geringe Integration des Yachthafens, Gefahr der Vermüllung z.B. im Strandbad, Verödung des Schulauer Hafens, keine einheitlichen Qualitätsstandards, kein Schmuck, wenig Insignien, wenig Informationen, Gastronomie auf niedrigem Niveau, ungewisse Zukunft von Flächen und Häfen.

### **Bisherige Projekte**

Erstellung eines Elbe-Films 2004, „Maritime Meile Wedel“ 2004, Entwicklung von Eckpunkten aus den Ergebnissen des Wettbewerbs „Maritime Meile Wedel“ 2006,

Modell der Maritimen Meile, Diskussionspapier „Maritime Meile 2015“, Mitarbeit Tag der Landespolizei 2008, Hafenfest, Elbefeuerwerk, Rahmenprogramm anlässlich besonderer Schiffspassagen, finanzielle Unterstützung der Entwurfswerkstatt.

### **Künftige Projekte**

Entwicklung eines Konzepts für den Elbe-Radweg, Runder Tisch ÖPNV, Verbesserte Besucherinformationen, Unterstützung überregionaler Veranstaltungen an der Elbe.

## **3. Die Stadt im Grünen**

### **Potenzial**

Naherholung durch Wandern, Spaziergehen, Radfahren, Skaten, Reiten und andere Sportarten in verschiedenen die Stadt umgebenden Landschaftsformen: Wedeler Marsch, Holmer Sandberge, Moore, Forst Klövensteen, Autal. Weite, Licht, Natur- insbesondere Vogelschutzgebiete von überregionaler Bedeutung, Schafzucht, Tierbeobachtung, Carl-Zeiss-Vogelstation, Natur- und Kultur-einrichtungen der Nachbargemeinden, Strecken, Touren, Dünen, Fischteiche, Lehrpfade, Golfplatz, Wildpark, ländliche Gastronomie.

### **Risiko**

Beliebigkeit, mangelnde Definitionen, Autos in der Marsch, freilaufende Hunde, Drachensteigen in und Betreten von Schutzgebieten, fehlende Rundwege, mangelndes Verständnis für Einschränkungen, Verbote, Schutzzonen, Nutzungskollisionen Radfahrer-Fußgänger-Skater-Reiter oder Landschaftsschutz, Motorboote in der Aue. Grünes Umland grenzt Stadtentwicklung ein. Sehr großer Aufwand für „Möblierung“, Beschilderung, Information, Pflege.

### **Bisherige Projekte**

Bepflanzungsaktion, Aktion Sauberes Schleswig-Holstein, Broschüre Planetenlehrpfad, Obstbaum-Lehrpfad, Höckner-Rundweg, Stellungnahme zum Wohnmobilstellplatz.

### **Künftige Projekte**

Entwicklung definierter Wanderer- und Sportstrecken, Einsatz für Rundwege in der Marsch, definierte Tore zur Marsch, Ausstattung, Wegweisung, Streckenbroschüre/Freizeitkarte

## **4. Die Stadt hat Kultur**

### **Potenzial**

Roland, Rist, Ernst Barlach Museum, Batavia und Theater Wedel als kulturelle Perlen, Reepschlägerhaus, Stadtmuseum, Rathaus etc. als Veranstaltungsorte, Kulturforum und weitere Veranstalter. Konzerte von eigenen Chören und Orchestern auch mit Akteuren aus der Großstadtszene, Veranstaltungen wie PUR, Lotto King Karl, Just for Fun, Hafenfest,

Kulturnacht, Kulturmarkt, Ochsenmarkt, Weihnachtsmarkt, Weinfest, Aufstellung Maibaum, Batavia-Filmnächte etc.

Dazu noch Heinz-Kegel-Musikschule und "Viva la Musica", Ochsenweg, Höckner-Rundweg, Hatzburg-Reste und historische Grenzsteine.

### **Risiko**

Zersplitterung, zu viel Verschiedenes für dieselben Zielgruppen, Beliebigkeit, wenig interne Koordination, wenig Abstimmung der Veranstalter untereinander, zu wenig gemeinsame Bewerbung, intrakommunale Konflikte, zur Zeit noch mangelnde Bereitschaft, sich der Steuerung auch nach Marketing-Kriterien zu unterwerfen.

