

## UNSERE ZIELE FÜR GLINDE

**Wer an den Dingen seiner Stadt keinen Anteil nimmt,  
ist nicht ein stiller Bürger, sondern ein schlechter.**  
(Perikles, Staatsmann, Athen, 500 – 429 v.Chr.)

*Liebe Glinder,*

*unsere Stadt geht uns alle an. Sie ist kein anonymes Gebilde, sondern unsere Heimat, unser Lebensmittelpunkt. Wer in Glinde nur schlafen will, sieht das vielleicht anders. Aber die meisten Menschen möchten hier leben und sich mit ihren Familien oder allein wohl fühlen.*

*Daran arbeiten wir im Stadtmarketing Glinde e.V. Und mit uns tragen zahlreiche weitere Glinder in etwa 70 Vereinen, Verbänden und Organisationen dazu bei, unsere kleine Stadt erfolgreich mit Leben zu erfüllen.*

*Wir arbeiten für unsere Stadt, wir arbeiten für SIE. Und deshalb bitten wir Sie herzlich:*

*Denken Sie mit, machen Sie mit. Unterstützen Sie die Pläne und Ideen, die wir aus der Bevölkerung aufgenommen und hier zusammen getragen haben.*

*Leben Sie bewusst in Glinde. Kaufen Sie in Glinde. Lernen Sie andere Glinder kennen. Nutzen Sie die Angebote der Vereine und Verbände.*

*Meckern genügt nicht. Nur wir alle gemeinsam können unsere Stadt nach vorn bringen. Schließlich sind wir alle zusammen „die Stadt“.*

*Wir rufen alle Glinder auf, sich mit eigenen Ideen zu beteiligen. Wir freuen uns über Anregungen und Kritik, vor allem aber auf jeden, der uns aktiv und/oder über eine Mitgliedschaft auch finanziell unterstützt.*

*Herzlichst*

*Ihr*

*Stadtmarketing Glinde e.V.*

## Über uns und dieses Papier

Das Stadtmarketing Glinde wurde am 17. Mai 1995 zunächst als Arbeitskreis konstituiert und am 11. Juni 1996 als eingetragener Verein gegründet.

Der Verein versteht sich als Ideengeber, Anstifter und Koordinator für eine positive Entwicklung der Stadt Glinde. In ihm arbeiten Mitglieder und vereinsunabhängige Personen gemeinsam daran, Glinde als eine lebendige und offene Stadt zu positionieren, in der sich Bevölkerung und Gäste gleichermaßen wohl fühlen und sich mit dieser Stadt identifizieren können.

Mit unserer Arbeit wollen wir den Entscheidungsträgern in Politik, Verwaltung, Wirtschaft und anderen Institutionen Entscheidungshilfen an die Hand geben, die zu einer zielorientierten Stadtentwicklung beitragen. Durch die Einbeziehung von Betroffenen und von Personen aus möglichst vielen gesellschaftlichen Bereichen wollen wir das demokratische Bewusstsein fördern und die Bevölkerung zur Mitwirkung an der örtlichen Gemeinschaft motivieren.

Der Verein sieht die Stärken der Stadt Glinde und damit die Chancen ihrer regionalen Vermarktung als *Einkaufs-, Kultur- und Freizeitstadt mit hohem Wohnwert*.

Das Stadtmarketing spricht demzufolge keine homogene Zielgruppe an, sondern hat sich an alle Schichten wie Alters- und Sozialgruppen zu wenden.

Jede Stadtwerbung muss daher ausgewogen erfolgen, auch wenn zu einzelnen Themen selbstverständlich auch einzelne Zielgruppen angesprochen werden können und müssen.

Weder die Stadt noch der Verein sind allein geeignete Träger für die angestrebten und notwendigen Marketingmaßnahmen in den Bereichen Einkaufen, Kultur und Freizeit. Für diese Themenbereiche sollten deshalb eigenständige Träger-Organisationen mit breiterer fachlicher Beteiligung und besseren finanziellen Möglichkeiten gebildet werden. Hierfür sollen auch andere Vereine, Verbände, Firmen u.a. gewonnen werden. Neben seiner aktiven Mitarbeit in den Schwerpunktbereichen will das Stadtmarketing Glinde die Rolle des Koordinators zwischen den Bereichen übernehmen, um auf eine einheitliche Marketinglinie hinwirken zu können.

