

Press release

Kiel, 23.09.2025

Kiels Altstadt muss mehr sein als die „obere Holstenstraße“

Zum KN-Interview des Oberbürgermeisters über den Zustand der Kieler Altstadt erklärt Ratsherr Marcel Schmidt, Vorsitzender der SSW-Ratsfraktion Kiel:

„Die Kieler Altstadt ist in einem Zustand, mit dem man nicht zufrieden sein kann. Die 44% an Leerstand sind dem Straßenbild stark anzumerken – annähernd jedes zweite Geschäft steht leer – und drohen über die Jahre zu einem gewohnten Bild zu werden. Oberbürgermeister Ulf Kämpfer sagt im Interview mit den Kieler Nachrichten, dass die Stadt bereits auf dem Weg ist, den Zustand zu ändern. Solche und ähnliche Äußerungen hören wir bereits seit vielen Jahren, eine Änderung zum Besseren steht allerdings noch aus. Die außerordentlich hohe Leerstandsquote oberhalb des Holstenfleets ist im Vergleich mit dem Rest der Innenstadt einzigartig – es fällt uns also schwer, zu glauben, dass allein die Wirtschaftsflaute für die fehlenden Mieter verantwortlich ist.

Obwohl im Bereich der Altstadt viele Fortschritte in der Quartiersentwicklung gemacht wurden – nicht zuletzt durch die Schaffung von Wohnraum – fehlt es an ausreichend Schwung, um Geschäftsleute in ausreichender Zahl anzuziehen und auch zu halten. Zudem gibt es gerade um die Erreichbarkeit der Altstadt seit Jahren Diskussionen bezüglich der Verkehrsführung, die es Gästen und Kunden von außerhalb erschwert, das Quartier zu erreichen. Dazu kommt, dass nicht alle Neubauten den erhofften geschäftlichen Erfolg hatten.

Insgesamt fehlt Kiels Altstadt ein schlüssiges Konzept. Es wird zwar seit Jahren daran gearbeitet, doch bisher noch ohne messbare Ergebnisse. Wir wissen weder, ob es mehr Geschäfte oder mehr Gastronomie geben soll, noch wie der Bereich baulich entwickelt werden soll. Aktuell fehlen der Altstadt die Anziehungspunkte, um mehr Gäste über das Holstenfleet zu locken. Eine Herausforderung dabei ist beispielsweise die schleppende

Entwicklung des Schlosses. Es gibt aber ein noch grundsätzlicheres Problem: die fehlende Identifikation mit dem Quartier. Die Altstadt muss als ein gesonderter, zusammenhängender Bereich betrachtet in dieser Form auch besser vermarktet werden. Anstatt nur immer von der ‚oberen Holstenstraße‘ zu reden, müssen wir für das gesamte Gebiet nördlich des Holstenfleets einen identitätsstiftenden Begriff verwenden und als identifikatorischen Fixpunkt für Anwohnende und Geschäftsleute im Quartiersmarketing etablieren. Unser Vorschlag ist der Begriff ‚Altstadt‘, den wir gerne mit dem Ortsbeirat, den Gewerbetreibenden und den Gremien diskutieren wollen.“