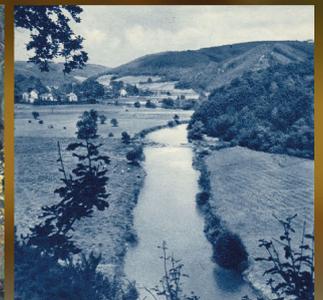
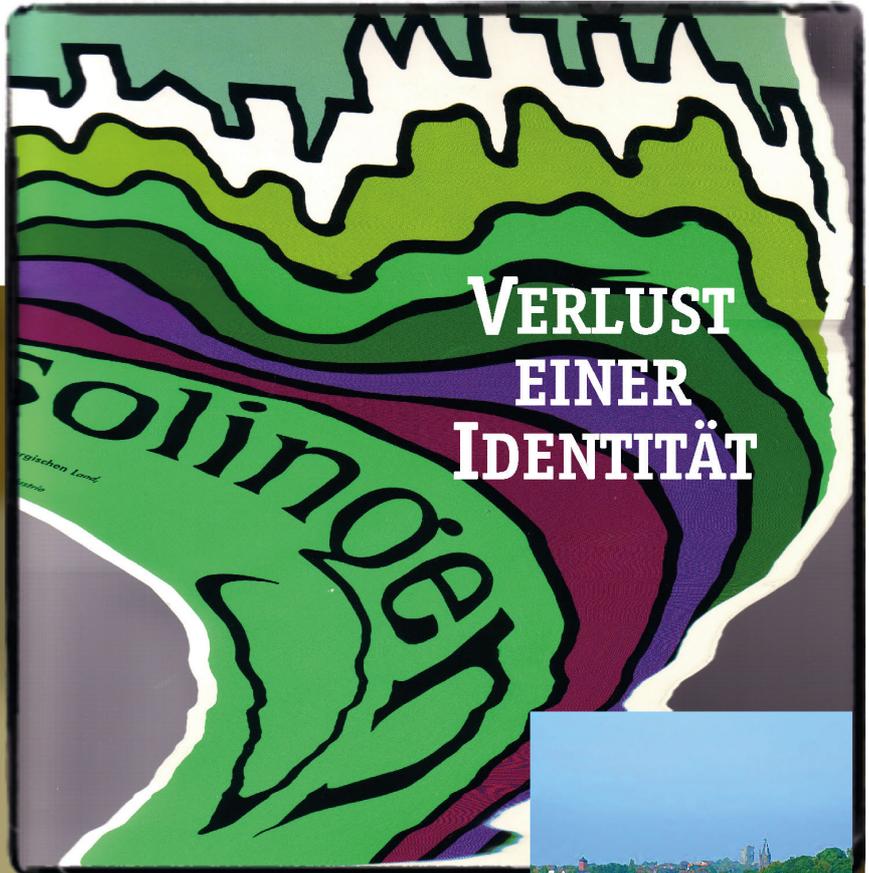


Geist der Stadt Geisterstadt Solingen

HANS-GEORG „SCHORSCH“ WENKE



*Eine subjektive Analyse
mit objektiver Bewertung*

Anmerkungen

Die inhaltliche Redundanz mancher Passagen (mehrfaches Aufgreifen einer Idee oder Themas) ist gewollt. Erfahrungsgemäß gibt es viele, die solche Werke quer oder „von hinten“ lesen. Und außerdem: Durch Wiederholung lernt man nur ... :-)

Und noch eins, liebe Feministinnen. Sollten in der folgenden Textin Wörtern benutzt sein, die männlichinnen klingen, dann ist in aller Ernstin auch gemeint, das die Frauinnen damit eingeschlossen sind. Ein Mensch ist auch eine Menschin, ein Bürger eine Bürgerin, ein Einwand eine Einwändin. Aber ich mache in meiner Schreibin der Beklopptheit von Person*innen-Formulierungen nicht mit. Basta/in. Keine Weibin ist gezwungen, die jetzt noch folgenden Seitinnen zu lesen. Ich weiß, ich bin eine schreckliche Männin.

**Dies ist ein elektronisches Buch. Es wird laufend ergänzt und optimiert.
Die Version ergibt sich aus dem Zeitstempel in der Kopfzeile.**

Was auf den folgenden Seiten steht und warum es geschrieben wurde

„Solingen muss sich neu erfinden“

Die Klingentadt sucht nach einem neuen Profil

Das die Welt im radikalen Umbruch ist, das wird hier wohl zum hundert-millionsten Male wiederholt. Aber: Erstens ist es wirklich so, zweitens hat es Konsequenzen für jeden und alles.

Als das Internet aufkam, gab es einen klugen Satz: „Re-Invent Your Business on the Web“ – erfinde das, was Du beruflich-geschäftlich tust, unter den Bedingungen des Internets neu. Definiere Dich zeitgemäß. Erfinde Dein Produkt, Dein Tun, Deinen Vorteil auf dem Markt so, dass er zur neuen Meta-Technologie Internet passt. – Ein toller Satz. Kaum einer hat ihn verstanden. Nur wenige haben ihn wirklich befolgt. Die, die es taten, beherrschen heute die Welt. Nie war eine globale Revolution schneller und rigoroser.

Ich setze dem immer gerne einen anderen Satz hinzu – und Solingens bester Karikaturist/ Cartoonist, Marcus Gottfried, bringt es wieder einmal auf den Punkt:



*„Wer heute das tut, was er gestern getan hat,
wird morgen nichts mehr zu tun haben.“*

Auch dieser Satz kann mannigfach bewiesen werden. Niemand kann sich vor dieser Entscheidung drücken.

Auch – und gerade, weil sie heavy-metal-industry, altbacken-früher war und teils noch ist – Solingen muss seine Position im Wettbewerb mit allem und allen neu bestimmen. Kurskorrekturen als vermeindliche Anpassung sind eher tödlich. Denn wem will man sich anpassen: denen, die auch untergehen werden – oder denen, die mit völlig neuen Regeln in einer ganz anders tickenden Welt operieren? Zaghafte Zögerlichkeit wäre so, als ob man bei einer lebensbedrohenden Krankheit es erst einmal mit einem Schluck Kräutertee versuchen wollte statt eines gebotenenn chirurgischen Eingriffes. Stadtteile aufzuhübschen, ist hübsch, aber nicht die Lösung der konkreten Probleme. Wir haben Industrie 4.0 zugange, 5.0 kündigt sich an.

Alles, was war, gilt nicht mehr. Das gesamte öffentliche Leben ist davon betroffen.

Man muss anfangen, darüber zu reden. Nicht irgendwann, sondern jetzt. Weil es fast schon zu spät ist, aber immerhin noch Chancen bietet. Und die sind für Solingen bei weitem nicht so schlecht, wie sie öffentlich allzu oft dargestellt werden.

