

Sven Radestock

Kandidat für die OB-Wahl in Neumünster



10. März 2021

Antworten auf die Fragen des Stadtmarketings Neumünster zur Oberbürgermeisterwahl 2021

1) Welche Ausstrahlung hat für Sie eine attraktive Innenstadt in Bezug auf den Standort Neumünster?

Unsere Innenstadt soll wieder ein Ort der Begegnung werden. Ein Zentrum, in das die Menschen gern kommen, um andere zu treffen. Um sich zu begegnen, zu essen und zu trinken. Um mit der Familie und Freunden eine schöne Zeit zu verbringen, Kultur und Kunst zu erleben. Um in stressfreier Atmosphäre zu bummeln, sich beraten zu lassen und einzukaufen. Und vor allem auch: Um hier zu leben.

Das ist es, was die Innenstadt der Zukunft ausmacht. So wird sie attraktiv – für alle, die hier wohnen ebenso wie für die, die hier arbeiten oder nur zu Besuch kommen. Wenn wir uns Neumünsters geografische Lage ansehen, stehen wir in Konkurrenz zu dem eher naturgeprägten Angebot der Küsten im Osten und Westen und zu dem urbanen Angebot aus Kiel und vor allem Hamburg in Norden und Süden. Hier einen eigenen Schwerpunkt zu setzen - ein mittelstädtisches Angebot im Grünen mit kurzen, attraktiven Wegen - könnte die Lösung für uns sein.

2) Welches Angebot fehlt aus Ihrer Sicht in der Innenstadt und welche Möglichkeiten sehen Sie, attraktive Geschäfte anzusiedeln?

KONTAKT FÜR PRESSE-ANFRAGEN:

GEOFFREY WARLIES - 0171 - 4167513 - WARLIES@GRUENE-NEUMUENSTER.DE

Was mir zu allererst fehlt, ist eine gemeinsame Linie - und das beginnt bei den Öffnungszeiten. Gerade mit Blick auf die Konkurrenz aus dem Internet, mit der wir werden leben müssen, ist es unattraktiv, wenn ich beispielsweise Sonnabend nachmittags immer wieder vor verschlossenen Türen stehe. Das heißt nicht, dass alle Geschäfte rund um die Uhr geöffnet haben müssen oder dass es strikte Vorschriften wie in der Holstengalerie geben muss. Aber deutlich kommunizierte Rahmenöffnungszeiten wären im Sinne gerade auch neuer Kundinnen und Kunden.

Attraktive Geschäfte wären für mich solche, die es in dieser Form woanders nicht oder nur selten gibt. Weil sie sich im Angebot oder im Service oder in persönlichen Besonderheiten von anderen, vor allem von Filialisten unterscheiden. Ein mögliches Modell wäre für mich, es Gründerinnen und Gründern zu ermöglichen, sich zunächst quasi probeweise zu versuchen. Dies kann durch so genannte Pop-Up-Stores geschehen oder auch durch Geschäfte, in denen mehrere Anbieter unter einem Dach gebündelt werden.

Sehr wesentlich für eine zukunftsfähige Innenstadt ist es aber auch, dass wir mehr Angebote zur Begegnung schaffen. Das sind gastronomische Bereiche, aber auch Orte, die die Besucher*innen an sich erstmal nichts kosten.

3) Was macht Neumünster für Sie besonders? Wo sehen Sie die Stärken und wo die Schwächen unserer Stadt?

Die Lage ist für mich eine eindeutige Stärke. Sie war für mich selbst damals ausschlaggebend, um hier meinen Wohnort einzurichten - ich bleibe flexibel, selbst wenn es mich beruflich in eine andere Himmelsrichtung verschlägt. Es ist aber auch der Aufbau und die Lage der Innenstadt: Welche andere Stadt bieten ihren Bewohner*innen und Besucher*innen schon die Möglichkeit, in Ruhe einmal im Kreis zu bummeln? Welche andere Stadt hat mitten im Zentrum einen großen Platz, auf dem sie viele attraktive Veranstaltungen anbieten kann, ohne damit die bestehenden Unternehmen in Bedrängnis zu bringen (z.B. indem ihre Eingänge aus Platzmangel zugestellt werden müssen)?

