

Anmerkung: Dieser offene Brief wurde von uns anlässlich einer großen regionalen Unternehmer-Tagung, die im März 2009 in Radolfzell stattfand, als persönliche Handreichung ausgegeben.

Radolfzell ist *individuell!*

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten heute mit einer Idee an Sie herantreten, die für die Imagewerbung der Stadt Radolfzell und ihre Wirtschaft zukunftsweisend sein könnte.

Es ist ein ganz einfacher Gedanke:

Wir haben in Gesprächen mit vielen unserer „Kunden“ bemerkt, dass viele Menschen gerade über die persönliche und freundliche Atmosphäre in Radolfzell begeistert sind. Eingeschlossen uns selbst, die wir erst vor 4 Jahren in diese schöne Stadt gezogen sind.

In Radolfzell kennt man sich...Der „Karle“, der schon über sechzig ist, begrüßt am Samstag an der Ecke zum Marktplatz den Ferdi, den er schon seit der Schulzeit kennt. Im Eiscafe „tagt“ die wöchentliche „Herrenrunde“, alles Freunde seit vielen Jahren. Dies soll nur als ein gedankliches Bild dienen, um die persönliche Atmosphäre in Radolfzell zu skizzieren.

Für den Geschäftsbereich seien nur wenige von sicherlich vielen Beispielen genannt:

Im Kaufhaus Kratt trifft man tatsächlich Personen mit dem Namen „Kratt“ an. Es bedient Sie Barbara Kratt oder einer der beiden Chefs, die beide Kratt heißen, weil sie Brüder sind. Der Fahrradhändler Joos heißt wirklich Joos und Biller`s bedienen bei Elektro Biller. Im Blumengeschäft Mauch hat Fam. Mauch ihr individuelles, floristisch- künstlerisches Ambiente geschaffen. Auch beim Bäcker bekommt man noch Brot, Kuchen und Brötchen aus der eigenen Backstube.

Geht man aber nur eine Stadt weiter auf der Landkarte des Bodensees, dann sieht man die Entwicklung in der „Bodenseemetropole“ Konstanz:

Die Kaufhäuser heißen C&A, Galeria Kaufhof, Karstadt usw. Die Brötchen beim Bäcker kommen gefroren als „Teiglinge“ von weit her: Von K&U aus Reutlingen oder gar aus Polen. Natürlich sind schillernde, große, Kaufhäuser und Shopping Center attraktiv und verfügen auch oft über ein wirklich gutes Warenangebot. Es soll ihnen auch nicht die Existenzberechtigung abgesprochen werden, aber wir möchten auch die andere Seite, die der kleineren, individuellen Unternehmen stärken, denn in unserer Nachbarstadt Konstanz macht sich mehr und mehr schon der „Einheitslook“ bundesdeutscher Städte breit: Überall gibt es einen Mac Donalds vor der Bahnhofstür, ein C&A gleich daneben und auch die anderen einschlägigen

Handelketten sind überall mit gleichem Warenangebot und „Outfit“ in den Städten angeordnet.

Wir möchten, dass so etwas in Radolfzell nicht passiert, denn so würde sich eine Anonymität in den Städten verbreiten, die uns für die körperliche und seelische Gesundheit der Menschen als nicht gut zuträglich erscheint.

Das Phänomen der Anonymität bedeutet unter anderem, dass keine persönliche Seele mehr mit dem jeweiligen Geschäft verbunden ist.

Dies ist in Radolfzell noch anders. Und diese Individualität macht gerade den Charme dieser Kleinstadt aus.

Viele kleine Läden verschwinden aus den Städten und damit auch die individuelle Eigenart und Ausstrahlung der jeweiligen Läden, Praxen, Institute, Galerien, Gärtnereien, Eisenwarenhandlungen, sogar Kinos und anderer Geschäfte.

Individualität heißt: Einzigartigkeit. Die großen Handelsketten sind nicht einzigartig.