### **Bisherige Projekte**

Kulturkalender (seit 2004, vierteljährlich), Ideenwettbewerb und Konzeptentwicklung Ochsenmarkt 2005/2006, Mitarbeit Ristjubiläum 2007, Ole-West-Ausstellung (2007/2008), Kulturnacht (seit 2008 alle zwei Jahre), Planungsvorschau im Internet, Kulturstammtisch (vierteljährlich), Kulturbühne und -meile auf dem Hafenfest (jährlich), Konzept Roland-Beleuchtung, Höckner-Rundweg, Altstadt-Führungen. Entwicklung eines Konzepts für die 800-Jahrfeier der Stadt Wedel. Kulturnacht alle zwei Jahre.

### **Künftige Projekte**

Entwicklung eines Konzepts für eine Musikfarbe und für eine regelmäßige Musikveranstaltung in Wedel, CI-Projekte mit Ole West, Ole-West-Ausstellung 2012.

## **5. Die Stadt ist sportlich**

### **Potenzial**

Vereinssport auf teilweise nationalem Niveau: SC Rist, Basketball, Reit- und Fahrverein, Breitensport über TSV, Tennis, Fußball, Segelsport, Skaten, Veranstaltungen mit nationaler und internationaler Beteiligung: Vattenfall Cycclassics, Cyclocross, Inline-Cup.

Sportstrecken gerade auch für HH-Bedarf, Umlenkung von Gästen von nur sportlichen auf andere Interessen (Kultur, Veranstaltungen, Elbe, Gastronomie, Einkaufen etc.).

### **Risiko**

Hoher Flächenbedarf, Nutzungskonflikte, Folgekosten.

### **Bisherige Projekte**

Unterstützung der Mini-WM, Unterstützung von Sportveranstaltungen durch Aufnahme in die Premiumkategorie. Bikefest als Premiumveranstaltung.

### **Künftige Projekte**

Entwicklung definierter Wanderer- und Sportstrecken (s. Punkt 3).

## 6. Die Stadt hat Zukunft

### **Potenzial**

Ansätze für zukunftsorientierte Wirtschaftsansiedlung, High-Tech-Unternehmen, Pharma-Industrie, Fachhochschule und Umfeld, Entwicklung im Windschatten der wachsenden Metropole.

Zunehmende Freizeitorientierung, Sport- und Fitnesswelle rollt weiter, Outdoor – Sportarten bleiben populär (Rad fahren, Joggen, Nordic-Walking, Golf, Skaten, Wandern, Reiten, Segeln...)

Tagesausflüge im Nahbereich, eigene reaktionsschnelle, phantasiereiche Kulturszene, „Probephöhne“ für Hamburger Gruppen.

Flächenpotenzial für neue Unternehmen (Mobil Oil, Nieland, Restflächen Rissener Straße, Industriestraße, nördlicher Stadtrand. Flächenpotenzial für zusätzliche Wohnbebauung an der Elbe (Treppenviertel, Ladiges, Schneider), durch Hinterbebauung und am nördlichen Stadtrand.

### **Risiko**

Zu geringe Geschwindigkeit bei strukturell wichtigen Entscheidungen, Parzellendenken, zu wenig Einfluss auf Akteure wie Gastronomen, Investoren, Laden- und Grundstücksbesitzer.

Zu lange Planungsvorläufe, zu wenig Gesamtschau, zu wenig Risikobereitschaft. Alte Schlafstadtmentalität, „Uns geht es doch prima, wir kaufen in Hamburg und jammern hier über Leerstände“, Genügsamkeit, Wertigkeit, Stil, Niveau allgemein zu gering angesichts der Ausnahmelage unserer Stadt.

### **Bisherige Projekte**

Mitwirkung an PACT-Vorüberlegungen, Broschüren „Visionen“ zur Maritimen Meile, Mitwirkung bei den Energietagen. Gemeinsamer Workshop mit den Innenstadtkaufleuten, Wedel als Gesundheitsstandort/Gesundheitswoche.

### **Künftige Projekte**

Tourismuskonzept 2012/2013 und Weiterentwicklung überregionaler Veranstaltungen.