Wir haben außerdem eine Tradition als Industrie-/
Tuchmacherstadt und auch als Eisenbahnerstadt. Kleidung/

Mode ist ebenso wie Technik nach wie vor ein inhaltliches Zugpferd für viele Menschen, das wir mehr nutzen müssen.

Für mich ist es eine deutliche Schwäche, dass diese Stärken bisher nicht erkannt und genutzt werden. Wir könnten unsere Potentiale, die unsere Stadt unverwechselbar machen, benennen und entwickeln.

Statt dessen erlebe ich, wie unser Neumünster nach außen negativ dargestellt wird. Das haben wir zum Beispiel bei der Diskussion um die künftige Gestaltung des Großfleckens erlebt. Der Tiefpunkt war für mich persönlich jedoch im vorigen Oktober ein großer Artikel im Magazin „Stern“. Wie ein Schlag ins Gesicht fühlte sich das an - Ich lese da, wie unsere Stadt aufgegeben wird und überregional als schlechtes Beispiel für falsche Innenstadt-Entwicklung dienen soll.

Wir müssen uns aber nicht verstecken. Ich möchte, dass wir mit unserer Innenstadt selbstbewusst umgehen und stolz sein können.

4) Welche Bedeutung hat für Sie ein aktives Citymanagement für Neumünster?

Es ist wichtig, dass alle, die mit unserer Innenstadt zu tun haben, an einem Strang und dazu auch noch in dieselbe Richtung ziehen. Da sollte das Citymanagement eine wichtige Koordinierungsfunktion übernehmen.

Die Idee, Veranstaltungen unterschiedlicher Art mit der Bezeichnung „Köste“ ein Alleinstellungsmerkmal zu geben, finde ich sehr gut - aber wir müssen darauf achten, dass wir uns nicht auf kleinen Erfolgen ausruhen. Das ist übrigens auch der Kern der Kritik, die ich an den verkaufsoffenen Sonntagen habe: Abgesehen davon, dass ich es für wichtig halte, den Sonntag als Besonderheit in der Woche zu erhalten, ist ein verkaufsoffener Sonntag ein Modell, das es überall im Land gibt, das insofern nichts Besonderes mehr ist. Was die Einnahmen betrifft, so können die Händler*innen froh sein, wenn sie am Ende finanziell unbeschadet da herauskommen - so voll es am Sonntag in der Stadt sein mag, so leer ist es an den Tagen danach. In erster Linie, so habe ich es gerade von der IHK gehört, dient ein solcher Aktionstag dem Image einer Stadt. Doch wie besonders, wie unverwechselbar kann dieses Image sein, wenn alle Städte das gleiche Rezept anwenden?

Ein aktives Citymanagement ist also gefragt, neue Ideen zu entwickeln, die unsere Stadt attraktiv nach außen wirken lassen und sie dabei von anderen Städten positiv unterscheiden lässt. Dazu gehört im Übrigen auch ein attraktives Erscheinungsbild - das fängt bei mehr Grün und einer gewissen Sauberkeit an und hört nicht dabei auf, die bestehenden Narben im Stadtbild zu verschönern.

Und noch etwas ist wichtig: Wir dürfen nicht nur die Zielgruppen im Auge haben, auf die unser jetziges Angebot bereits ansetzt. Wir müssen auch auf die Menschen gucken, die immer seltener in die City gehen, weil sie ihnen nichts oder vermeintlich nichts bietet.

5) Welche Faktoren werden Ihrer Meinung nach die erfolgreiche Zukunft des Einkaufens in der Innenstadt von Neumünster maßgeblich bestimmen?

Der Großeinkauf in Einkaufszentren und der bequeme Einkauf zu jeder Zeit im Internet - das sind Entwicklungen, die wir zwar beklagen, die wir aber nicht stoppen oder gar aufhalten können. Wenn ich genau weiß, was ich kaufen will, ist der Weg übers Internet unschlagbar.

Den Tod für den Einzelhandel muss es trotzdem nicht bedeuten - so wie es vor Jahrzehnten auch das Aufkommen der Versandhäuser nicht war, obwohl genau dies damals befürchtet wurde.

