

Initialzündung aus der Leserschaft

Lokalzeitungen werfen gerne einen Blick in die Zukunft.
Die *drehscheibe* präsentiert drei außergewöhnliche Serien.



VON RENÉ MARTENS

„Weltstadt oder Millionendorf?“ – so lautete eine plakative Frage, die die Redaktion des *Kölnischer Stadt-Anzeigers* im vergangenen Jahr zum Auftakt ihrer großen Serie „Köln 2020“ stellte. Köln stehe an einer „Wegscheide“, es gehe um die Frage, ob die Stadt ihre Entwicklungschancen wahrnehme, schrieb Chefredakteur Peter Pauls damals. „Köln hat zwar nicht das Potenzial, eine Metropole vom Rang Berlins, Londons oder Roms zu werden, kann aber aufschließen zu Städten wie Barcelona, Kopenhagen oder Prag“, erläutert er im Gespräch mit der *drehscheibe*.

Zukunftsvisionen, heruntergebrochen auf das Erscheinungsgebiet einer Zeitung – solche Ideen haben schon manche Redaktionen in aufwändigen Serien umgesetzt. Die *Abendzeitung* etwa präsentierte in diesem Sommer die Serie „München 2030“. Die Boulevardzeitung widmete sich dabei in jeder Folge der Entwicklung einzelner Stadtteile. Die *taz* indes stellte für ihren Berlin-Teil zum Jahreswechsel 2010/2011 Visionen für „Berlin 2020“ zusammen.

Eine Stadt auf dem Sprung Für die Serie „Köln 2020“ sei der Ausgangsgedanke gewesen, dass die Stadt einen großen Sprung im internationalen Städtewettbewerb machen

könne, „wenn wir die Vielzahl an Projekten, die wir haben, einigermaßen orchestrieren“, sagt Pauls. Dazu zählt er die Kernsanierung des Domhotels, die Aufwertung des Museumsquartiers und die Entstehung eines innerstädtischen Luxusquartiers, das sich auf einem Areal befindet, das früher von einem Versicherungskonzern genutzt wurde.

In jüngster Zeit ist die Stadt auch dank des im Stadtteil Deutz geschaffenen Rheinboulevards – inklusive einer mehrere Tausend Menschen fassenden Sitztreppe – attraktiver geworden. Woran es in Köln bei der Stadtentwicklung jedoch vor allem mangelt, daran ließ Pauls in seinem Einstiegstext für die Serie keinen Zweifel. Der letzte Kommunalpolitiker, „der die Stadt wirklich formte“, sei Konrad Adenauer gewesen, schrieb er. Das war zwischen 1917 und 1933, als der spätere Bundeskanzler in Köln als Oberbürgermeister amtierte.

Das Themenspektrum von „Köln 2020“ reichte vom Lebensgefühl über die Infrastruktur bis zur medizinischen Versorgung. Die Redaktion warf dabei auch einen Blick in andere Länder. „Wie bekommt zum Beispiel Zürich in der Innenstadt eine Bevölkerungsmischung hin, ohne dass Konflikte zwischen den einzelnen Gruppen entstehen?“ – das sei eine der aufgeworfenen Fragen gewesen, erzählt Pauls.

Initialzündung aus der Leserschaft

Dass die eigene Stadt zahlreiche Voraussetzungen mitbringt, viel mehr aus sich zu machen, war auch der Ansatz einer Zukunftsserie des *Solinger Tageblatts*. Die Rahmenbedingungen in der Stadt mit 165.000 Einwohnern sind allerdings völlig anders als im 35 Kilometer südöstlich gelegenen Köln. Ein Problem in Solingen sei, dass sich die Bürger in verhältnismäßig geringem Maße mit der Stadt identifizierten, sagt Stefan Kob, der Chefredakteur des *Solinger Tageblatts*. Im negativen Sinne frappant ist auch der Auspendlerüberschuss. Das heißt: Mehr Menschen fahren morgens zur Arbeit in andere Orte, als Menschen zur Arbeit nach Solingen kommen. Für Großstädte sei das sehr ungewöhnlich, sagt Kob. „Normalerweise entwickeln sie eine Anziehungskraft in die Region hinein.“

Dennoch habe Solingen „viel bessere Perspektiven“ als vergleichbar große Städte in anderen Bundesländern. Als Vorteil sieht Kob zum Beispiel die Lage zwischen Köln und Düsseldorf. Ein Anlass für die Serie „Forum Solingen 2020“ sei gewesen, dass „viele Fäden herumliegen, die niemand aufnimmt“, wie Kob es formuliert. Die Initialzündung sei aber letztlich aus der Leserschaft gekommen. Ein Optiker, der sich in einem Solinger Stadtteil für die Interessen lokaler Gewerbetreibender engagiert, sprach den Chefredakteur auf einer



Peter Pauls ist Chefredakteur des Kölner Stadt-Anzeigers.



Stefan Kobist ist Chefredakteur des Solinger Tageblatts.



Joachim Braun ist Chefredakteur des Nordbayerischen Kuriers.