Dies ist ein persönlicher Beitrag, fußend auf der Erfahrung eines langen und hoch interessanten Berufslebens. Andere mögen es anders sehen. Sie sollen es sagen. Wir alle sollen – nein, müssen – darüber in Freundschaft, mit Besonnenheit, aber deshalb um so intensiver und konsequenter diskutieren.

Ich fang denn mal an.

(Mehr über den Autor am Schluss der Seiten)

Mein Solingen

Anstelle eines Vorwortes

Dieses Buch ist eine Kombination aus Bestandsaufnahme, Erinnerung, politisch-gesellschaftlicher und fachlich-subjektiver Diskussionsbeitrag im Sinne von Analyse, Standpunkt, Lösungsansätze.

Sicherlich ist dieser Mix ungewöhnlich. Aber in der Rückschau auf nunmehr 70 Lebensjahre – in Solingen wohnend, durch die Welt reisend – wird deutlich, was sich bis heute verändert hat. Und in Teilen auch, warum.

Charakteristisch für den „Mind-set“, die Art, wie Solingen und viele (einflussreiche) Solinger „ticken“ ist, in den politischen Strukturen oder Zielsetzungen, den gesellschaftlichen Idealbildern des „Damals“ stehengeblieben zu sein. Man jagt oft einem Weltbild nach, das längst nicht mehr zur Realität passt.

Daraus ergeben sich Konflikte, die die weitere Entwicklung Solingens beträchtlich negativ beeinflussen könn(t)en. Für einen, der mit dieser Stadt zeitlebens verbunden war, ein schmerzlicher Aspekt.

Daher meine Intention: Sich rechtzeitig melden. Hinterher nützt es nichts mehr.

Technologiefolge-Abschätzungen, Trend-Scouting, Prognostik

Ich bin nicht „schlauer als andere“. Bin wahrlich nicht der große Zampano, der alles kann und weiß. Aber meine berufliche Erfahrung – in Deutschland, Europa, weltweit – in einem Metier, das revolutionäre Wandlungen binnen kürzester Zeit durchlaufen hat, meine vielfältigen und intensiven Kontakte zu und mit Innovatoren, Entrepreneuren, „Machern“, Wissenschaftlern und Forschern rund um den Globus haben zu einem Wissen geführt, auf deren Basis ich mir Technologiefolge-Abschätzungen, Trend-Scouting, Prognostik auf den Gebieten unternehmerischer und strategischer Entscheidungen zutraue.

40 Jahre Erfahrung als Berater und Chefredakteur in einer putzmunteren Sparte – Medien, Marketing und Kommunikation –, über zweitausend Vorträge, Moderationen, Seminare, die oft zu vehementen Diskussionen führten, aber niemals mit dem Resultat, dass ich widerlegt wurde, haben mir ein Gefühl dafür gegeben, was ich beurteilen kann oder besser bleiben lassen sollte.

Insofern steht auf den nachfolgenden Seiten nur, was ich auf der Basis dieser Expertise verantworten kann. Dass damit nicht jedes Thema erschöpfend abgedeckt sein wird, versteht sich von selbst. Aber auch wenn andere Aspekte hinzukommen und genau so wichtig sein mögen, heißt es ja noch lange nicht, dass meine deshalb falsch oder vernachlässigbar sein müssen.

Ich will ja auch keine endgültigen Lösungen präsentieren. Das wäre pure Klugscheisserei. Aber meine Hoffnung bleibt, dazu anzuregen, ernsthaft und gewissenhaft, sorgfältig und mit weitem Blick nach vorne über die

potentielle Zukunft Solingens zu diskutieren. In der Hoffnung, dass es nicht Konsens ist, still die Beerdigung der Klingenstein vorzubereiten.

Beides, Zukunft im Sinne von Wiederbelebung oder das Gegenteil, Niedergang, wird späteren Generationen vorbehalten bleiben. Man mag den Stab brechen über das, was ich hier schreibe. Das kann man tun, aber es wäre eine verpasste Chance.

Klingenstein, hin und her

Ich habe zwei Heimatorte. Solingen, wo ich geboren wurde, aufgewachsen bin, zeitlebens wohnte. Und die wahrlich wirklich weite Welt, auf und in der ich mich beruflich wie privat ziemlich viel getummelt habe – römjejeustert bin, wie es im Solinger Dialekt heisst.

Ich habe eine sehr enge Beziehung zur Klingenstein. Und bin begeistert von ihr. Was nicht ausschließt, sondern geradezu zwingend erforderlich macht, deutlich zu sagen, was man besser, anders, geschickter, oder – und auf das kommt es vor allem an – not_wendiger_weise (eine Not abwendend) tun sollte, muss, gezwungen ist. Oder im Gegenteil, was zu unterlassen ist.

Ich erlaube mir, Solingen mit der Welt zu vergleichen. Weil Solingen, „mein Solingen“, meine Welt war und ist – neben „der Welt da draußen“.

Und stelle fest: Solingen ist nicht mehr zeitgemäß. Und: Solingen ist nicht mehr ein allgemeiner Identitäts-Faktor. Für viele ist es keine emotionale Heimat mehr. Könnte es aber sein oder wieder, wenn sich die Menschen der Besonderheiten, Eigenheiten, der Vorteile und Identitäten dieser eigentlich sogar einmaligen Stadt bewusst sind oder (wieder) werden.

Wobei der (=mein) Blick nach vorne gerichtet und dies hier keine Anklageschrift ist. Sondern ein Beitrag, von dem ich hoffe, irgendwie könnte er irgendwann irgendwem von Nutzen sein.

Doch die Rückschau ist nur sinnvoll, um aus ihr zu lernen. Sie zu diskutieren ist ziemlich nutzlos, denn ...

**Die Zeit, die es dauert,
über die Vergangenheit zu reden,
hat man zur Verfügung,
um die Zukunft zu gestalten.**



Fritz Odenthal – 1964 mein Berufsschullehrer in der Schriftsetzer-Klasse (Grafische Berufsschule Burgstraße) schuf 1974 das „Stadt-Logo“ mit dem markanten g. (Einfärbung von mir mit den Stadtfarben blau-gelb).

Inzwischen trägt die Stadt den offiziellen Namenszusatz „Klingenstein Solingen“

Kreisfreie Stadt in Nordrhein-Westfalen; genauer: Im Bergischen Land nordöstlich von Köln, südöstlich von Düsseldorf;

zusammen mit Wuppertal und Remscheid „Die Bergischen Drei“

Solingen (Kommune, Verwaltung) im Internet: <http://solingen.de>

Nostalgisches Internet-Sammelsurium, viele (auch historische) Aspekte: <http://solingen-internet.de>

N 51° 10' / S 7° 2'

89,5 km²

Nord-Süd: 11,7 km / Ost-West: 15,6 km

53 bis 276 m über Normalnull

ca. 160.000 Einwohner

Nix Ruhrgebiet!