Wenn ich im Internet einkaufe, geht dies schnell, bequem und in vielen Fällen auch billiger.

Also muss ich mich als Innenstadt fragen: Was kann ich bieten, damit die Menschen auch zu mir kommen, obwohl es mehr Zeit kostet, obwohl ich mich dafür bewegen muss und obwohl es vielleicht etwas mehr kostet?

Die Rezepte sind den meisten Unternehmer*innen bekannt: Besonderes, unterscheidbares Angebot, persönliche Beratung, menschlicher Kundenkontakt. Das muss jedes Geschäft für sich beantworten - und es gibt ja bereits gute Beispiele dafür bei uns in Neumünster. Dazu gehört es auch, den Weg des Internets für sich zu nutzen. Die Buchhandlungen sind da wirklich vorbildlich - es gibt keinen wirklichen Grund, beim ungeliebten Großhändler zu bestellen, bei dem sich Empfehlungen auf ein „Andere Kunden bestellten auch...“ beschränken.

Gefragt ist hier aber auch die Innenstadt insgesamt. Denken wir zum Beispiel an junge Familien: Der Wochenend-Bummel, die Suche nach Geschenken fällt doch viel leichter, wenn der Besuch der Innenstadt auch für die Kinder attraktiv ist. Das muss nicht Halli-Galli sein: Spielmöglichkeiten, schöne Außenflächen, regelmäßige kindergerechte und möglichst kostenfreie Unterhaltungsangebote in der Fußgängerzone, vielleicht auch etwas Musik können schon viel ausmachen.

6) Mit welchen Maßnahmen wollen Sie aktiv dem Leerstand in den Innenstadt begegnen?

Offenbar gibt es hier kein Patentrezept, sonst würde nicht Neumünster schon seit Jahren mit diesem Problem kämpfen und sonst hätten nicht auch viele andere Städte dasselbe Problem.

Aufgabe der Kommunalpolitik ist es, das Umfeld attraktiv zu gestalten. Die Innenstadt aufzuwerten. Das bisherige Modell - und auch das gilt nicht nur für Neumünster - ist nicht zukunftsfähig. Es bringt nichts, sich darüber die Köpfe heißzureden, ob die Holstengalerie nun eine gute Idee war oder nicht.

Wir können nicht an einem Konzept festhalten, das aus der Nachkriegszeit stammt und die damaligen, im Aufbau befindlichen Konsumgewohnheiten berücksichtigt. In die zukunftsfähige Innenstadt gehören neben Geschäften zum Bummeln auch kulturelle und bildende Angebote, Begegnungsmöglichkeiten (auch kostenlose), (Büro-) Arbeitsplätze und vor allem auch Wohnungen.

Dies zu planen, ist eine Aufgabe der Politik - aber nicht nur. Hier müssen alle Beteiligten an einen Tisch. Unser GRÜNER Ansatz, hierfür einen zeitlich und inhaltlich begrenzten Bürgerrat einzurichten, ist ja leider - trotz Unterstützung der FDP - in der Ratsversammlung am Widerstand der großen Parteien gescheitert. Er liegt damit für den Rest der Wahlperiode erstmal auf Eis.

Somit müssen wir andere Wege finden. Eine Stadtentwicklungsgesellschaft schwebt mir da als eine Möglichkeit vor.

Zudem werde ich das Gespräch suchen, inwiefern sich Citymanagement und Wirtschaftsagentur auch gemeinsam gegen den Leerstand engagieren können. Einige weitere

Möglichkeiten wie Pop-Up-Stores oder Geschäfte auf Probe habe ich ja bereits genannt.

7) Welchen Stellenwert werden Einzelhandel und Gewerbe in Ihrem Arbeitsalltag einnehmen, welche Zusammenarbeiten streben Sie an?

Die Kommunikation zwischen allen Menschen, die in und für Neumünster etwas bewegen wollen, wird breiten Raum einnehmen. Ein Oberbürgermeister leitet die Verwaltung, er sollte sich dabei jedoch nicht hinter seinem Schreibtisch oder alt eingesessenen Vorschriften und Abläufen verschanzen, sondern dort hingehen, wo auch die Menschen sind. Lösungen suchen, sich zuständig fühlen, machen statt Macht. Mit diesem Ansatz werde ich auch auf Vertreterinnen und Vertreter von Einzelhandel und Gewerbe zugehen.