*Der nachstehende Ziele-Katalog ist das Ergebnis eines intensiven Diskussionsprozesses innerhalb des Vereins und in seinen Arbeitsgruppen. Er berücksichtigt die Ergebnisse einer Bürgerbefragung und zweier Workshops.*

*Nach Beschlussfassung im Vorstand am 03.04.2003 und in der Mitgliederversammlung am 11.06.2003 sind diese Ziele für den Verein und seine Arbeitsgruppen verbindlich.*

## 1. Attraktive und funktionale Stadtgestaltung

Das Stadtmarketing Glinde setzt sich für eine attraktive Stadtgestaltung ein, bei der auch die Funktionalität nicht zu kurz kommt.

Unseren Arbeitsschwerpunkt bildet die Stadtmitte. Hier muss es zur Herausbildung eines richtigen belebten Zentrums kommen, in dem auch der Aufenthalt Spaß macht. Die starke Trennung des Marktplatzbereiches von den angrenzenden Einkaufsbereichen Central-Park, Dorfstraße und Mühlenstraße durch die Möllner Landstraße soll durch planerische, gestalterische oder den Verkehr lenkende Maßnahmen abgemildert werden.

Der Marktplatz und die Einkaufspassage sollten ansehnlicher gestaltet werden. Neben einem Belag austausch tragen eine attraktivere Beleuchtung, eine bessere gärtnerische Gestaltung und ein neu gestalteter oder erneuerter Marktplatzbrunnen dazu bei.

Mit einer Teil-Überdachung des Marktplatzes und einer überdachten Wegeführung würde die Attraktivität des Zentrums deutlich steigen. Dies wäre nicht nur dem Einkaufsort Glinde förderlich, sondern würde auch neue kulturelle Veranstaltungen ermöglichen.

Die Aufenthaltsqualität im gesamten öffentlichen Raum der Stadt Glinde soll gesteigert werden. Die Gestaltung der Grünanlagen sollte attraktiver sein. Über Aktionen wie „1000 Fassaden begrünen“ oder „Mehr Blumen in die Stadt“ ist nachzudenken. Die Teiche und Wasserläufe sollen mehr zum Profil der Stadt beitragen.

Glinde braucht außerdem ein ansprechendes Beschilderungssystem, mehr Ruhezonen im Stadtgebiet sowie zusätzliche Sitzbänke in den Parks und an Wanderwegen, aber auch in Einkaufsbereichen.

## 2. Chancen der Stadtplanung nutzen

Die Planung der künftigen Stadtentwicklung soll vorrangig die Bedürfnisse der Stadt und die ihrer Bürger/innen berücksichtigen. Statt der Begrenzung von Einwohnerzahlen könnte die Stadtvertretung die Entwicklung räumlich steuern, d.h. Bereiche festlegen, die von einer Bebauung frei zu halten sind.

Das Planungsrecht bietet Möglichkeiten, auch auf eine attraktivere Stadtgestaltung hinzuwirken. Dazu gehören z.B. geschmackvollere Bauvorhaben als der Central-Park oder Wiesenfeld-Ost. Ebenso sind neue Hochhäuser auszuschließen. Ein Rückbau der vorhandenen oder eine Fassadengestaltung können die Stadt attraktiver machen.

Sowohl die Stadt wie auch private Eigentümer müssen mit einer angemessenen Gebäudeunterhaltung zum Erscheinungsbild der Stadt beitragen.

Ein Gesamtkonzept bzw. ein Stadtleitbild für Glinde sollte entwickelt werden.

Mit der Freigabe des Gerätehauptdepots der Bundeswehr 2005/2006 eröffnet sich der Stadt Glinde eine enorme Entwicklungschance. Der vorliegende Rahmenplan ermöglicht eine zügige Planung und eine lückenlose zivile Folgenutzung. Die weitere Beteiligung der Bürger/innen sowie des Stadtmarketing Glinde sollte gewährleistet werden.

In den einzelnen Wohnquartieren ist die Stadtteilsqualität von besonderer Bedeutung. Sie zu sichern und zu entwickeln sollte Vorrang genießen. An geeigneten Stellen sollte die Einrichtung weiterer Fußgängerzonen geprüft werden.

### **3. Die „Junge Stadt im Grünen“ stärken**

Das Stadtmarketing Glinde strebt eine Steigerung des Wohn- und Freizeitwertes in Glinde an. Im Bereich „Grün und Umwelt“ sollten daher die Prioritäten auf der Vernetzung von Grünanlagen liegen.

Der Verein will eine Vervollständigung des vorhandenen Rad- und Wanderweges erreichen. Dazu gehört vorrangig eine Verlängerung des Weges an der Glinder Au nach Oststeinbek, aber auch das Ziel einer Grünanlage mit Geh- und Radwegen „rund um die Stadt“ mit einem verbesserten Ausbauzustand der Wege.