Viele, die Solingen nicht kennen oder besucht haben, denken, Solingen liege im Ruhrgebiet, scherzhaft „kurz vor Südschweden“. Für Berliner sind wir fast schon an der Nordsee und Ostfriesen mögen Solingen als einen Vorort von Istanbul deuten. Aus der Sicht der US-Amerikaner gilt sicherlich die Linie Paris - Solingen - Moskau als korrekt. Ein Inder fragte mich mal, als ich sagte, ich käme aus Deutschland, er kenne einen Herrn Schulz aus Deutschland, ob ich den auch kennen würde. Er hielt, der Größe nach, Deutschland für ein Dorf und Solingen für eine Messerfabrik.

Doch sollten wir nicht die Nase rümpfen, wie heisst zum Beispiel die Hauptstadt von Nebraska, liegt Madrid nördlicher als New York und grenzt Tonga nun an Indonesien oder Neuseeland? Wer weiß das schon immer.

Aber!

Solingen, die Großstadt, entstand 1929 durch Eingemeindung anderer bis dahin selbständiger Städte. Aus dem Jahre 1374 stammt die vom damaligen Landessouverän, den Grafen von Berg, ausgestellte Stadt-Gründungs-Urkunde stammt. Die älteste Erwähnung eines Ortes, der als Solingen identifiziert werden konnte, stammt aus dem 10. Jahrhundert. Solingen war 1889 schon einmal um die Stadt Dorp vergrößert worden – also doch „Dorf Solingen“ ???

Die heutige Großstadt Solingen ist ein willkürlicher preußischer Verwaltungsakt und ein Verdikt, bis dato dicht beieinander liegende selbständige Gemeinden, Kreise, Städte zu „verdichteten“, Verwaltungsstrukturen zusammenzufassen. Dass das heutige Solingen so ist, wie es ist, hat keiner in Solingen jemals so wirklich gewollt, außer dass es der reinen Finanz-Logik entsprach (die Großstadt kam dem Staat „billiger“ als viele kleine Einzelstädte).

Der Zusammenschluss wird bis heute nicht wirklich „verinnerlicht“. Trotz offizieller gegenteiliger Beteuerungen, Solingen ist nicht nur ein geografischer, sondern vor allem ein mentaler Flickenteppich, ein fragiles Macht-Patchwork, in dem die Stadtteile sich immer noch ziemlich autark fühlen.

Das Dilemma: Weltbekannt, aber ohne konkretes Profil

Nichts genaues, viel Nebulöses

Ja, Solingen existiert. Man kennt es in aller Welt. Die Stadt ist eine Kommune im Sinne bundesdeutschen Rechts.

Nein, Solingen existiert nicht. Keiner weiß genau der Stadt eine allgemein gültige räumliche wie auch geschichtliche Dimension zu geben. Die heutigen formalen Stadtgrenzen helfen kaum, der heutige Organisationszustand gar nicht weiter, „Solingen“ missverständnisfrei zu definieren. „Solingen“ war mal viel größer als die heute kreisfreie bundesdeutsche Großstadt. Und diese wiederum ist keine Stadt, die gewachsen ist, sondern es sind etliche Städte, die einst verwaltungs-willkürlich zusammengewürfelt wurden.

Und: Solingen ist ein durch international gültiges Recht geschützter Begriff. Nur bestimmte Waren – Messer, Bestecke – die mit ihrer wesentlichen Fertigungstiefe und Endherstellung im (politisch nicht mehr existenten) „Bezirk Solingen“ gefertigt wurden, dürfen den Namen der Stadt als Herkunftsbezeichnung und damit im Sinne eines Markenzeichens benutzen, tragen. Als Zeichen für Qualität.

Taugt „Qualität“ für eine Eigenschaft, die heutzutage etwas profiliert?

Ja, soll denn für irgendetwas auf diesem Globus, was Schrott und schlecht, mies und mickrig ist, geworben werden, ein Nimbus aufgebaut werden? Qualität ist eine Voraussetzung, um überhaupt wettbewerbsfähig zu sein. Aber niemals, um sich im Wettbewerb zu unterscheiden.

Solingen als Marke – bislang Produkten der Klingenin-dustrie vorbehalten – soll nach vieler Menschen Meinungen und Forderungen insgesamt wiederbelebt bzw. wieder gelebt, neu aufgebaut werden. Dabei fehlt dieser Marke das Wesentliche: Die Authentizität; jenes USP, das man mit der Begrifflichkeit „Solingen“ verbinden kann. Solingen als Name und Betriff wird immer mehr zum „äääh, wer, wat, wo??“. Es sind allenfalls tendenziell die älteren und „bürgerlichen“, die Solingen als Stadt guter Bestecke und Messer kennen (übrigens, im In- wie auch im Ausland). Für jüngere und eine „heutige Lebensweise“ sind solche Gegenstände fast schon bedeutungslos geworden.

Also: Womit wollen wir, wenn wiederbelebt, die Marke Solingen verbinden? Mit was? Mit welchen Produkten? Mit welchen Eigenschaften? Mit welchen Besonderheiten? Was macht Solingen von anderen Städten dieser Welt charakteristisch unterscheidbar?



Mensch, Solingen



Solingen hat neuerdings ein Stadtmarketing. Was das ist? Damit fängt's an: Ein Begriff, der schlichtweg unsinnig ist = keinen Sinn hat. Weil nach allem, was bisher von diesem Stadtmarketing zu sehen war, es sich lediglich um Werbung handelt und Design-Richtlinien. Und einen Slogan, „Mensch, Solingen“

Es ist, aus werbefachlicher Sicht gesehen, noch nicht einmal CD, also Corporate Design. Denn das müsste die Corporate, „das ganze Unternehmen“, den Konzern Stadt Solingen umfassen. Bislang ist dies nicht der Fall. Wird es das mal? Die Frage muss wohl derzeit offen bleiben.

Werbung ist ein Werkzeug des Marketings, aber nur eines im gesamten Werkzeugkasten. Die Definition von Marketing, die ich über 40 Berufsjahre „gepredigt“ habe (und von keinem Widerspruch weiß) ist:

Marketing ist die Summe des Verhaltens am Markt.

Um es einmal im Fachjargon und Business-Denglish zu sagen, Marketing ist „relationship behaviour“, die Art mit anderen umzugehen, wie man auftritt, sich gibt, verhält, also das Profil der Persönlichkeit eines Unternehmens, sein Charakter, der sich nach außen offenbart. Unter Fachleuten ist längst auch die Übersetzung/Definition, Marketing sei „Vermarktung“, tot. Vermarktung ist Distribution, Sales, – und beides sind auch Teile des Marketings, aber nicht das Marketing selbst.