Mit einem Laden und seinem Besitzer aber, lebt eine Seele in der Stadt. Eine Seele fühlt, sie denkt und sie hat Absichten. Sie hinterlässt einen Eindruck, der nicht so unerheblich ist, wie er vielleicht im Einzelfall erscheinen mag.

Eine Angestellte wird selten so viel Verantwortung und Sorgfalt für ihr Geschäft empfinden wie der Besitzer selbst. Sie hatte ja auch nicht die Idee, nicht das Risiko, nicht die Sehnsucht nach Selbständigkeit und Selbstbestimmung. Diese Seelenqualitäten leben aber mit den Inhabern der Einzelhandelsgeschäfte in einer Stadt. Lässt man zu viele Handelsketten sich ansiedeln und übergibt man die Immobilien und Geschäfte in ortsfremde, anonyme Hände, so weicht ganz langsam und unmerklich die so „typische“ Seele aus einer Stadt.

Die Seele berührt, sie gibt Wärme und Menschlichkeit. Sie ist lebensnotwendig für den Menschen wie die Luft zum Atmen, der Sonnenschein und das Wasser. Sie gibt Licht und Wärme.

Die anonymen Großstädte sind in ihrer innersten Ausstrahlung „entseelt“. Dies bemerkt ein sensibler Mensch beim Einkaufen, indem er sich nach einem Aufenthalt im „Gewerbegebiet“ oder im „Shopping-Center“ erschöpft, erschlagen oder ausgezehrt fühlt. Viele Menschen reagieren dann mit Gereiztheit oder Trägheit und Antriebsschwäche, die wiederum dann mit weiterem Konsum von Unterhaltungsmedien oder Essen und Trinken kompensiert wird. Diese Reaktionskette ließe sich noch weiter ausführen, würde aber den Rahmen dieses offenen Briefes sprengen.

Sie als Unternehmer, Führungskräfte und eben auch „Gestalter“ in Politik und Wirtschaft erschaffen Realitäten. Sie gestalten die Umwelt und Lebensbedingungen für viele Bürger. Wir meinen, dass dies eine wunderbare

Tätigkeit ist, die Wissen, Kreativität, aber auch Verantwortung in sich trägt, deshalb wenden wir uns an Sie.

Mit diesen, etwas ungewöhnlichen, die innere Seele des Menschen betreffenden Gedanken und Beobachtungen möchten wir an Sie als Entscheidungsträger, Gestalter und Unternehmer in der Region Radolfzell appellieren, mit dazu beizutragen, dass Radolfzell so weit wie möglich *individuell* bleibt. Das heißt unter anderem eine Stärkung des Einzelhandels, gerade auch im alten Stadtkern zu fördern und eine Vermeidung von Geschäfts-Übernahmen durch große, überregionale Anbieter.

Radolfzell ist als Touristenort vielleicht gerade wegen seines *individuellen*, persönlichen und freundlichen Ambientes bei den Urlaubern beliebt.

Wir glauben, dass gerade hierin auch für die Zukunft auch die Stärken einer Kleinstadt liegen. Sie sollte einen gepflegten, geborgenen, Orts-typischen Charakter ausstrahlen und dies geschieht vor allem durch die Geschäfte der Innenstadt und durch die Menschen, die in dieser Stadt leben und arbeiten.

Der Slogan: „Radolfzell ist *individuell*“ könnte vielleicht helfen, diesen Gedanken der Individualität zu fördern und ihn zu einem der Leitgedanken für die zukünftige Stadtentwicklung und Wirtschaftsentwicklung in der Region zu machen.

Mit freundlichen Grüßen

Birgit und Frieder Bauer

Radolfzell, 16.3.2009

Verantwortlich für den Inhalt:

Birgit und Frieder Bauer,

Yogastudio Bauer, Gartenstraße 10 a, Radolfzell , Tel. 07732-94328, e-mail:

yogastudio.bauer@gmx.de

Nächste Seite:

Genau ein halbes Jahr später, am 16. September 2009 zeigt sich dieser Gedanke in folgendem Artikel des Radolfzeller Wochenblatts:



chenblatt

▶ LANGE LEITUNG

Jetzt ist es sichtbar: Der Bau des neuen Polizeigebäudes hat sich verzögert, weil Altlasten gefunden wurden und Versorgungsleitungen durch das Grundstück gehen, die vorher nicht bekannt waren. Der Baukörper musste deshalb auch leicht verschoben werden: Ein Thema für den Gemeinderat nach den Vorgeschichten allemal. li-

Offensive gegen Leerstände

Wirtschaftsförderer Daniel Seefelder bietet Hausbesitzern Hilfe an

Radolfzell (li). Die Stadt Radolfzell hat gestern eine Offensive gegen die Leerstände in der Innenstadt gestartet: In der Bahnhofstraße ist erstmals ein leerstehender Laden zu sehen, der regelrecht »beworben« wird. Dichte oder transparente Folien lassen durch die Buchstabeneinen Durchblick ins Innere zu. Dort stehen dann Stelen mit Argumenten von Radolfzeller Geschäftsleuten, warum sie gerne an diesem Standort sind. Das Konzept hat gestern Daniel Seefelder, der Wirtschaftsförderer der Stadt, vorgestellt. Es werde eine konzertierte Aktion mit der Aktionsgemeinschaft, Maklern, Hausbesitzern, IHK und Einzelhandelsverband geben müssen. Seefelder sagt auch: Die beste Lösung sei, den Leerstand erst gar nicht aufkommen zu lassen.

Die Probleme haben alle Städte, doch in Radolfzell soll darüber nicht länger geschwiegen werden. Das ständige Wachstum sei vorbei, sagte Seefelder auch, räumliche Umschichtungen spürbar. Die Kaufkraft sei zudem begrenzt, ihre Umsetzung sei auf immer weniger Standorte beschränkt.

Gemeinsame Flächen über Häusergrenzen hinweg zu bilden, ist ein Ziel der Aktion: Beraten, wo solche Maßnahmen möglich sind. Dr. Peter Zinsmayer sprach für die Aktionsgemeinschaft und begrüßte, dass sich die Stadtverwaltung hier ihrer Aufgabe bewusst ist. Leerstände schaden allen, vor allem dem Image einer Stadt. Dr. Zinsmayer sieht aber auch eine »Hilflosigkeit bei Hausbesitzern«, wenn der Leerstand zum Dauer-



Die Pünktchen auf dem a fehlen noch: Zum Hingucker sollen leere Schaufenster werden. Das Projekt präsentierten gestern (von links) Dr. Peter Zinsmayer, Daniel Seefelder und Barbara Ehniß. swb-Bild: li

zustand werde. Der Sprecher der Aktionsgemeinschaft bedauerte, dass der Handel auf dem Seetorplatz fast komplett verschwunden sei. Die Zukunft der Höllturmpassage müsse man fördern. Heute würden eben größere Ladenflächen verlangt.

Beim Vor-Ort-Termin in der Bahnhofstraße wies Seefelder auf ein zentrales Problem: Auf abschüssigen Straßen ist eine gemeinsame Geschosshöhe nur selten zu erreichen. Radolfzell setzt weiter auf inhabergeführte

Geschäfte und hohe Fachkompetenz. Thematisiert wurde auch die Individualität einer Stadt. Diese komme nicht durch die Anwesenheit aller gleichen Ketten.

Barbara Ehniß sieht Radolfzell nicht in einer Sandwich-Lage zwischen Konstanz und Singen: Radolfzell könne seinen Einzugsbereich in beide Richtungen entwickeln. Die neue Offensive dient auch dieser selbstbewussten Vermarktung.