Die bestehenden Grünflächen in Glinde sollen nach Möglichkeit erhalten bleiben. Vorhandene Grünachsen sollen verbunden werden und die Kiesgruben als „grüne Lungen“ ausgestaltet und für die Naherholung genutzt werden.

Der Lärmschutz in Glinde ist in verschiedenen Bereichen unzureichend. Zunächst soll die schon seit Jahren durch die Straßenbauverwaltung zugesagte Verbesserung des Lärmschutzes an der A 24 angemahnt werden.

Außerdem soll langfristig über eine natürliche Umgestaltung des Bachlaufes der Glinder Au nachgedacht werden.

### **4. Verkehrsfragen, die drängen**

Glinde braucht ein innovatives Verkehrskonzept. Das Stadtmarketing wünscht sich die für neue Konzepte nötige Offenheit in der Bevölkerung und die notwendige Flexibilität bei Politik und Verwaltung.

Wir wollen die Entwicklung eines vernünftigen und ansehnlichen Beschilderungssystems für unsere Stadt, das vorrangig im innerörtlichen Teil eingesetzt werden soll. Ergänzten bzw. erneuerten Info-Stadtpläne runden das Angebot ab. Auf die unterschiedlichen Gewerbegebiete soll bereits an den überörtlichen Straßen durch eindeutige Vorwegweiser hingewiesen werden, um unnötigen Schwerlastverkehr im Stadtgebiet zu vermeiden.

Optimierte Ampelschaltungen im Stadtgebiet tragen zu einer Verkehrsentslastung bei. Straßen und Wege müssen auch bei angespannter Finanzlage unterhalten oder saniert werden.

Nach Aufgabe des Bundeswehrdepots sind die überflüssigen Gleisanlagen in der Stadtmitte zu entfernen.

Das Stadtmarketing Glinde tritt für eine nachhaltige Verbesserung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) ein. Wir fordern einen U-Bahn- oder einen S-Bahn-Anschluss, eventuell auch unter Nutzung der bisherigen AKN-Gleise.

Wir wollen auch auf die Verbesserung der ÖPNV-Querverbindungen hinwirken. Das Busangebot nach Wiesenfeld, Reinbek, Bergedorf und Wandsbek ist nicht nur an den Wochenenden unzureichend.

In unterversorgten Gebieten oder in Schwachlastzeiten soll ein Kleinbus- oder Anruf-Sammeltaxen-Verkehr in Erwägung gezogen werden.

Beim Individualverkehr (IV) hat für uns die Entlastung der Möllner Landstraße Priorität. Wir wirken auf eine Südumgehung hin und treten für den Anschluss der Kreisstraße 26 an die Sönke-Nissen-Allee ein.

Nach Freigabe des Bundeswehrdepots muss es eine Verlängerung des Holstenkamps zur Möllner Landstraße geben, um unnötigen Verkehr auf der Hauptkreuzung zu vermeiden, wie es der aktuelle Rahmenplan vorsieht.

Hinsichtlich des ruhenden Verkehrs tritt das Stadtmarketing Glinde für den Bau eines Parkhauses im Zentrum oder ein gleichwertiges Parkdeck ein. Die kostenlosen Parkplätze in Glinde sollen möglichst erhalten bleiben.

Zur Parkraumbewirtschaftung bietet sich die Ausweitung der Kurzzeit-Parkbereiche mit Parkscheiben an. Dabei wird auch die Errichtung eines Großparkplatzes für Langzeitparker und P&R-Nutzer erforderlich.

Die Zufahrt zum Parkplatz Stadtmitte sollte entschärft werden.

Zusätzliche Fahrradständer an geeigneten Stellen können die Nutzung des Fahrrades fördern.

Es sollte geprüft werden, ob Parkplätze für Wohnmobile am Mühlenteich eingerichtet werden können.

## 5. Auf dem Weg zur Freizeitstadt

Glinde hat attraktive Freizeitangebote für die ganze Familie und für alle Altersgruppen. Dieses Angebot sollte mit Schwerpunkt auf den Wochenenden weiter ausgebaut werden. Das Angebot an vereinsungebundenen Aktivitäten sollte ebenfalls ausgeweitet werden.

Manche Veranstaltungen werden nicht ausreichend bekannt gemacht und verkaufen sich so unter Wert. Wir halten deshalb die zentrale Herausgabe und Pflege eines städtischen Veranstaltungskalenders für vordringlich. Hier sollte ein breites Spektrum von Veranstaltungen aufgenommen werden. Eine Abstimmung der Vereine könnte Überschneidungen vermeiden helfen.