Marketing ist ganzheitlich und umfasst unter anderem das „Benehmen“ und Tun eines jeden einzelnen Mitarbeiters, der nach außen, zum Markt, zu Kunden (in diesem Fall Bürger) aktiv ist oder in Kontakt und Erscheinung tritt. In und mit allen Medien – begonnen vom Briefbogen, der Visitenkarte bis zum Pricing. Ich befürchte, wenn man es so umfassend sieht, geht der Schuss nach hinten los. Aus dem Slogan „Mensch, Solingen!“ wird dann ein „Mensch, wieder mal typisch Solingen!“ im negativen Sinne: So ein Scheiß kann auch nur in Solingen ...

– aber halt! Ist es vielleicht die Raffinesse der Kampagne (und damit wäre auch klar, wie die Position heißen sollte, nämlich nicht Marketing sondern Campaigning), genau diesen Frust aufzugreifen und den Stier bei den Hörnern zu packen, nämlich Frust in Lust zu verwandeln. Lust auf Solingen, Lust auf eine interessante, tolle Stadt?! Ein bei Google leicht findbares Bildmotiv (aus einer Präsentation?) könnte exakt darauf hinweisen.

Die Begründung der Stadtverwaltung, die die Kampagne finanziert und durchführt, ist es wert, ernst genommen zu werden.

Original zitiert aus der Homepage der Stadt Solingen:

Was für eine Marke! – – ???

Der neue Slogan des Solinger Stadtmarketings ist mehrdeutig – und das ist gewollt. „Mensch, Solingen!“ steht zum Einen für das Selbstbewusstsein der Solingerinnen und Solinger: sozusagen ein „Daumen hoch“ für unsere Stadt! Zugleich steht er für das Erstaunen der Nicht-Solinger über die vielfältigen



Möglichkeiten und Stärken der Klingensteinadt. Diese reichen vom Künstlerdorf im Südpark über den zukunftssträchtigen elektrischen Oberleitungs-Bus bis zum vielgliedrigen Bildungsangebot – ganz im Sinne von: „Mensch, das hätte ich nicht gedacht!“.

Ziel des neuen Auftritts ist es, die „Marke Solingen“ zu schärfen. Das weltweite Image der Stadt als Markenzeichen für Schneidwaren und Qualität ist seit sechshundert Jahren gewachsen und gefestigt. Das ist schon eine starke Tradition – aber ist sie allein noch stark genug, um Solingen im Wettbewerb der Städte um Menschen, Unternehmen und Investoren nach vorn zu tragen? „Mensch, Solingen!“ ist als Verstärker zu verstehen, der die Mehrwerte definiert, die zu den Stärken der traditionellen Klingensteinadt hinzutreten. Vom „Mensch, wir haben den Bogen raus!“ als Anzeigenmotiv für die in Solingen stattfindende Deutsche Meisterschaft der Bogenschützen bis zum Zöppkesmahlzeit-Bierdeckel mit der Aufschrift in originaler Solinger Mundart: „Mensch, wat de nit sehst!“. Ja, unsere Stadt ist Eigen – aber sie ist in allen Sprachen der Welt zuhause.

....

Der „Mensch“, von dem hier die Rede ist, ist die kleinste Einheit der „großen Familie“, als die Solingen begriffen wird. Wobei nicht nur die Familienfreundlichkeit der Stadt gemeint ist (die aber durchaus Thema der Stadtwerbung sein kann), sondern die Solidarität, das Netzwerk, die Nähe und die Kommunikations- und Feierfreude der Solingerinnen und Solinger. Eine trotz ihrer Größe überschaubare und sympathische Stadt, in der man sich kennt und hilft.

(Zitat Ende)

Menschen als Produkt einer Stadt ??? ?? ?

oder

Die Stadt Solingen, so wie sie ist, als das „Produkt“=Ergebnis ihrer Bürger ??? ?? ?

Also der Summe der Taten (und des Nichttuns) der Einwohner, der „Gesellschaft“. Die korrekte Antwort auf diese Frage nach der Definition der Initiatoren (siehe oben) ist eindeutig: Beides ist gemeint, auf die Wechselwirkung kommt es an. Die Stadt prägt das gesellschaftliche Leben, das gesellschaftliche Leben prägt die Stadt.

Das mag jetzt Politikern gefallen. Werbemenschen gähnen (weil aus der Neutralisierung einer Polarisierung keine Energie entstehen kann) oder kichern dabei, weil es ein unglaublich netter, versteckter, neckischer Kaulauer ist; ein Selbstbezug auf das, was Grundlage von Design ist. Die „heilige Formel“: forms follows function, die Nutzung bestimmt die Gestaltung bzw. Gestaltung dient dem Nutz- und Einsatzzweck.

Indem die Verwaltung via Kampagne „Mensch, Solingen“ die Bürger lobt, legt sie sich selbst die Verpflichtung auf, so zu sein, wie die Bürger es möchten. Sie müsste „willfährig“ sein.

Will sie das wirklich, die Verwaltung? Kann sie das überhaupt, rein funktional, juristisch, faktisch?

Das wäre ja jetzt alles bloß Esoterik, Haarspalterei, Korinthenkackerei, ginge es nur um eine bloße philosophische Interpretation eines Slogans, der mit Absicht ambivalent ist.

Es bleibt nämlich die wichtigste aller Fragen unbeantwortet:

Was ist das USP von Solingen?

(Fachbegriff des Marketing: [engl.] *unique selling proposition*, perfekt nützlich übersetzt mit „Alleinstellungsmerkmal“. Salopp: Was habe ich, was andere nicht haben, was kann ich anders als die anderen? Im konkreten Fall auch sinnvoll ergänzbar durch „UVP, unique value proposition, die Einzigartigkeit meines Wertes, das Wertvolle meines Produktes oder meiner Leistung.)

Die Formulierung einer USP, und nur das, kann helfen, eine emotionale Identifikation aufzubauen. Mit Hilfe von Marketing. Und all seiner Werkzeuge, Werbung und seine Kampagnen eingeschlossen.

Ein Marketing-Konzept, die Zielsetzung des Marketings, ist immer, IMMER, Chefsache. Eine Geschäftsleitung muss sagen, mit welchem USP sie welche Erfolge erzielen will, also Kurs und Ziel bestimmen. Management muss vor allem auch gestalten und nicht nur verwalten. Also sind die gesetzlichen Selbstverwaltungsstrukturen, die Parteien und die Bürgergesellschaft aufgefordert, sich ans Werk zu machen.