Insofern können Sie sich sicher sein, dass wir direkten und unkomplizierten Kontakt pflegen werden. Ich orientiere mich da weniger an den bisherigen Gepflogenheiten in Neumünster, sondern vielmehr an erfrischenden Beispielen aus Stuttgart, Tübingen oder Rostock. Salopp gesagt: Dort fragt der OB nicht lange, wer denn für die ausgefallene Glühbirne zuständig ist - er tauscht sie einfach aus.

8) Wollen Sie Neumünster touristisch weiter stärken und wenn ja, welche Maßnahmen sind dazu erforderlich?

Neumünster hat es schwer, touristisch gegen die Hochburgen an Nord- und Ostsee anzukommen. Doch das Gute ist: Dies ist überhaupt nicht schlimm. Denn unsere Stärke ist unsere Lage! Wer zum Urlaub nach Schleswig-Holstein kommt, für die oder den ist Neumünster eine gute Wahl, um von hier aus überall gut und schnell hinzukommen. Neumünster als Basis sozusagen - aber nicht nur: Wir können und müssen auch kulturell einiges bieten, sollten gute gastronomische Angebote in jeder Preisklasse haben, und über das Interesse an Textil und Technik hab ich ja schon was gesagt. Tierpark, Einfeld der See, Dosenmoor, Brachenfelder Gehölz, Wittorfer Burg - all das sind darüber hinaus Schätze, die wir viel besser nutzen und nach vorne stellen müssen.

Wenn ich mich außerdem frage: Was gefällt mir besonders, wenn ich woanders im Urlaub bin, dann fallen mir auch vermeintliche Kleinigkeiten wie Wochenmarkt oder südländisch geprägte Mini-Geschäfte ein - auch die gibt es bei uns!

Es gilt auch hier, unser Licht nicht unter den Scheffel zu stellen. Ich werde im Gespräch ausloten, ob sich nicht auch eine stärkere Zusammenarbeit der Stadt mit dem Stadtmarketing und möglicherweise auch mit der Wirtschaftsagentur anbietet. Wir müssen in diesem Bereich aber auch realistisch bleiben: Der Messe-Tourismus wird in meinen Augen immer eine größere Rolle spielen als der Tourismus aus dem Prospekt. Luxushotels in landschaftlich sensiblen Lagen wie dem Einfelder See halte ich deshalb auch für den falschen Weg. Menschen, die Schleswig-Holstein wegen der Natur besuchen, orientieren sich eher Richtung Küste. Anderenfalls wäre auch das Kirchenkreis-Jugendheim in bester Lage direkt am See nicht längst Geschichte.

9) Wenn Sie Oberbürgermeister von Neumünster werden, welche 5 wichtigsten Aufgaben werden Sie als erstes angehen?

Diese Frage wird mir häufig gestellt - und ich kann sie nicht endgültig beantworten. In einer Zeit, in der wir alle flexibel auf immer wieder neue Situationen reagieren müssen, kann ich nicht seriös vorhersagen, was im September obenauf liegt. Stecken wir dann immer noch in der Pandemie, droht uns gerade eine weitere Welle oder müssen wir uns mit den Folgen der schmerzhaften Lock-Downs beschäftigen? Ich habe einen klaren Plan für ein zukunftsfähiges Neumünster. Einfach so weitermachen wie bisher, das geht nicht - das zeigen ja auch die Missstände, die Sie in Ihren Fragen zur Sprache bringen. Eine krisenfeste Stadt mit Zukunft, eine faire und klimafreundliche Wirtschaft, Klimaschutz und Mobilität für alle, ein gutes Zusammenleben miteinander und füreinander - und nicht zuletzt: eine offene und unkomplizierte Stadtverwaltung - das sind die Themenfelder, die mir klar am Herzen liegen. Und die will ich gern mit Ihnen und den Menschen in Neumünster angehen.