Angebote der Kinder- und Jugendarbeit für benachteiligte Gruppen sind zahlreich vorhanden. Vermissen werden von den Kindern, aber insbesondere auch von jüngeren Jugendlichen Angebote für die ganze jeweilige Altersgruppe. Stadtjugendpflege und freie Träger der Jugendarbeit müssen sich auch diesen Bedürfnissen aktiv stellen.

Ein richtiger Weihnachtsmarkt in Glinde wäre erstrebenswert.

Für die Jugendlichen und jung gebliebene Gliner sollten eine Disco in einem Gewerbegebiet, ein Jugendcafé und/oder ein Jugendtreff in der Stadtmitte gefunden werden.

Auch für Senioren-Tanzveranstaltungen besteht Bedarf.

Möglichkeiten für (mehr) regelmäßige Kinovorführungen (für alle Generationen) könnten die Stadt auf dem Weg zur Freizeitstadt weiter voran bringen.

Die Gebiete um den Mühlenteich, den Gellhornpark und die Gliner Au sollten verstärkt für Freizeitaktivitäten und für die Naherholung genutzt werden (Grün/Wasser/Freizeit verbinden). Die Ausschilderung von Wanderwegen, gastronomischen Betrieben und Sehenswürdigkeiten fördert den Nutzen. Das Stadtmarketing unterstützt den Wunsch von Vereinen und Verbänden nach einer zentralen Veranstaltungstafel oder einem großen Schaukasten.

## 6. Kultur trotz Rotstift

In Glinde hat sich dank engagierter Personen und aktiver Vereine ein vielseitiges Kulturleben entwickelt, das den normalen Rahmen einer Kleinstadt deutlich übersteigt. Dieses Potenzial gilt es zu erhalten und zu entwickeln sowie entsprechende neue Angebote einzubinden.

Im Bereich von Live-Musik, sonstigen Events und spezieller Angebote wie Jazz-Früh- bzw. Dämmerchoppen, aber auch bei Theaterangeboten ist die Nachfrage noch nicht gesättigt.

Die wenigen historischen Gebäude in der Stadt einschließlich ihres Umfeldes bedürfen besonderer Aufmerksamkeit. Dies gilt besonders für das Gutshaus, das Umfeld der Gellhornvilla und die Gliner Mühle.

Öffentliche Räume sollten ganz allgemein belebt werden. Dazu bietet sich neben Aktionen unter freiem Himmel auch die Aufstellung von Skulpturen und eine attraktive gärtnerische Gestaltung an.

Der Stadtgeschichte sollte mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden. Die Chronik sollte fortgeschrieben, ehrenamtliche Stadtführer/innen geworben und unterwiesen werden, Vorschläge für Straßennamen erarbeitet werden.

Unter dem Arbeitstitel „Bücherwurm trifft Leseratte“ stellen wir uns die Entwicklung spezieller Kinderprogramme durch Stadtbücherei und Buchhandel vor. Kinder können so frühzeitig an Bücher und andere Medien heran geführt werden.

Leer stehende Läden oder Schaufenster sind vorübergehend für Kunstausstellungen nutzbar.

## **7. Überdurchschnittliche Sportangebote**

Die Stadt Glinde verfügt über zahlreiche Sportanlagen und aktive Sportvereine. Die Hallenkapazität ist überdurchschnittlich. Die Tanzsporthalle erfüllt alle nationalen Anforderungen. Einer der größeren Golfplätze Europas ist im Entstehen. Diese Chancen sollte die Stadt bei ihrer Positionierung im Freizeitbereich nutzen und die Sportinfrastruktur weiter stärken.

Die Sportförderung sollte weiter ausgebaut werden.

Aber auch kleinere Angebote wie ein Trimm-Pfad, eine Skate-Anlage oder ein ständiges Streetball-Feld und schließlich eine Bademöglichkeit im Mühlenteich sollten nicht vergessen werden.

## **8. Zusammenarbeit mit der Gliner Wirtschaft forcieren**

Glinde verfügt über mehr als 1.000 Betriebe und entsprechend hohe Zahlen von Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Bestand und Neuansiedlungen sollten regelmäßig auf Branchenmix und Angebotsspektrum geprüft werden.

Die Kommunikation zwischen der Wirtschaft und den kommunal Verantwortlichen sollte verstärkt werden. Das Stadtmarketing Glinde will eine intensivere Zusammenarbeit aller Akteure.