Eine geistige Bankrotterklärung der lokalen Politik wäre es, diese Definition dem Oberbürgermeister oder einem Ausschuss als Hausaufgabe bzw. Denksport-Aufgabe verpflichtend aufzutragen. Nein, der Stadtrat mit breiter Mehrheit, und sonst niemand, als Stellvertreter aller Bürger, als von diesen gewähltes legitimes Parlament, muss diese zukunfts-gestaltende, eminent wichtige, weichenstellende und folgenschwere Entscheidung treffen. Und zwar nicht irgendwann einmal, sondern sehr bald.

Beschwör ich jetzt wieder einmal den St.-Nimmerleins-Tag herauf?

Und ich hätte noch ein paar hübsche Fragen parat:

- Ist „Solingen“ ein Brand oder braucht Solingen einen (neuen) Brand? [brand, engl., ist der Fachbegriff für „Marke“, Markenzeichen, Identifikation, Wiedererkennungs-Marker]
- Wenn wie jetzt in der Kampagne Menschen in/aus/für Solingen im Mittelpunkt stehen, was haben diese Menschen wirklich, was Menschen anderer Städte nicht haben?
- Wenn, in Umkehrung der vorherigen Frage, die Stadt Solingen auf ihre Bürger (also auf sich selbst !!!!!) so stolz ist, wieso haben andere Städte nicht Bürger, auf die sie genauso stolz sind? Was also ist daran USP?
- Wenn wir die Besonderheit der Stadt Solingen über die Bürger, also die Summe der Individuen definieren, müssen dann der Slogan, die Werbung, das Marketing nicht auch bürger-gerecht vielsprachig sein; also türkisch, arabisch, urdu, französisch, italienisch, russisch, ... usw. /// Denn: Was ist das Gemeinsame der Bürger einer Stadt, die zu einem großen Anteil nicht (generationenlanger) Solinger Abstammung sind?

Damit kein Missverständnis aufkommt: Solange kein USP definiert ist, ist eine Werbe-Kampagne wie „Mensch, Solingen“ immer noch besser als gar nichts. Aber keiner sollte sich etwas schönreden: Es ist eine Kampagne – und weder Marketing noch Programm und schon gar nicht USP.

Die 5- bis 8-Städte-Stadt

Besiedlung versus Zersiedlung

Die Bezirksvertretungen, also die politischen „Halbkantone“ (wie sie in der Schweiz heißen würden) von Solingen, fühlen sich wie einst die Fürstentümer. Wobei das einzig im Scherz, aber immerhin selbst ernannte legitime, nämlich das Fürstentum Merscheid, schon seit geraumer Zeit auf die Eigenständigkeit im politischen Leben verzichten muss. Merscheid, einst „Besitzer“ von Ohligs, wurde von Ohligs, als es dank Bahnhof wuchs, einverleibt.

Nicht nur die Parteien halten sich noch diese diversen Erbhöfe, aus denen sie bei Parteitag Stimmenpacht schöpfen.

Zwischen den Stadtteilen herrscht durchaus Neid, gibt es heimliche oder offen zur Schau getragene Abgrenzungs- und Grabenkriege.

Neben den offiziellen Bezirksvertretungs-Stadtteilen (von Nord nach Süd) Gräfrath, Wald, Mitte, Ohligs-Aufderhöhe, Burg-Höhscheid könnte man auch noch die früheren Selbständigkeiten Weyer, Merscheid, Burg hinzurechnen. Aber was heißt „könnte“? Im realen Leben der Stadt wird es getan. Warum eigentlich?

Das Ei, das Huhn



Jeder kennt die Symbolik des Henne-Ei-Problems. Was war zuerst da, das Huhn, das das Ei legte oder das Ei, aus dem das eierlegende Huhn schlüpfte?

Was war zuerst da: Das „Bergische Pepita“, jenes unsäglich und zuweilen unerträgliche (weil nervende) Stadtteil- und Abgrenzungs-Denken, der Streit um die eigene Parzellen-Hoheit (ich bin Höhscheider, ich komme aus Ohligs, ich gehöre zu Gräfrath ... und so weiter). Oder die Tatsache, dass weder die Großstadt Solingen intern noch das bergische Städte-Trio Remscheid-Solingen-Wuppertal jemals wirklich erkennbaren, durchgehaltenen, intensiven und effektvollen politischen Willen entwickelten, sich als Gemeinsamkeit zu sehen – identitätsstiftend zu wirken. Von einzelnen Aktivitäten wie gemeinsame Feuerwehrleitwarte (SG-W) oder Orchester (RS-SG) und (immerhin!) W-RS-SG-Handelskammer abgesehen.

Dieser gelebte Separatismus wird von allen, immer, durchgängig beklagt. Solingen ist weit davon entfernt, eine mentale Einheit zu sein, bei der die Bevölkerung sich zur Gesamtkommune als „gefühlter Heimat“ bekennt. Die Oberbürgermeister der letzten Zeit bemühten und bemühen sich unentwegt, ehrlich und intensiv, diese Gemeinsamkeit wie ein Pastor von der Kanzel zu predigen. Reaktion des Volkes: „Lot die ens kallen“, lass sie reden!

Dieser gelebte Separatismus wird von allen, immer, durchgängig beklagt. Solingen ist weit davon entfernt, eine mentale Einheit zu sein, bei der die Bevölkerung sich zur Gesamtkommune als „gefühlter Heimat“ bekennt. Die Oberbürgermeister der letzten Zeit bemühten und bemühen sich unentwegt, ehrlich und intensiv, diese Gemeinsamkeit wie ein Pastor von der Kanzel zu predigen. Reaktion des Volkes: „Lot die ens kallen“, lass sie reden!

Denn auch die Einteilung, wie wir sie nun seit langem kennen – 5 Stadtteile – ist schon eine ziemlich grobe Zusammenfassung der eigentlichen Struktur innerhalb des Stadtgebietes.

Thematisches Mosaik oder bunter Haufen?