Veranstaltung an. „Wir haben dann mit der Redaktion und Verlegern diskutiert, wie man eine Zukunftsdebatte in Gang bringen könnte.“

Als nächsten Schritt lud das *Solinger Tageblatt* Anfang 2013 einen Kreis von 16 „Opinion Leadern“ – wie Kob sie nennt – ein. „Wir haben ganz subjektiv Leute ausgewählt, die uns aufgefallen sind“, sagt Kob. Das sei legitim. Denn: „Wir sind ja kein öffentliches Institut.“ Unter den Teilnehmern waren etwa der amtierende Oberbürgermeister, einige seiner Vorgänger, Vertreter aus der Wirtschaft und ein Jugendrichter. Die Runde entwickelte einen Katalog von zehn Themen, die die Redakteure dann in der Serie abhandelten. Die Beiträge hatten zwar teilweise einen leicht warnenden Charakter – „Gewerbeflächen sind 2020 aufgebraucht“ lautete etwa eine Überschrift. „Nestbeschmutzermäßig“ sollten sie aber ausdrücklich nicht ausfallen, betont Kob. Das habe schon der Untertitel der Serie deutlich gemacht: „Die starken Seiten der Stadt“.

50 Wochen Zukunft Eine Besonderheit im Vergleich mit den Serien anderer Zeitungen stellt das Projekt „Bayreuth 2030“ dar. Unter diesem Titel beschäftigte sich der *Nordbayerische Kurier* ein Jahr lang mit der Zukunft der oberfränkischen Stadt. Im Jahr 2013 stand jeden Monat ein großes Thema auf dem Programm, etwa Arbeit, Verkehr oder Wohnen.

Zuständig für das Großprojekt war jeweils ein Reporter je Monat und Thema. „Wer was macht, haben wir Anfang des Jahres festgelegt“, sagt Chefredakteur Joachim Braun. „Die Reporter hatten somit einige Zeit, zu überlegen, in welche Unterbereiche sie ihre Themen gliedern können.“ 50 Wochen lang war jeden Montag eine Serienfolge auf der Reportageseite der Zeitung zu lesen. Fast in jeder Folge seien Leser zu Wort gekommen, betont Braun. Die von den Autoren befragten Experten stammten überwiegend aus der Region, zu den Ausnahmen gehörte der Zukunftsforscher Matthias Horx.

Auch in puncto Bildsprache stach die Serie heraus. Illustrationen statt Fotos, so lautete die Devise. „Es gibt ja keine andere Möglichkeit, die Zukunft zu bebildern“, sagt Braun. Für „Bayreuth 2030“ arbeitete die Redaktion mit dem Zeichner Daniel Reim zusammen. Wenn es sich anbiete, würde er gern wieder einmal auf Illustrationen zurückgreifen, sagt Braun. „Leider sind sie verhältnismäßig teuer.“

Auf den geplanten Abschlussbeitrag musste die Redaktion verzichten. Vorgesehen war ein Gespräch mit der Oberbürgermeisterin und dem Landrat des Kreises Bayreuth. Die Oberbürgermeisterin sagte dann allerdings ab – mit der Begründung, dass sie „keine Zeit“ habe, wie Braun sagt. Keine Zeit für die Zukunft? Lokalzeitungen haben sie.

TIPP

Online-Diskussionsforum: Jede Woche kommen Vertreter verschiedener Berufe zu Wort: Architekten, Künstler, Polizisten etc. Wie stellen sie sich die Stadt der Zukunft vor? Die Leser können kommentieren. Außerdem lädt die Zeitung zu öffentlichen Podiumsdiskussionen über das Thema ein.

Kölner Stadt-Anzeiger

KÖLNISCHE ZEITUNG | UNABHÄNGIG - SEIT 1802 - ÜBERPARTEILICH

KÖLN 2020 Visionen

Köln 2020, das könnte eine Stadt sein, die aufschließt zu Metropolen wie Barcelona, Mailand oder Kopenhagen. Wir zeigen, was Köln tun muss, um dieses Ziel zu erreichen

Samstag/Sonntag, 15./16. März 2014 Kölner Stadt-Anzeiger Nr. 63 - SSK - Einzelpreis 1,80 €

Köln die Krone aufsetzen

WANDEL Selten hat es in dieser Stadt so viele Entwicklungschancen gegeben

VON PETER PAULS

Ob für Köln und Leid an Köln – diese ungleichen Zwillinge gehören so sehr zu den Gemütszuständen dieser Stadt und der Kölner, dass der Psychologe Stephan Grünewald hierin eine Eigenart der kölschen Seele ausmacht. Er sieht Köln an einer Wegscheide. Obsiegt die Kaffeebuden-Mentalität in Form von Gemütlichkeit und freundlichem Schlendrian, aber auch von urbaner Nachlässigkeit, maroden Straßen, wilden Pinkel-Ecken und vergessenen Absperrbändern? Oder setzt sich die Metropolen-Seele mit ihrem Ehrgeiz und ihrem Anspruch auf weltstädtisches Flair durch? Gelingt es gar, das Beste von beidem in schöpferische Spannung zu bringen?

Die Antworten auf diese Fragen entscheiden über Kölns Zukunft, denn die Stadt verfügt über ungehobene Schätze in Fülle. Eine Auswahl: Nach dem Abriss der Domplatte und mit dem Wiederaufbau des Dom-Hotels bekommt die Kathedrale wieder eine ihr würdige Umgebung, die Mitte Kölns ein vorzeigbares Entree. Die Archäologische Zone mit dem – wie auch immer – geplanten Jüdischen Museum und der Erweiterungsbaugesamt des Wallraf-Richartz-Museums lassen zusammen mit den vorhandenen Ausstellungsstätten, an der Spitze das Museum Ludwig, ein Kunst-Quartier entstehen, das seinesgleichen sucht.

Auf römische Fundamente gegründet, bewahrt Köln das Erbe von Jahrtausenden, über und unter der Erde, und öffnet sich der Zukunft: Auf der Deutzer Seite wächst ein moderner Business-Distrikt, der Rheinboulevard mit Blick auf die Altstadt gehört gewiss zu den schönsten europäischen Panoramen. Er ist auch Ausdruck dafür, dass die Stadt sich zunehmend die Rheinufer erschließt. Oper und Schauspielhaus werden saniert, zentrale Plätze wie der Rudolfplatz neu gestaltet. Allenthalben entstehen neue Wohnviertel. Lehre und Forschung blühen auf.

Köln hat sich immer wieder neu erfunden

Ob nun Folge kommunaler Planung oder privater Investition – selten hat es in dieser Stadt so viel Bewegung gegeben. Und selten standen die Chancen so günstig, ein neues Köln zu schaffen. Eines, das sich der Urbanität der Vorkriegszeit verpflichtet weiß, von der Reisende und Besucher immer wieder so fasziniert waren. Nie ist Köln der planerischen Strenge von Residenzstädten unterworfen worden, sondern es ist gleichsam organisch aus der römischen Statthaltersiedlung gewachsen, hat die Stadtmauern gesprengt und sich immer wieder neu erfunden. Von einem Haus, in dem man sich geborgen fühlt und das voller alter und ererbter Gegenstände steht, hat Wilhelm Grimm einst geschwärmt; von der „einzig würdigen Stadt“, die wie ein ungeheures Schiff in der Ebene liegt.

Ein neues Köln ist kein Selbstläufer. Es gilt nicht nur, wie auf einer Schatzsuche verstreute Perlen und Edelsteine zu sammeln, sondern sie zu einem Schmuckstück zusammenzufügen, das mehr ist als die Summe seiner Teile, eine Krone. Wichtig dafür ist der Plan. Der letzte, an den sich Köln hier gehalten hat, war das Nachkriegs-Wiederaufbaukonzept von Rudolf Schwarz. Seitdem ist alles Stückwerk. Der ambitionierte Masterplan Albert Speers wird weitgehend ignoriert. Am Gleisdreieck Ehrenfeld etwa, von Speer als Filetgelände erkannt, genehmigt die Verwaltung Möbellager und Kleingewerbe. So blockiert sich die Stadt auf Jahrzehnte selbst. Sie macht es sich bequem, statt sich anzustrengen. So entsteht keine Krone, nicht einmal ein Diadem, sondern nur eine dekorierte Nachtmütze.

Wer die beste Stadt bauen will, der muss von diesem Wunsch getrieben sein. Wo sind in Köln solche Getriebenen? Wo stecken Kraft und Leidenschaft eines Konrad Adenauer – des letzten Kommunalpolitikers, der die Stadt wirklich formte?

Will Köln nicht nur weiter wachsen, sondern wieder groß werden, dann müssen auch die Bürger den Blick nach vorn richten und nicht allein nach unten starren, ob auf den Bürgersteigen zu viele Kippen liegen. In so kleiner Münze dürfen die Kölner die Liebe zu ihrer Stadt nicht ausgeben. Köln 2020 – das könnte eine Stadt sein, die aufschließt zu Metropolen wie Barcelona, Kopenhagen, Mailand oder Prag. Der „Kölner Stadt-Anzeiger“ möchte diesen Weg begleiten. Köln 2020 – das ist ein Versprechen für die Zukunft. Wir werden darauf drängen und immer wieder prüfen, ob es eingelöst wird.



Blicke in die Zukunft

SERIE Mittelmaß oder attraktive Metropole – wir zeigen, welche Potenziale in Köln stecken

VON CHRISTIAN HÜMMELER

Köln wächst, Köln boomt, Köln lockt. Köln gehört zu den Gewinnern unter den Großstädten. Immer mehr Menschen zieht es nach Köln – und das wird, sagen alle Prognosen, auch so bleiben. Damit sind Herausforderungen verbunden, die bewältigt sein wollen. Vor allem

Stadt steht am Scheideweg

Weltstadt oder Millionendorf?