Vorrangig werden wir uns deshalb für die Bildung eines „Runden Tisches“ einsetzen.

Mit Vertretern der gesamten Wirtschaft (Handel, Gewerbe, Industrie, Handwerk, Kreditgewerbe und freie Berufe), Wirtschaftsverbänden sowie Verwaltung wollen wir u.a. klären, was die Wirtschaft in Glinde behindert und wie Änderungen möglich wären.

Politik und Verwaltung sind gefordert, Reibungsverluste abzubauen, z.B. durch den Einsatz eines „Kümmerers“.

Es muss jedoch auch zu einer stärkeren Kooperation innerhalb der Wirtschaft kommen. Der „Runde Tisch“ soll deshalb zugleich ein Ansatz zur Gründung eines Wirtschaftsforums oder regelmäßiger Wirtschaftsgespräche in Glinde sein. Der „Runde Tisch“ sollte sich auch mit der Frage einer Überbetrieblichen Ausbildungsstätte in Südstormarn befassen.

Wir wollen für den Gedanken werben, dass Gliner Firmen sich bei Aufträgen möglichst anderer Gliner Firmen bedienen.

Ebenso sollte die Teilnahme an der Gewerbesmesse „Gliner Panorama“ für Gliner Firmen zu den Selbstverständlichkeiten gehören.

Die verstärkte Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Schulen wird ein weiteres Arbeitsgebiet werden. Wir möchten Anstöße geben für eine bessere Koordinierung von Schüler- und Lehrerpraktika, Möglichkeiten zu Berufserkundungen und Betriebsbesichtigungen durch Lehrkräfte eröffnen. Wir wollen dazu beitragen, bestehende Beratungsangebote transparenter zu machen, über Ausbildungswege besser zu informieren, Konzepte zu Berufsorientierung und Berufswahl unterstützen und für Beschäftigungsmöglichkeiten für junge Menschen werben, die nicht ausbildungsfähig sind.

Wir wollen Stifter, Spender und Sponsoren für die Schulen unserer Stadt gewinnen. Umgekehrt möchten wir erreichen, dass auch Wirtschaftsthemen in Schulwettbewerbe einfließen.

Von den Trägern der Erwachsenenbildung erwarten wir neue Konzepte zum Stichwort „Lebenslanges Lernen“.

## **9. Glinde als Einkaufszentrum Südstormarns**

Das Gliner Zentrum hat sich Dank des stärksten Wochenmarktes der Region und der zahlreichen kostenlosen Parkplätze die Funktion als Einkaufszentrum für Südstormarn erworben. Davon profitieren auch die anderen Einkaufsbereiche der Stadt. Dennoch ist ein überdurchschnittlicher Kaufkraftabfluss zu verzeichnen. Die Gründe hierfür sind vielschichtig. Die Nähe zu Hamburg, das Einkaufsverhalten der Bevölkerung und das der zahlreichen Pendler sowie benachbarte Zentren mit Großflächen sind wichtige Aspekte. Aber auch Schlüsselbranchen, die sich in einer Kleinstadt nicht ansiedeln, machen das Einzelhandelsbild teilweise problematisch.

Einzelhandel und Politik in Glinde müssen zahlreiche Maßnahmen ergreifen, um die Glinder Kaufkraft zu erhöhen und am Ort zu halten. Neben den planungsrechtlichen Grundlagen, die die Stadt zu schaffen hat, müssen Handel, Dienstleistung, Gewerbe und Handwerk ihrerseits Rahmenbedingungen setzen, die den Ruf Glindes als Einkaufsort stärken.

Dazu gehört nach Auffassung des Stadtmarketing Glinde in erster Linie eine gemeinsame Glinder Werbelinie, der Aufbau einer Werbegemeinschaft des Handels, mindestens aber eine Gemeinschaftswerbung, in die auch die Filialisten einbezogen werden. Längere und möglichst einheitliche Öffnungszeiten würden die Akzeptanz der Verbraucher stärken.

Aber auch die Eigentümer gewerblicher Immobilien müssen ihr Teil zu einem funktionierenden Markt beitragen. Die höchst erzielbare Miete ist langfristig nicht immer auch die beste Rendite. Branchenmix, Vielfalt und sogenannte Ankermieter sowie ein gepflegtes Erscheinungsbild sind wichtige Indikatoren für ein ansprechendes Einkaufszentrum, das der Eigentümerseite auch langfristig gute Erträge verspricht.

