



An

Stadtmarketing Neumünster e.V.

Großflecken 46

24534 Neumünster

Sehr geehrter Herr Neumann,

sehr geehrte Damen und Herren,

danke für Ihr Interesse an meiner Kandidatur als parteiloser Oberbürgermeister. Gerne beantworte ich Ihnen nachfolgend Ihre Fragen in gestellter Reihenfolge.

- 1) Eine große Ausstrahlung hat es auf jeden Fall, wenn der Bezug zur Stadt/Region besteht. Zur Zeit

kann ich für mich sagen, dass ich wenig bis gar keinen Bezug momentan erkenne.

- Pferdestadt = kein Hinweis in der Innenstadt

- Schwalestadt = ein Schwan als Sitzgelegenheit

- Textilstadt= das Museum in greifbarer Nähe wird nicht als Vorteil genutzt

- Industriestadt= Skulptur „Turbine“ ohne wirklich offensichtliche Bezugsherstellung.

Jede Stadt hat Ihren Charakter und mit wenig (finanziellem) Aufwand kann dies genutzt werden. Gutes Beispiel hierfür ist das Alte Stahlwerk mit dem Stahlofen zur Verdeutlichung des Bezuges. Eine positive Ausstrahlung zieht auch Auswärtige Menschen an und fördert die Verbundenheit der ortsansässigen Menschen zu Ihrer Stadt. Holstentor=Lübeck

- 2) Mit dem Wegfall von Karstadt ist eines unserer besten Pferde im Rennen gegen Amazon und Co. weggefallen. Karstadt hatte ein Sortiment von A-Z. Das Angebot muss nun spezieller werden, d.h. ein spürbarer Unterschied zum Internet muss her. Spontan fällt mir hier Frau

Krauskopf mit Ihrem Konzept ein, das Lesen zum echten Erlebnis zu gestalten und zu zelebrieren. Die Holstenstraße hat einen Auszug aus solchem ausgefallenem Angebot. Das Angebot muss generationsübergreifend sein um auf möglichst breite Massen ansprechend zu sein. Eltern wollen in Ruhe shoppen und wären froh über Kinderbetreuung, während Senioren beim Kaffeeklatsch keinen Kinderlärm hören möchten, Jugendliche wiederum wollen gern dort „abhängen“ wo Leben ist. Unser Großflecken mit seinem enormen Platzangebot bietet für alle Interessen genug Entfaltungsmöglichkeit für eine lebendige Innenstadt. Einkaufen wird hier als ein Baustein des ganzen in diesem Konzept sich wiederfinden. Herr Meifert von Edeka Meyer hat ein neues Konzept im Freesencenter am Start und es wird gut angenommen. Einkaufen bedeutet mittlerweile mehr als sich eine Tüte Milch rauszuholen. Jahrzehntlang hat ALDI erfolgreich ohne 1 Pfennig Werbung zu machen den Markt bestimmt; heute ist das Kaufen von Paletten weg nicht gefragt. Die Trauringmacher vom Kuhberg sind seit Jahren erfolgreich mit der Idee, die Brautpaare bei der Herstellung mitmachen zu lassen und so ein Erlebnis daraus zu machen. Die Zentrale Lage von Neumünster zwischen zwei Ballungszentren und im Herzen von Schleswig-Holstein bietet strategisch einen enormen Vorteil. Ein dickes Plus um Geschäfte anzusiedeln wäre es, wenn die Diskussion um den Großflecken ein Ende finden und es Klarheit über den Ablauf geben würde. Kein Geschäft wird sich mit der Aussicht auf 3-5 Jahre Baustelle vor der Haustür hier ansiedeln. Da werden auch Starthilfen wie z.B. Mietübernahmen wenig helfen.

- 3) Für mich macht Neumünster die o.g. Lage sehr besonders, der nahtlose Übergang von Stadt in pure Natur, das Angebot an Freizeitaktivitäten (vor und hoffentlich nach Corona), die Bodenständigkeit der Neumünsteraner*innen. Meine persönliche Verbundenheit zu Neumünster kommt insbesondere durch die Heirat, die Geburt der gemeinsamen Kinder, dem sozialen Engagement, meiner beruflichen Existenz und unserem Hausbau in Neumünster.

Das Thema Öffentlichkeitsarbeit ist eine Chance, die hier noch nicht wirkungsvoll genug genutzt wird. Eine Schwäche ist das geringe Selbstvertrauen in der Stadt. Die Frage wo man wohnt wird schon fast entschuldigend beantwortet, dabei brauchen wir uns nicht zu verstecken.

- 4) Zu Zeiten von Herrn Keller wurden neue Impulse gesetzt und haben Ihren Platz gefunden wie z.B. die Wein und Stoffköste. Für mich als OB kann ein/e Citymanager*in einen kurzen Draht zu den Geschäftsleuten darstellen und somit kurze Entscheidungen herbeiführen. Ein Citymanagement sollte aufgrund der strafferen Struktur schnell agieren können und so auch mit der Verwaltung ggf. schnell Lösungen herbeizuführen, bevor Probleme zu groß werden.

- 5) Faktor Geld -je höher das Einkommen desto mehr die Lust am Shoppen als am sparen

Faktor Erlebnis - der Auftritt und die Rahmengestaltung bestimmen über *nur* Einkauf oder Erlebniskauf

Faktor Mobilität – wie bequem kommt man an die Geschäfte? Gibt es Alternativen genug zum Auto. Kunden entscheiden sich für den Einkauf an entfernteren Stellen, wenn dort die Erreichbarkeit besser ist.

- 6) Thema Baustelle muss geklärt werden. Arbeitsgruppe aus Geschäftsleuten und Verwaltung erarbeiten ein Bedarfskonzept, aktuell freistehende Geschäfte werden in Absprache mit Eigentümern mit Kunst, Kultur und mit stadtbezogenen Dingen gefüllt. z.B. Pferdeskulptur für Pferdestadt, oder Webmaschine mit Möglichkeit des Probierens an bestimmten Tagen. Generell könnte sich solch ein Imageladen mit ständig wechselnden Ausstellungen zu einem Magneten entwickeln. Neumünsterkarte umfangreicher gestalten und präsenter machen.

- 7) Einzelhandel und Gewerbe haben direkten Einfluss auf das Wohlbefinden, gefühlte Lebensqualität der Bürger*innen, entsprechend hoch wird mein Interesse hieran sein. Zusammenarbeiten schließe ich keine aus.
- 8) JA! Dosenmoor, Einfelder See, Rencks Park, Wittorfer Burg, Wasserturm, Museum, Fürsthof usw.. unsere Stadt hat ganz viele Orte und Dinge, die zu einer regelrechten Erlebnistour zusammengestellt werden können und entsprechend vermarktet werden sollten.
- 9) Bürgernähe, Sauberkeit, Sicherheit, Haushalt und Digitalisierung

Zusammenfassend möchte ich Ihnen für Ihr Engagement für unsere Stadt danken und hoffe auf eine konstruktive erfolgreiche Zusammenarbeit. Mir ist es wichtig unsere Stadt voranzubringen und unsere Stadt mit einem guten Image zu verbinden.

Für Ihre Fragen stehe ich Ihnen selbstverständlich gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Memet Celik

www.nms-ist-super.de