«Die Stadt Höhscheid brachte bei der Städtevereinigung 1929 mit 2067 ha oder 26 % die zweitgrößte Grundfläche nach Solingen ein, war jedoch verhältnismäßig dünn besiedelt und bestand bereits 1832 aus 94 Ortschaften beziehungsweise „Wohnplätzen“, das heißt Einzelhäusern.» (ST 23. 9. 14)

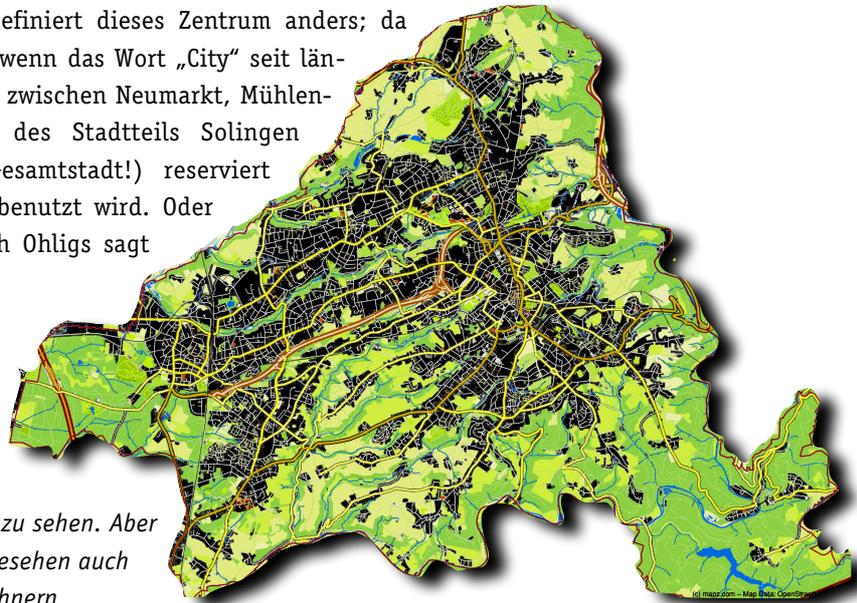
„Zersiedlung“, das Wort kommt häufig in Gesprächen über die Flächenstruktur vor. Parzellierung, Hofschaften/Gehöfte, Winkel, Mini-Cluster wären weitere passende Begriffe.

**Das „Geheimnis“ des partikulären Solingens:
Zu keinem Zeitpunkt der Geschichte und Zeit
des Bestehens der einzelnen Verwaltungs- und
Bezirkseinteilungen gab es einen gemeinsamen,
dominanten Stadtmittelpunkt.**

Auch wenn man heute fragt, wo denn der Stadtmittelpunkt ist, bekommt man keine zufriedenstellende, nämlich allgemein anerkannte Auskunft. Ein jeder definiert dieses Zentrum anders; da nützt es auch nichts, wenn das Wort „City“ seit längerem für den Bereich zwischen Neumarkt, Mühlenhof und Entenpfuhl des Stadtteils Solingen (eben: Teil, nicht Gesamtstadt!) reserviert bleibt und allgemein benutzt wird. Oder auch nicht, denn auch Ohligs sagt „Ohligs-City“ ...

So ist es, das reale Solingen: Viel Grün und einzelne Siedlungsbereiche, die zwar inzwischen zusammengewachsen sind (bzw. ineinander übergehen), aber eben keine typische gewachsene Stadtstruktur.

Ansatzweise ist die noch für „Kern-Solingen“ zu sehen. Aber dieser namensgebende Stadtteil ist für sich gesehen auch „nur“ eine Kleinstadt mit rund 45.000 Einwohnern.



Eine weitere Komponente kommt hinzu, die man nicht außer Acht lassen darf. Solingen hat neuerdings einen recht hohen Anteil von Bürgern, die zugezogen, nicht hier geboren und/oder aufgewachsen sind. Für diese hat die Stadt kaum bis keinen starken emotionalen Bezug, der mit „stolz auf die Stadt“ übersetzt werden könnte. Vor allem haben sie kaum bis keine Beziehungen zur Geschichte, zur Mentalität der ursprünglichen Bevölkerung und zu den Traditionen der Stadt, des Bergischen Landes, zum Rheinland usw.

**Was in Solingen bislang nicht möglich war,
kann wohl auch über die Stadtgrenzen hinaus nicht wirklich klappen.**

Gemeint ist der logische, vernunft-orientiert und nahe liegenden Versuch, aus den „Bergischen Drei“, dem Städtedreieck Remscheid-Solingen-Wuppertal (alphabetische Nennung) eine gesamtheitliche Großstadt zu machen.

Grob gerechnet: Remscheid hat 110.000 Einwohner, Solingen an die 160, Wuppertal ca. 340, zusammen also „pi mal Daumen“ 600.000 Einwohner. Das ist die Größenordnung von Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Essen,

Leipzig, Bremen, Dresden, Hannover, Nürnberg. Alles Städte, die funktionieren. Warum sollte nicht auch eine Stadt namens „Wuppremlingen“ (oder Soliremwup oder Remwupsol) klappen?

Die Bevölkerung hat längst eine Erklärung dafür gefunden, und die ist nicht besonders schmeichelhaft. Auf den Punkt zusammengefasst: Weil dann viele Menschen – vor allem in der Politik und dem öffentlichen Leben – zumindest den Titel, massiv auch Geld und nicht wenige den Job verlören. Aus drei Fraktionsvorsitzenden würde einer, es braucht keine drei Verkehrsbetriebe, keine drei Kämmerer, keine drei Vorsitzenden des XYZ-Ausschusses, man käme mit einem OB aus, einem Stadtverbands-Vorsitzenden, Solingen bräuchte auch in einer solchen Metropolis nicht 5 Bezirksvertretungen samt Bezirksbürgermeistern, zwei wären ausreichend, allenfalls drei - - - alles klar?! Seitens der Amtsinhaber („der Politik“) ist also kein Votum zu erwarten, das Schwung in die Sache brächte. Allenfalls wie damals in Preußen eine Anordnung „von oben herab diktiert“ würde Entscheidendes verändern.

„Isch binn (k)aiin Ssolingker“

Solingen hat keine Identifikation, kein „gefühltes Profil“, auf das man stolz sein könnte; eins, das die eigene Person im Vergleich zum Rest der Welt charakterisieren könnte. Wäre nur ich es, der dies so sieht, wäre alles hier geschriebene überflüssig. Meine Erfahrung in dieser Stadt ist, viele Bürger sehen und empfinden es so.

„Die“ Kölner, Berliner, Münchner, Schweizer, Holländer, Ostfriesen, Sauerländer, Pariser, Londoner, Segler, Bergsteiger, Musiker, Motorradfahrer ... – zu allen fiele einem ja ein Klischee, Vorurteil, eine Metapher, Eigenschaften, Charakteristisches ein. – Aber: „Die“ Solinger ... ??? Was könnte dies sein, das „den Solinger, die Solingerin“ draußen in der Welt charakterisiert oder innerhalb der Stadt ein Wir-Gefühl erzeugt, geistige Gemeinschaft erzeugt?

War Solingen einst ein rasch und letzten Endes willkürlich zusammengeworfenes Verwaltungsgebilde (der Staat Preußen hätte die Städte seinerzeit durchaus auch anders zusammenwürfeln können), so hat sich die fehlende gefühlte Zugehörigkeit oder der mentale Zusammenhalt („Wir“) inzwischen dramatisch verschärft.