Das Stadtmarketing Glinde spricht sich neben der Errichtung eines Verbrauchermarktes im Zentrum für die kurzfristige Schaffung auch günstigerer Einkaufsquellen aus, darunter Geschäfte für junge Leute bzw. junge Mode. Zusätzliche Fachgeschäfte sollten die Angebote ergänzen.

Wir wollen für eine Ausschilderung der bedeutenderen Betriebe am Markt und in anderen stark frequentierten Bereichen sorgen.

Handel und Dienstleister in der Stadtmitte sowie die GVG müssen gemeinsam mit anderen Akteuren für ein schlüssiges Konzept zum Erlebnis-einkauf in Glinde sorgen. Dies gilt vor allem für die langen Sonnabende und verkaufsoffene Sonntage. Hier sind zugleich Maßnahmen erforderlich, die die anderen Glinder Handelsstandorte einbeziehen.

Schließlich sind bei einigen Betrieben Schulungsveranstaltungen für die Mitarbeiter/-innen zur Kundenorientierung sowie zur zeitgemäßen Dekoration anzustreben. Die Sauberkeit vor den Geschäften ist teilweise verbesserungsbedürftig. Papierkörbe und Aschenbecher in den Eingängen könnten positive Veränderungen herbeiführen.

## **10. Gastronomie – solide bis anspruchsvoll**

Glinde hat ein breit gefächertes gastronomisches Angebot. Viele Betriebe sind allerdings selbst den Glindern kaum bekannt. Wie im Handel scheint hier eine intensivere Werbung erforderlich zu sein, aber vor allem auch die Einbindung in Aktionen des Handels oder kulturelle, sportliche und Freizeitaktivitäten mit eigenen pfiffigen Angeboten. Einzelne Betriebe sollten eine ansprechendere Gestaltung erwägen.

Und warum sollte nicht eine Zusammenarbeit der Gastronomie selbst möglich sein, indem der Besucher an Ruhetagen eine kleine Hinweistafel findet:  
“Bitte besuchen Sie heute meinen Kollegen.....“

Das Stadtmarketing Glinde setzt sich dafür ein, dass im Zuge der Marktplatzarrondierung zusätzliche gastronomische Betriebe in der Stadtmitte berücksichtigt werden. Auf der Wunschliste der Bevölkerung stehen hier ein weiteres Bierlokal am Markt, ein Bistro, ein Café sowie ein gehobenes Restaurant.

Außerdem besteht nach den Rückmeldungen der Bürger/innen in Glinde Bedarf nach einem Schnellrestaurant, einem Steakhaus, einer kleinen Bar und Lokalen mit Außenterrasse.

## **11. Weiche Standortfaktoren**

Man soll sich in Glinde wohl fühlen. Und zwar in jedem Alter. Die Politikbereiche Soziales, Schule und Bildung dürfen daher nicht außer acht gelassen werden. Wir wollen, dass auch alte und behinderte Menschen am Leben in unserer Stadt Teil haben können. Eine Rollstuhl gerechte bzw. Behinderten gerechte Stadt gehört deshalb zu den wichtigsten Zielen des Stadtmarketing Glinde in diesem Bereich.

Jeder soll auch eine angemessene Wohnung in einem angenehmen Wohnumfeld in Glinde finden können. Deshalb befürworten wir eine Mischung aller Wohnformen. Seniorenwohnungen, Betreute und Behinderten gerechte Wohnungen sollen das Angebot an Eigenheimen und Familienwohnungen ergänzen. Allein lebende Menschen müssen ebenso wie Großfamilien oder obdachlose Personen geeignete Wohnungen finden können.

Angesichts der gesellschaftlichen Wirklichkeit halten wir das Angebot einer Ganztagsbetreuung für Kinder bis zum 12. Lebensjahr für unverzichtbar. Schulen und Jugendeinrichtungen sollten dazu mit freien Trägern zusammen arbeiten. Wenigstens an den Grundschulen müssen tatsächlich verlässliche feste Zeiten gewährleistet sein.

Da zahlreiche Kinder ganztags auf sich allein gestellt sind, ist auch der Bedarf nach einer Ausweitung des Pädagogischen Mittagstisches zu prüfen. Saubere und sichere Schulwege sollten gleichfalls selbstverständlich werden.

Zum Abbau sozialer Spannungen und des Drucks nach Marken-Kleidung sollte die Einführung einheitlicher Schulkleidung in Betracht gezogen werden.

Alle Schulen müssen sich stets den wandelnden Anforderungen stellen und ihnen mit innovativen Konzepten begegnen. Dies muss bereits in den Grundschulen selbstverständlich sein. So sollte spätestens in den dritten Klassen Fremdsprachen- und PC-Unterricht durchgeführt werden.

## 12. Was wir uns noch von Politik und Verwaltung wünschen

Im Stadtmarketing Glinde arbeiten Menschen aus vielen Lebensbereichen zusammen, um unabhängig von parteipolitischen Positionen oder Gruppen- und Einzelinteressen ihrer Stadt zu dienen.

Wir wünschen uns von den politischen Parteien und den Gremien der Stadt, dass sie dieses Engagement mit tragen und ideell sowie sächlich unterstützen. Ehrenamtlicher Einsatz zur Mitgestaltung des örtlichen Gemeinwesens hat nur dann eine Zukunft, wenn Menschen durch Anerkennung zur Mitwirkung motiviert bleiben. Dazu gehört auch die Bereitstellung von Mitteln für Aufgaben des Stadtmarketing, da nicht alle Aufgaben ehrenamtlich gelöst werden können.

Politik und Verwaltung sollten ganz generell mehr bürgerliche Mitverantwortung für die Stadt anregen, einfordern, aber auch zulassen. Gemeinsinn und Zusammenarbeit muss gefordert und gefördert werden. Dazu gehört auch eine stärkere Einbindung der ehrenamtlich Tätigen und eine angemessene Würdigung ihres Engagements.

Sofern sich nicht in einzelnen Bereichen eine ehrenamtliche Lösung anbietet, sollte die Stadtverwaltung sich als Dienstleister für ehrenamtlich Tätige verstehen, die das vielfältige Bürgerengagement koordiniert und vernetzt. Freiwillige Leistungsanbieter und –nachfrager müssen aktiviert, ermutigt, informiert und beraten sowie Angebot und Nachfrage zusammen geführt werden.

Die Stadt und alle gesellschaftlich relevanten Gruppen müssen künftig stärker an einem Strang ziehen. Langfristige Entwicklungsziele für unsere Stadt sollten Partei übergreifend vertreten werden. Mit unseren Bürger/innen erwarten wir weniger Parteipolitik und mehr sachliche Problemlösungen. Die Stadt sollte sich u.a. darauf konzentrieren, ihre Entwicklungschancen Ressort übergreifend zu nutzen. Nur beispielhaft seien hier der Golfplatz oder das Depot genannt.

Die dicht besiedelte Region Südstormarn erfordert eine intensive interkommunale Zusammenarbeit, weil Entscheidungen in einer Kommune sich in aller Regel auch auf die Verhältnisse in den anderen Kommunen auswirken. Schon bei Veranstaltungsangeboten sollten unnötige Konkurrenzen durch frühzeitige Terminabstimmungen vermieden werden. Viele Sachfragen, z.B. in der Handelsentwicklung oder der Bauleitplanung sowie der Entwicklung von Naherholungs- und Sportangeboten oder die Verkehrsplanung erfordern eine Zusammenarbeit. Arbeitsteilung, wie z.B. in der schulischen Versorgung, sollte auch auf anderen Gebieten erfolgen.

Davon unabhängig halten wir jedoch auch eine Diskussion über die Fortsetzung der Gebietsreform in Südstormarn für notwendig. Grenzen zwischen Oststeinbek und

Glinde sind teilweise widersinnig gezogen, die Zuordnung von Willinghusen-Süd zu Barsbüttel ist kaum nachzuvollziehen, die Mehrzahl der Menschen in Neuschönningstedt ist nach wie vor auf Glinde orientiert.

Die Verwaltung sollte ihren Bürgerservice und besonders ihre Öffnungszeiten ausweiten. Als bürgerfreundliche Verwaltung veröffentlicht sie auch von sich aus Informationen aus der und über die Stadt und spricht damit alle Generationen an. Dies ist ein Beitrag dazu, dass die Menschen sich mit ihrer Stadt stärker identifizieren können.

Möglichst viele Dienstleistungen sollten vor Ort erbracht werden und nicht im Kreis oder bei Landesdienststellen. Die technischen Möglichkeiten des Internet sollten intensiv genutzt werden. Die Bereitstellung von Vordrucken im Netz und eine mögliche Online-Bearbeitung vermeiden unnötige Behördenwege.

### **13. Unser äußeres Erscheinungsbild**

Ohne organisch gewachsenen Kern und mit nur wenig historischer Bausubstanz gewinnt Glinde auf den ersten Blick keinen Schönheitspreis. Die Hochhäuser in der Stadtmitte schrecken viele Menschen ab, und auch der Großparkplatz ist eher funktional als ästhetisch. Diese Bedingungen sind nur in kleinen Schritten abzumildern.

Wesentlich einfacher wären die optischen Missstände zu beseitigen. Die Sauberkeit des ganzen Stadtbildes lässt zu wünschen übrig. Dabei geht es nicht nur um Flächen in der Verantwortung der Stadt. Auch privat zu unterhaltende Flächen oder Gewerbegrundstücke sind oft ungenügend gereinigt.

Hier muss ein Ruck durch die Stadt gehen. Alle müssen zu einer sauberen Stadt beitragen. Ob Marktplatz oder Wanderwege, Spielplätze oder Grünanlagen, Straßenbegleitgrün oder Gehwege, Wasserflächen oder Schulgrundstücke, überall sollte für eine bessere Reinigung und Unterhaltung gesorgt werden. Hierbei sollten auch Pflegepartnerschaften versucht und Sauberkeitswettbewerbe durchgeführt werden. Ein einfaches Informationssystem für Mängel ist zu entwickeln.

Abfallbehälter in ausreichender Zahl und Größe sind erforderlich. Gleichzeitig ist jedoch zu beachten, dass durch sie keine Beeinträchtigung des Stadtbildes erfolgen soll. Abfall- oder Wertstoffcontainer an optisch exponierten Plätzen sollten beseitigt bzw. umgesetzt werden.

Gegen Vandalismus, Graffiti, Lärm und Dreck sind strikte Maßnahmen erforderlich, ebenso gegen ordnungswidrig handelnde Hundehalter.

Die Polizeipräsenz in der Stadt sollte verstärkt werden, auch um das Sicherheitsgefühl älterer Menschen zu heben.

## 14. Eine schlüssige Werbelinie für Glinde

Vom „Verschenkungsstag“ am 25. März, der ersten urkundlichen Erwähnung des Ortes Glinde im Jahre 1229, mit bereits vorhandener Mühle einschließlich Teich und Fischzucht, führt ein gerader Weg über die dokumentierte Fischzucht im späten Mittelalter bis in die Neuzeit.

Diesen geschichtlichen Anknüpfungspunkt hat das Stadtmarketing Glinde in den vergangenen Jahren mit Zander, Glinder Teller, der Figur des AlexZander und dem Volksfest „Glinder Fischzug“ aufgenommen.

Diese geschichtliche Linie sollte auch Grundlage künftiger Überlegungen bleiben. Dabei bleiben Erweiterungen möglich. So kann der „Verschenkungsstag“ z.B. auch zum Aktionstag für den Einzelhandel mit Sonderangeboten und in einer geschmückten Stadt werden. Auch ein „Ball der Vereine“ wäre an diesem Tag möglich. Ebenso könnte an die Rolle Glindes als Sommerfrische der Hamburger angeknüpft werden, indem z.B. Familien zu bestimmten Anlässen ein Picknick ermöglicht wird, das abends in Open-Air-Kino übergeht.

Zahlreiche weitere Ideen wurden im Verein bereits diskutiert. Mit Unterstützung des Instituts für Marketing der Universität der Bundeswehr soll noch im Jahre 2003 eine Imageanalyse erstellt und eine Werbelinie erarbeitet werden.

Auf jeden Fall werden eine Internetpräsentation des Stadtmarketing sowie die klassische Pressearbeit und Themen bezogene Flyer/Flugblätter zu den wichtigsten Maßnahmen gehören, die kontinuierlich aktuell zu halten sind.

Wir wollen eine gemeinsame Werbelinie für Glinde erreichen. Ein Konzept, das Stadt und Wirtschaft, Sport und Kultur, Stadtmarketing und Einzelhandel in gleicher Weise nutzen können. Die unterschiedlichsten Akteure sollen unter einer gemeinsamen Linie zusammengeführt werden, ihre Aktivitäten und das Erscheinungsbild abstimmen sowie für den richtigen Marketing-Mix sorgen.

Die Stadtverwaltung sollte sich auf Kurzzeittouristen und Naherholung Suchende personell und organisatorisch sowie mit geeigneten Sachmitteln einrichten. Reisebüros, Hotel, Gastronomie und Veranstalter sind zur Mitgestaltung aufgerufen.

Das Stadtmarketing Glinde tritt ferner dafür ein, dass mehr Glinder Marketing-Produkte zum Einsatz kommen. Das Stadtmarketing selbst wird sich daran kurzfristig mit Ansichtskarten und Kunstpostkarten sowie mit einer Wanderkarte beteiligen.