Es braucht Ideen und Ziele

Schätze müssen gehoben werden

Das neue Köln ist kein Selbstläufer

aber ist die Attraktivität der Stadt ihre große Chance: Jetzt entscheidet sich, in welcher Liga Köln künftig spielt. Um oben dabei zu sein, braucht es Ideen, Pläne und Entscheidungen.

Der „Kölner Stadt-Anzeiger“ will Ideengeber sein, Pläne schmieden und Entscheidungshilfen bieten. Dazu starten wir die große Serie „Köln 2020 – die Zukunft der Stadt“. Vier Wochen lang nehmen wir jeweils montags und donnerstags zentrale Themenfelder in den Blick. Wir stellen Fragen und geben Antworten, sprechen mit Experten und entwickeln eigene Visionen.

Die Liste der offenen Punkte ist lang: Wie soll das Herz der Stadt rund um den Dom künftig beschaffen sein? Wie schafft es eine Kommune, die in großem Ausmaß vom Bau hochwertiger Wohnungen profitiert, dass das Leben auch für Normalverdiener erschwinglich bleibt? Wie kann eine Millionenstadt ihre Verkehrsströme möglichst effizient organisieren? Wo sieht der Wirtschaftsstandort Köln seine Zukunft? Wohin gehen Handel, Kultur, Forschung? Welche Rolle spielt der öffentliche Raum?

Seit Urzeiten suchen die Menschen ihr Glück in der Stadt. Weil hier die Chancen am größten sind für produktiven Austausch, weil es hier die Netzwerke gibt, die nicht nur Geschäfte, sondern vor allem Innovationen ermöglichen. Weil hier Arme und Reiche, Studierende und Handwerker, Politiker und Unpolitische, Visionäre und Bewahrer, Hitzköpfe und Bedächtige aufeinandertreffen, miteinander reden und gemeinsam agieren können. Daraus kann große Kraft erwachsen – und sie gilt es zu nutzen.

LEBEN IM JAHR 2030: Die Regale sind voll mit fränkischen Produkten guter Qualität. Denn für regionale Herkunft und eine schonende und nachhaltige Herstellung macht der Verbraucher gerne ein paar Cent mehr locker.

Megatrend Regionalität

Heimische Herkunft, nachhaltiger Anbau, hohe Qualität und Nähe zum Kunden sind Chancen für die Lebensmittelwirtschaft

KULMBACH
Von Michaela Schmälzle

Mittags beim Metzger um die Ecke: Im Nebenraum, erreichbar durch eine separate Eingangstür, ist der Tisch schön gedeckt. Nicht überkandidelt, ist ja schließlich nur der Mittagstisch. Trotzdem wertschätzend. Denn die Damen und Herren, die sich hier Werktag für Werktag um 12.30 Uhr zum gemeinsamen Essen treffen, haben es verdient. Sie haben – in der Regel – ein ganzes Berufsleben hinter sich, viel erlebt, viel geschafft, leben jetzt alleine. Möchten sich aber dennoch gut, gesund, regional und in einem angenehmen Umfeld ernähren. Und nicht alleine essen.

Eine Vision, die Potenzial hat. „Dieser Mittagstisch beim Metzger oder auch Bäcker um die Ecke könnte 2030 zur Realität in den Ernährungsgewohnheiten geworden sein.“ Der, der dieses Szenario entwirft, ist ein Experte rund um das Thema Ernährung, genauer Ernährungswirtschaft. Dr. Michael Lüdke ist beim Kulmbacher Standort des Kompetenzzentrums für Ernährung (KErn) Bereichsleiter Ernährungswirtschaft und Produktion und Geschäftsführer des Clusters Er-

„Darauf könnte dann, als regionales Siegel, der fränkische Rechen prangen.“

Dr. Michael Lüdke
Bereichsleiter Ernährungswirtschaft
und Produktion am Kulmbacher
Kompetenzzentrum für Ernährung

nährung. Und er sieht in der oberfränkischen Ernährungswirtschaft enorm viele Pfunde, mit denen das Ernährungshandwerk, die wenig vorhandene Ernährungswirtschaft (industrielle Produktionen) und der Lebensmittel-einzelhandel wuchern können. „Das handwerkliche Know-how, dessen Bedeutung immer größer wird, die lokalen Spezialitäten, der vorhandene Service und die bestehende Nähe zum Kunden eröffnen den hiesigen Marktteilnehmern große Chancen.“ Etwa im Schaffen von Begegnungsräumen wie den Mittagstischen oder in eigenen Lieferservice-Angeboten.

Dabei gilt es bis 2030 und natürlich auch danach, sich nicht in aussichtslose Preiswettkämpfe mit der in diesem Punkt übermächtigen Konkurrenz von Discountern einzulassen. „Wir müssen die Veränderungen, die sich zum Beispiel durch die demografische Entwicklung ergeben, positiv begleiten und dabei unsere Stärken ausspielen.“ Dazu gehören die Qualität der Produkte, die Bereitstellung des Know-hows von Facharbeitskräften und die Regionalität, die gerade bei Lebensmitteln zum Megatrend werden wird.

Regionalität als Megatrend? „Ja“, ist sich Lüdke sicher. Die regionale Herkunft der Lebensmittel, die zudem umweltschonend und nachhaltig angebaut sind, könne eine ähnliche Entwicklung nehmen wie einst das Umweltbewusstsein. Während Umweltschutz zu Beginn als Marotte einiger weniger Körner-Esser in Birkenstock-Schlappen abgetan wurde, hat er in-



Es muss nicht immer Paprika- oder Cheese-and-Onion-Geschmack sein: Künftig könnten Chips und viele andere Produkte aus der Region kommen und einen unverwechselbaren, original fränkischen Einschlag haben. Zeichnung: Reim

zwischen nahezu selbstverständlich in das tägliche Leben einzugelassen.

Der Geschäftsführer des Clusters Ernährung hat auch gute Argumente, weshalb er an den Siegeszug regional hergestellter und nachhaltiger Produkte glaubt. „Unter anderem deswegen, weil wir bereits jetzt bei den Kindern und Jugendlichen anfangen, sie dafür zu sensibilisieren.“ So gibt es etwa 2013 ein gemeinsames Projekt mit der Genussregion Oberfranken, bei dem unter dem Titel „Unsere Zukunft

„isst“ oberfränkisch“ Regionalität im schulischen Leben erlebbar werden soll. Im vergangenen Jahr war die andere wichtige Zielgruppe dieser Bemühungen bereits an der Reihe. Bei dem Wettbewerb „gesund, gekocht, gewinnt“ wurden Betriebe als Best-Practice-Beispiele ausgezeichnet, die eine gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung von älteren Menschen umsetzen.

Doch was genau ist diese Regionalität? Was bedeutet sie für den Produ-

zenten und den Verbraucher? „Man muss hierbei durchaus differenziert denken“, erklärt der KErn-Experte. Der Verbraucher hier in Oberfranken wird in Zukunft viel mehr Produkte kaufen, die unmittelbar aus der Region oder zumindest aus Franken kommen. Misst sich ein Unternehmen der Ernährungswirtschaft allerdings mit ausländischer Konkurrenz, kann und muss diese Regionalität eben auch „Made in Bayern“ heißen. „Gerade bei Lebensmitteln und Spezialitäten hat der Frei-

staat im Ausland einen exzellenten Ruf. Diesen müssen auch wir hier in Oberfranken im internationalen Einsatz nutzen.“

Doch zurück in die oberfränkischen Gefilde, in das regionale Umfeld. „Es gibt bereits tolle Ansätze, die in den kommenden 15 Jahren intensiviert werden müssen.“ Jeder Einkaufsmarkt sollte bis dorthin nicht nur eine kleine Ecke mit Produkten aus der Region haben, sondern ein breites Sortiment in erster Reihe mit all den Dingen, die hier auch produziert werden können. „Darauf könnte dann, als regionales Siegel, der fränkische Rechen prangen.“ Daneben werden Produkte platziert, die einfach nicht aus heimischem Anbau oder Zucht zu bekommen sind. Zuvor in hoher Qualität. Um dies zu erreichen beziehungsweise das Erreichte auszubauen, muss nach Lüdke das Vernetzen noch stärker im Vordergrund stehen. „Die Hersteller aus der Region müssen eigene Ketten aufbauen, die von den Rohstoffen bis zum Endprodukt reichen, transparent sind und alle an Lebensmitteln Beteiligte miteinbeziehen.“ Damit diese Ketten funktionieren, gilt es aber, sich miteinander durchaus kritisch auseinanderzusetzen. „Zum Beispiel ist es aus meiner Sicht unerlässlich, als Basis der Zusammenarbeit längerfristige Lieferverträge, die eine ordentliche Entlohnung sicherstellen, zu schaffen“, sagt Lüdke. „Hier haben wir Luft nach oben.“ Außerdem benötige es viel Arbeit, um einen Imagewandel zu schaffen, der der Ernährungswirtschaft den richtigen Platz sichert. „Denn: Wegen der demografischen Entwicklungen müssen auch wir uns dem Wettbewerb um die guten, qualifizierten Arbeitskräfte stellen.“

Wichtig für Lüdke, wenn er in die Zukunft denkt: „Die hiesige Lebensmittelwirtschaft, vom Landwirt über Metzger, Brauer, Bäcker oder auch Einzelhändler, muss bei allem, was sie tut, ihre Vorteile immer klar kommunizieren. Dann ist der Verbraucher jetzt und in Zukunft noch mehr bereit, stärker zu investieren.“

ZUR PERSON



Dr. Michael Lüdke ist am Kulmbacher Standort des Kompetenzzentrums für Ernährung (KErn) für den Bereich Ernährungswirtschaft und Produktion zuständig. Außerdem ist er Geschäftsführer des Clusters Ernährung, das 2006 aus der Clusterinitiative der Bayerischen Staatsregierung heraus entstanden ist. Sein wichtigstes Anliegen: die Vernetzung aller an der Ernährungswirtschaft Beteiligten.

UMFRAGE

Ivan Vlassenko, 37, Angestellter aus Bayreuth: „Ich lege großen Wert auf regionale Lebensmittel. Die kaufe ich am liebsten am Wochenmarkt oder im Bioladen ein. Da darf es dann ruhig ein wenig teurer sein, dann isst man zumindest nicht zu viel davon und hält seine Linie. Das Angebot an Obst und Gemüse aus der Region finde ich sehr gut. Da kann meiner Meinung nach jeder fündig werden.“



bes Angebot. Vor allem in der Winterzeit zum Beispiel kaufe ich Lebkuchen aus der Region. Die dürfen dann auch etwas mehr kosten. Das ist es mir wert. Bei der Auswahl von Obst und Gemüse sollte man auf die jeweilige Saison warten. Erdbeeren im Winter, das muss nicht sein.“

Walter Guth, 59, Angestellter aus München: „Wenn ich die Wahl habe, achte ich schon darauf, regionale Produkte zu kaufen. Aber wenn ich jetzt keine auf den ersten Blick im Supermarkt sehe, dann kaufe ich auch nicht regionale Lebensmittel. Vor allem bei



Obst, Gemüse und Milchprodukten ist es mir aber wichtig, dass sie aus der Region kommen. Das Angebot an regionalen Lebensmitteln finde ich ausreichend.“

Andreas Gutknecht, 28, Student aus Bayreuth: „Ich kaufe alle meine Lebensmittel im Supermarkt und achte dabei gar nicht auf regionale Produkte. Da ich nicht so viel selbst koche, brauche ich auch wenig frische Lebensmittel. Extra auf den



Wochenmarkt gehen, um dort regionale Lebensmittel zu kaufen, würde ich definitiv nicht. Aber es ist bestimmt ökologischer und man fühlt sich danach gut, weil man etwas für die Umwelt getan hat.“

Anita Neukamp, 58, aus Kulmbach: „Ich achte schon sehr darauf, Obst und Gemüse aus dem Bamberger Land zu kaufen. Da gehe ich oft über den Wochenmarkt und suche mir aus, was ich brauche. Aber selbst in Supermärkten gibt es einige regionale Produkte. Wenn es im Rahmen bleibt, bin ich auch bereit, mehr dafür zu zahlen. Solange es nicht



das Doppelte kostet, ist es in Ordnung.“

Sebastian Schubert, 21, Student aus Bayreuth: „Ich mag besonders Brot, Eier oder Käse aus der Region. Ich kaufe ehrlich gesagt einfach das, was lecker aussieht. Der Preis ist mir dabei nicht so wichtig. Das kann dann auch schon mal etwas mehr kosten. Regionale Produkte zu kaufen, finde ich schon wichtig, denn das ist viel ökologischer. Die Transportwege sind deutlich kürzer. Das Angebot an regionalen Lebensmitteln könnte aber noch größer sein.“



SERIE Forum Solingen 2020 - Die starken Seiten unserer Stadt (1)

Der Lage wegen - schöner wohnen



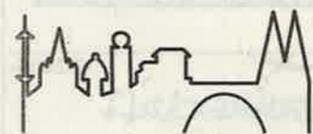
Beispielhaft für die Entwicklung neuer Wohngebiete in den vergangenen Jahren: An der Nibelungenstraße in Gräfrath wurden zwei ehemalige Sportplätze bebaut.

Foto: Stadt Solingen

STADTENTWICKLUNG Solingens Trümpfe: zentrale Lage, viel Grün und vergleichsweise günstige Preise. Gefragt sind Einfamilienhäuser.

Von Jörn Tüffers

Hartmut Hoferichter hat es vorgemacht. Des täglichen Pendelns zu seinem damaligen Büro im alten Walder Rathaus leid, ist der Stadtdirektor vor nunmehr zwölf Jahren mit seiner Frau Gudrun nach Solingen gezogen. Nach Ohligs, in ein Neubaugebiet unweit der Hildener Straße. Die S-Bahnhaltestelle Vogelpark vor der Tür, die Ohligser Fußgängerzone in zehn Minuten erreichbar. Und die Heide ist auch nicht weit.



FORUM SOLINGEN 2020

Dies sind auch Kriterien für andere, die ihren Wohnsitz ebenfalls nach Solingen verlegt haben oder überlegen, es zu tun. Eine funktionierende Schullandschaft, Kindergartenplätze und Freizeitangebote sind weitere. Dieses Zusammenspiel hat in den vergangenen vier Jahren dazu geführt, dass mehr Menschen nach Solingen ziehen als die Stadt verlassen.

Von einem Boom will Hoferichter gleichwohl nicht reden. „Wir sind nicht Düsseldorf, wo Wohnraum knapp wird und die Preise für Immobilien durch die Decke gehen“, sagt der 60-Jährige, Solingens oberster Stadtplaner. Eine steigende Nachfrage ist aber zu spüren. Das erkennt auch Olaf Koppenhagen von der Solinger Immobilienbörse: „Die Preise ziehen an.“ Wobei vor al-

lem die Nachfrage nach Einfamilienhäusern steigt - und damit auch die Preise einem Anstieg unterliegen, weiß Makler Olaf Jansen. Attraktiv sind sie nach wie vor - gemessen an den Immobilienpreisen in der Landeshauptstadt, in Köln oder auch im Kreis Mettmann.

Die Schaffung von neuen Wohnungen und Häusern ist immer auch Wellenbewegungen unterworfen. Im vergangenen Jahr beispielsweise sind nur 142 neue Wohnungen entstanden, 2013 waren es noch 322, im Schnitt sind es laut Hoferichter rund 200. Er erwartet in diesem Jahr und in den Folgejahren einen deutlichen Anstieg. 2014 wurden zahlreiche Verträge geschlossen und Baugenehmigungen erteilt, weil zum Jahresbeginn die Grunderwerbssteuer in NRW gestiegen ist.

110 neue Wohneinheiten auf einen Schlag - am Hermann-Löns-Weg

So entwickelt plan 8 allein auf dem früheren Olbo-Gelände am Rande der Ohligser Innenstadt 85 Wohnungen - geplante Fertigstellung 2016. Rund 70 Prozent hat Bauträger Gerd Fischer verkauft. Und die künftigen Eigentümer kommen nicht nur aus Solingen. Es sind Düsseldorfer darunter, auch Kölner; andere verlegen ihren Wohnsitz von Wuppertal, Haan oder Mettmann in die Klingenstadt. Dieser Effekt könnte sich auch bei der Bebauung des Union-Stadions am Hermann-Löns-Weg einstellen. Mit 110 Wohneinheiten würde Projektentwickler Viantis auf einen Schlag die größte Zahl neuer Wohnungen schaffen.



Hartmut Hoferichter beobachtet eine verstärkte Nachfrage nach Einfamilienhäusern. Mit ihr steigen auch die Preise.



Makler Olaf Jansen begrüßt, dass das Rathaus Gewerbe vorantreiben will. Neue Arbeitsplätze schaffen Nachfrage nach Wohnraum.



Arjan Ceelen verwirklicht mit der münsterländischen Firma Vastbau mehrere Projekte in Solingen, unter anderem in der Südstadt.



Gerd Fischer setzt auf innenstadtnahes Wohnen: auf dem Ex-Olbo-Gelände in Ohligs und mit dem Heinegarten in der City.

Den Zuwachs von 350 neuen Wohneinheiten sieht der Regionalrat der Bezirksregierung in der Klingenstadt - vornehmlich im Westen, also Ohligs und Aufderhöhe. Das ist das Ergebnis einer Potenzialbewertung von Städten im Umkreis von 30 Fahrminuten von Düsseldorf (Grafik unten rechts). Weil die boomende Landeshauptstadt ihren Flächenbedarf von 32 000 neuen Wohneinheiten nicht decken kann, werden 12 000 auf umliegende Städte verteilt.

Die Rechnung könnte aufgehen. Denn das Interesse, Eigentum in Solingen zu erwerben, kennt Hoferichter auch von anderen Bauvorhaben. Rund ein Drittel der verkauften Grundstücke in Siebels (Aufderhöhe) gingen an auswärtige Erwerber; in Oberburg waren es zwar deutlich weniger Wohneinheiten, aber 65 Prozent der Baugrundstücke sicherten sich Neu-Solinger, überwiegend aus dem Bergischen Land.

Das Positive: Sie werden zu Steuerzahlern in Solingen, ihr Geld verdienen viele aber in anderen Städten. Eine schwierige Gemengelage: In Solingen sind die Jobs für Hochqualifizierte zum einen überschaubar. Zum anderen stellt es sich für Unter-

nehmen mitunter als schwierig dar, Führungspersonal für Solingen zu begeistern. Aktuelles Beispiel in einer Anzeige des Hemden-Spezialisten Walbusch: Da wird der Unternehmenssitz Solingen mit der Lage zwischen den Großstädten Düsseldorf und Köln verortet. Und das wohl nicht allein, um Interessenten eine geografische Vorstellung davon zu geben, wo sich das Bergische Land befindet.

Makler Jansen begrüßt daher, dass sich die Verantwortlichen im Rathaus klar zum Industriestandort Solingen positionieren. Denn: „Solange die Frage neuer Ansiedlungsmöglichkeiten von Firmen nicht gelöst ist, wird es auch beim Wohnen keinen signifikanten Anstieg geben.“

Trend: Ältere Menschen ziehen vom Stadtrand wieder in die Zentren

Die zarten Fortschritte auf dem Wohnungsmarkt erfassen nicht alle Stadtteile. Die bevorzugten Lagen befinden sich in Ohligs, Aufderhöhe und Gräfrath - da spielt die Nähe zu den Autobahnen eine Rolle (siehe Grafik unten links). Gesunken ist daher auch die Attraktivität der Südstadt, sagt Jansen: „Für Leute, die in Solingen arbeiten, ist sie aber wegen ihres intakten Altbaube-

stands nach wie vor ein Thema.“

Doch auch in dieser Lage entstehen Neubauten. So errichtet die Vastbau GmbH aus dem münsterländischen Gronau an der Unnersberger Allee den „Möwenpark“: Für 4,5 Millionen Euro entstehen dreigeschossige, seniorengerechte Eigentumswohnungen. Mit der Vermarktung ist Kissel-Plus betraut. Ein vergleichbares Projekt ist der „Forstgarten“ - in Ohligs. Vastbau ist nicht der einzige auswärtige Projektentwickler, der in Solingen seine Geschäfte macht.

Zu beobachten ist ein weiterer Trend: Sind für junge Familien vor allem die Stadtrandlagen interessant, zieht es Menschen ab 60 in die Stadt. Das belegen zwei Projekte: An der Bergstraße unweit des Neumarkts entstehen auf dem früheren Grundstück von Bierverleger Uwe Buschhaus barrierefreie Altenwohnungen. Und schräg gegenüber ist der Bau des Heinegartens schon weit fortgeschritten. Ein weiteres Vorhaben in Regie von plan 8-Chef Fischer. Der sagt: „Ohne den ‚Hofgarten‘ hätte ich das nicht gemacht.“

Ein weiterer Beleg dafür, dass Wohnen ohne ein attraktives Rahmenangebot nicht funktioniert.

KOMMENTAR
Von Jörn Tüffers



Mehr Initiative ist gefordert

Es gibt Städte, die erhebliche Anstrengungen unternehmen, um dem Einwohnerschwund entgegenzuwirken. Mit Blick auf Nachbargemeinden betreiben sie mit ihren eigenen Grundstücken eine durchaus angriffslustige Liegenschaftspolitik: Da werden Preise für Grundstücke unter dem eigentlichen Verkehrswert angesetzt. Wo normalerweise 250 Euro pro Quadratmeter angesetzt werden würden, geben Kommunen ihr Bauland schon für 200 Euro ab. Wuppertal, das in den kommenden Jahren in deutlich höherem Maße als Solingen Einwohner verlieren wird, ist auf einem anderen Weg in die Offensive gegangen. Mit der Kampagne „Meilenstein Wuppertal - Wohnen, Arbeiten, Leben“ will die Stadt dem demografischen Wandel entgegenwirken. Sie zielt auf die 50 000 Pendler ab, die jeden Tag zum Arbeiten nach Wuppertal kommen. Die sollen ihren Lebensmittelpunkt ins Bergische verlegen. Der eine oder andere jedenfalls. Solche Initiativen sind in Solingen schwer vorstellbar. Den Kauf von Grundstücken zu subventionieren lehnt Stadtdirektor Hartmut Hoferichter wegen der leeren städtischen Kassen ab. Das ist bedauerlich. Denn solche Anreize machen sich bezahlt: durch Steuern. Und auch der heimische Handel profitiert.

■ FORUM SOLINGEN 2020

ANSTOSS Was sind die wichtigsten Herausforderungen für Solingen in den kommenden Jahren? Das war die Fragestellung, unter der vor zwei Jahren 16 Frauen und Männer im ST-Haus diskutierten. Daraus sind zehn Top-Themen erwachsen, die die Redaktion in Serien behandelt. Bisher ging es u.a. um den Wirtschaftsstandort Solingen, Sicherheit und Ordnung in der Stadt und die Chancen, die sich Solingen als Teil der Region Bergisches Land bieten.

AUSBLICK Ein weiteres Top-Thema war eines der Solinger Grundübel: Nämlich die Dinge schwärzer zu sehen als sie sind. Das wollen wir nicht. Daher geht es in den kommenden Wochen in dieser Serienfolge ausschließlich um Solingens Stärken.

■ DIE FOLGEN

HEUTE Solingen - ein attraktiver Wohnstandort

11.2. Zugewanderte als Säulen der Stadtgesellschaft

14.2. Weiche Faktoren: eine breite Schullandschaft und hervorragende ärztliche Versorgung

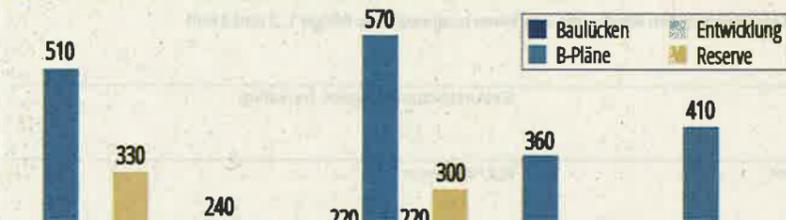
18.2. Leuchttürme: Schloss Burg - und bald das Galileum?

21.2. Wie Neubürger Solingen sehen

25.2. Starke Marken, tolle Innovationen: Motoren der Wirtschaft

28.2. Vereine und Ehrenamt sind der Kitt der Stadtgesellschaft

■ WOHNUNGSPOTENZIALE IN DEN FÜNF STADTBEZIRKEN



■ VERGLEICH DER ZUGETEILTEN WOHNHEINHEITEN ZUR EINWOHNERZAHL