„Pi mal Daumen“ sind ein Drittel der Solinger Bürger aus anderen Ethnien, Religionen, Kulturen, Ländern, Herkünften stammend. Ein weiteres Drittel kann als „eingeboren“ gelten, das dritte Drittel ist „mixed german“, zugezogen aus anderen deutschen Städten und Landen, aber deshalb noch lange nicht wirklich und automatisch „Solingen“-affin.

Noch heute hört man beispielsweise von Kölnern, Wuppertalern oder Düsseldorfern (alles nahe Nachbarstädte), die inzwischen (lange) in der Klin-genstadt leben, immer noch den Tonfall der Verlegenheit, dass sie den Abstieg aus einer richtigen in eine zerrissene Großstadt gemacht haben oder dazu gezwungen waren. „Na ja, eigentlich bin ich ...“ hört man oft, wenn man Neu-Solinger fragt, was ihre innere Heimat ist.

Und damit ist und bleibt das heutige Großstadt-Solingen „irgendwas“, und keiner könnte wirklich sagen, was es denn nun ist. Es ist vieles. Und damit

nichts, was zur inneren und äußeren Identität wirklich beiträgt. Die Probleme halten an.

Weshalb man sich die Frage stellen muss:

Ist es eigentlich notwendig, muss es notwendigerweise Ziel sein, dass erstens Solingen in sich und zweitens die Bergischen Drei, Solingen und sein Umland, zu einer Identität im Sinne von marketing-fähigen USP finden?

Können wir denn nicht weiterhin mit dem „Flickenteppich Solingen“ oder dem „fiktiven Phänomen Bergisches Land“ weiter so leben wie bisher. Indem wir zur Kenntnis nehmen, dass es zwar irgendwie einen Zusammenhang gibt, aber uns nicht drum kümmern, was die jeweiligen Nachbarn tun?

Es klappt doch gut! Der Verlag B. Boll gibt das „Solinger Tageblatt“ heraus. Er ist majorisierter Anteilseigner an „Radio RSG“, wobei RSG für die Zusammenziehung von RS und SG steht, die beiden Autokennzeichen für Remscheid und Solingen. Gleichzeitig gibt der Verlag „Ohligs aktuell“ und „Wald aktuell“ sowie „Das Solinger“ heraus, also drei Stadtteilzeitungen. Die Anzeigenberater sind stadtteilweise zuständig, politisch zwar unkorrekt, aber wahrscheinlich praktisch Aufderhöhe/Höhscheid, Ohligs, Südstadt, Gräfrath, Innenstadt, Wald (eyh, als Bürger wäre ich jetzt sauer:-) – Also: Es lebe der Parikularismus! Denn neben Radio RSG gibt es ja auch Radio Wuppertal und Radio Neandertal und Radio Berg im Bergischen.

Mithin: Es wird beliebig kleinteilig strukturiert, mal so, mal so, aber offensichtlich erfolgreich. Warum also will die Politik, soll die Verwaltung da ein einheitliches Solingen-Gefühl herstellen?

Solingen tut so, als gäbe es es. Aber in Wirklichkeit gibt es es nicht, außer als Verwaltungsgebilde.

Solingen ist, stellt man fest, eine Geisterstadt. Erscheint – und husch, ist's wieder weg.

Taugt die Vergangenheit, um die Zukunft zu gestalten?

„Wer sich im Kreis dreht, läuft sich müde, kommt aber nicht weiter“

„Solingenverordnung“ (Ursprung 1938, jetzige Fassung 1995)

Der Name Solingen darf im geschäftlichen Verkehr nur für solche Schneidwaren benutzt werden, die 1. in allen wesentlichen Herstellungsstufen innerhalb des Solinger Industriegebiets bearbeitet und fertiggestellt worden sind und 2. nach Rohstoff und Bearbeitung geeignet sind, ihren arteigenen Verwendungszweck zu erfüllen. ... Das Solinger Industriegebiet umfaßt das Gebiet der kreisfreien Stadt Solingen und das Gebiet der im Kreis Mettmann gelegenen Stadt Haan. ...

„Solingen“ ist also eine Marke, die gesetzlich geschützt ist in Bezug auf die Produkte, mit der die Stadt über lange Zeit weltweit punktete und damit bekannt („berühmt“ ist ein wenig übertrieben) wurde.

Die Funktion einer Marke entspricht dem, was auch das alte Wort Landmarke meint, eine weithin sichtbare, zuverlässige Orientierung. Markante Berge, die weit erkennbare Burg auf dem Hügel, die Türme des Doms, die Senke des Flusses, die am Horizont sichtbare Insel, Leuchttürme – alles Landmarken, alles Orientierungen.

Die Schaffung und Pflege einer Marke wird im Slang der Werber und Marketers Branding genannt. Branding bedeutet, immer, emotionale Erkenntnisse, Überzeugungen, Abgrenzungen, Identitäten zu generieren.

Brands sind und machen elitär.

Das ist nichts negatives oder gar Verwerfliches.

Ganz im Gegenteil, es ist die Basis um überhaupt

Gemeinschaft bilden zu können: Zusammengehörigkeitsgefühl.

Coca-Cola, Apple, Nike, Schalke 04, Armani, Porsche, SPD, ... – alle haben Fans, Begeisterte, treue Anhänger (und Kunden). Weil für die Nutzer der Marke diese verlässlich für bestimmte Eigenschaften, Stile, Ansprüche und Einstellungen steht. Völlig egal, ob diese real sind oder die Fans sie sich nur einbilden.

Für welche Eigenschaft, Stil, Anerkennung steht Solingen, welcher Anspruch findet in der „Marke SOLINGEN“ seinen Ausdruck?

All das ist nicht definiert. Darüber haben viele Leute verschiedene Meinungen. Aber eine Definition, gar eine Markenführung (die im Marketing unerlässlich, unabdingbar ist) wird nicht sichtbar.

Derzeit nicht und auch nicht in einer gewissen zeitlichen Perspektive. Dazu fehlt bei vielen (Personen wie Gremien) die Bereitschaft zur Hintantstellung eigener Dominanz. Zu viele Köche verderben nicht, nein, kochen erst gar nicht den Brei.

Die abgedroschene Phrase: Qualität

Keiner kann nur durch Marketing oder gar nur durch Werbung auf Dauer ein schlechtes Produkt gewinnbringend verkaufen.

Qualität ist immer Voraussetzung, um überhaupt wettbewerbsfähig zu sein.

Aber es ist niemals ein Mittel der Abgrenzung, der Profilierung im Wettbewerb.



Beispiele: Der Anspruch, ein Produkt oder eine Lösung seien „präzise“ (im Sinne von haben damit hohe Qualität) kann bedeuten, es ist „handgemacht“ und „computergesteuert produziert“. Also kann etwas scheinbar Gegensätzliches das gleiche Ziel erreichen. Insofern funktioniert der Umkehrschluss, es sei etwas handgefertigt oder computerberechnet nicht, um damit Qualität auszudrücken. Dass Solinger Messer Qualität sind, reicht nicht um weiszumachen, auch alles andere aus Solingen sei Qualität.

Es kann Originalität sein, wenn ein alkoholisches Getränk über alle Jahre hinweg den gleichen Geschmack hat, es kann aber auch Originalität sein, wenn es von Jahrgang zu Jahrgang (Ernte zu Ernte) wechselt.

Dinge können speziell für junge oder ältere Menschen gedacht und gemacht sein, für Männer und Frauen, Dicke und Dünne. „Speziell für...“ ist zwar eine nette Werbeaussage, aber wiederum ist die Umkehrung unbrauchbar. Attraktiv sind preiswerte Sachen ebenso wie auch „sündhaft teure“ – im Preis an sich ist also keine Attraktivität verborgen. Dem einen genügt ein „gerade gut genug“, dem anderen ist „das beste fast nicht gut genug“.

Vor allem aber, was soll die Alternative zu Qualität sein?

Wieso ist Qualität etwas besonderes?

Unbrauchbares, Schrott, Mist, „Muppen“ (Solinger Ausdruck für schlecht gemachte Messer), Murks,? – Ergo: Qualität ist kein Argument, welches Käufern wirklich eine Auswahl bietet. Und damit auch keins, wofür sie sich entscheiden können.

Wenn (beispielsweise) ein einzelner Messerhersteller behauptet, seine Messer seien von ganz besonderer Qualität, Härte, Haltbarkeit, Schönheit oder irgendwas, dann mag das sinnvoll sein (und natürlich stimmen). Denn immerhin hat man im allgemeinen Erfahrung damit, dass (scheinbar billige) Messer in der Tat nicht „das Gelbe vom Ei“ sind. Untereinander können sich Messerhersteller mit Qualitäten und Eigenschaften ihrer Produkte konkurrenzieren und abgrenzen.

Aber eine ganze Stadt als Symbol für Qualität? Das ist schlichtweg Blödsinn. Solingen erlaubt sich seit Jahren diesen Nonsens. Oder soll man es sogar einen Ausdruck von Hilflosigkeit nennen. Weltweit ist Qualität kein Begriff mehr, mit dem man die sprichwörtlichen Kunden hinterm Ofen hervorlocken kann. Denn sie verlangen Qualität – und nichts anderes. Das ist heutzutage Realität.

Also sagt der Slogan, Solingen sei Qualität, nichts anderes als das, was auch unausgesprochen erwartet wird.

Und davon mal abgesehen: Schätzen Sie doch einfach einmal für sich selbst, welcher Anteil der Bevölkerung heutzutage überhaupt noch wirklich Wert legt auf qualitativ hochwertige (und eben nicht billige) Bestecke und Messer? Hier in Deutschland und wörtlich global gesehen.

Das schließt ja überhaupt nicht aus, sondern im Gegenteil logisch ein, dass es immer Freaks geben wird, die viel Geld für ein echtes wunderbares Solinger Messer auszugeben bereit sind. Aber es ist kein Millionenpublikum, es ist nicht ein Handelszweig, der Güterzüge voller Waren für den Export füllt. Wir reden eher von Einzelteilen. Ein paar Zehntausend im Jahr, aber eben nicht Millionen, schon gar nicht Hunderte Millionen.

Oder doch: Peinlich verschwiegen wird nämlich permanent, dass es durchaus etliche Firmen in Solingen gibt, die Massenware herstellen, die zwar ihren Zweck erfüllen, aber mit dem allgemeinen Begriff von besonderer Qualität und hoher Werthaltigkeit nicht in Verbindung zu bringen sind. Es gibt aus Solingen stammend genügend Messer, für die würden sich die alten Messermacher im Grabe rundrehen. Sie kämen aus dem Rotieren gar nicht mehr raus.

So gesehen führt die tradierte Besteckindustrie Solingens, also die Produkte, auf die man ein ganzes Image bauen will, ein sehr bescheidenes Nischen-Dasein. Bekannt bei Kennern, aber längst kein Massenprodukt mehr.

Es gibt die handgeschnitzten Krippenfiguren, aus dem Erzgebirge, aus Tirol. Superteuer, superschön, super-stylisch. Aber 95 bis 98 Prozent aller aufgestellten Weihnachtskrippen haben Kunststoff-Figürchen made in Fernost; und 99 Prozent der Weltbevölkerung stellt keine Krippe auf. Fast so krass mit Solingen, man wechsele nur das Wort Krippenfiguren mit ‚Solinger Messer und Bestecke‘ aus: Solinger Produkte im realen Einsatz weltweit sind absolute Raritäten.

Solingens Konkurrenz

Einst war es einfach zu beantworten: Sheffield, England. Dort wurden auch Bestecke, Messer gemacht. Heute ist es noch einfacher: all die Plagiate, die unberechtigt den Namen Solingen tragen.

Was von den Engländern einst als Ab- und Ausgrenzung gemeint war, wurde Deutschland zum Glücksfall. Die englische Industrie hielt sich Ende des 19. Jahrhunderts für die Number One in der Welt, für die Top-Quality. Sie wollte sich gegen „billige“ = minderwertige Ware abgrenzen, vor allem aus Deutschland. „Made in Germany“ war also eine Warn-Bezeichnung, sollte der Abschreckung dienen. So wie wir heute „billiger China-Firlefanze“ sagen.

Deutsche Qualität jedoch war nicht schlecht, im Gegenteil. Sie setzte sich auf der Welt gut durch, das Warnsignal „Made in Germany“ wurde zum Symbol für beste Produkte.

Aber das alles ist Geschichte, gilt nur noch im handelsrechtlichen Sinne, denn in der EU sind Länderherkunftsbezeichnungen für viele Produkte Pflicht.

Wer ist Solingens Konkurrenz? Unabhängig von der juristischen Warenrechtsverletzung bei missbräuchlicher Kennzeichnung von „Solingen“ als Herkunftsort (Betrug und Straftatbestand gemäß ‚Lex Solingen‘ und andere Warenschutzgesetze) hat Solingen keine Konkurrenz – außer der gesamten Welt. Und: Außer dem Lebensstil, der fast überall ziemlich anders ist, als ihn sich das tradierte Solinger Weltbild wünscht.

Womit wir beim eigentlichen Kern des Solinger Image-Problems angekommen sind. Solingen versucht, sich nach außen zu profilieren. Dabei wäre die Aufgabe heute, sich erst einmal nach innen zu profilieren.

Krasser ausgedrückt: Solingen muss erst einmal von seinem Wesen als Geisterstadt befreit werden und wirklich eine emotionale Bastion werden, bevor sie ihre Relationen zur übrigen Welt regelt. Denn die Welt will nichts kompliziertes. