

# „Die Innenstadt braucht mehr Liebe“

Fachleute diskutierten auf Einladung des Wirtschaftsrates über die Zukunft von Innenstädten am Beispiel Neumünsters

Von Hannes Harding

**NEUMÜNSTER** Vielen Innenstädten in Deutschland geht es schlecht. Leerstände nehmen zu, die Vielfalt schwindet. Neumünster macht da keine Ausnahme. Worin ist das begründet? Und mit welchen Strategien kann man einen Wandel herbeiführen? Darüber diskutierten Fachleute am Donnerstagabend auf Einladung des Wirtschaftsrates am Beispiel Neumünsters in den Holstenhallen. Und ihr Befund ist niederschmetternd.

Nicht etwa, weil die Akteure in Neumünster in den vergangenen Jahren alles falsch gemacht hätten. Die Frage danach beantwortete OB Dr. Olaf Tauras mit einem „klassischen Jein“. Die Ansiedlung des Designer-Outlet-Centers (DOC) und der Holsten-Galerie hob er als positive Beiträge zur Stärkung der Einkaufsstadt Neumünster hervor. Er geißelte hingegen die „viel zu lange

Debatte“ über die Umgestaltung des Großflecks und zweifelte zudem die Finanzierbarkeit vor dem Hintergrund der sich verschärfenden Haushaltslage an.

Ohnehin wurde die Umgestaltung von Neumünsters zentralem Platz aus fachlicher Sicht letztlich zur Marginalie degradiert. Denn mit Kosmetik lassen sich Innenstädte nicht retten. Das verdeutlichte der Stadtplaner, Projektentwickler und Einzelhandelsexperte Manuel Jahn anhand statistischer Daten. Diese belegen einen grundlegenden Strukturwandel, der längst im Gang ist und durch die Coronakrise weiter an Fahrt aufgenommen hat. Die wichtigsten Erkenntnisse daraus: Das Warenhaus-Sterben begann bereits vor Jahren und erscheint unumkehrbar, auch Shoppingcenter können in diesen Strudel geraten, wenn sie einen großen Anteil vor allem an Fashion, aber auch Schmuck



**Diskutierten über die Zukunft** der Innenstädte: (von vorne: Holger Bajorat, Manuel Jahn, Dierk Böckenholdt (Handelsverband Nord), OB Olaf Tauras und Mogens Link Schmidt. FOTO: HARDING

oder Elektronik vorhalten. Allein die Ausgaben für Bekleidung seien pro Kopf seit 2008 um 25 Prozent gesunken, vor allem, weil die Preise verfallen, sagte Jahn.

Im Gegensatz dazu stehe eine „Nahversorgungsrallye“ mit seit Jahren steigenden Umsätzen etwa im Lebensmitteleinzelhandel. Warum? Weil selbst Discounter begriffen

hätten, dass man Menschen ein Einkaufserlebnis bieten müsse, so der Experte. Die Menschen investierten weniger Zeit in den Einkauf – ein Argument für Onlinehandel und wohnortnahe Angebote. „Und Wohnort heißt nicht zwangsläufig Innenstadt“, sagte Jahn. Für Einkaufsstraßen bedeute das: Der Überhang an geschlossenen Einzelhandelsflä-

chen müsse durch gemischte Nutzung gefüllt werden.

Und das dürften nicht Banken, Bäcker und Billigsortimente sein, hob Mogens Link Schmidt von der dänischen Einrichtungskette Søstrene Grene hervor. Das Unternehmen habe in kurzer Zeit zahlreiche Filialen in Deutschland eröffnet, auch in Flensburg, Kiel und Lübeck. Interesse hatte er auch an Neumünster. Sein Fazit nach dem Besuch der Innenstadt: „Ich schaute mich zehn Sekunden lang um – dann war Game Over.“ Nötig sei, sagten Jahn und Schmidt, was auch OB Tauras fordert: ein lebendiger Mix aus Kultur, Bildung, Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen rund um den Großfleck. Schmidt schreibt Politik und Handel ins Stammbuch: „Ein Besuch bei uns dauert im Schnitt acht Minuten. Das ist die Zeit, in der ich das Kundenherz berühren muss. Die Innenstadt in Neumünster braucht mehr Liebe.“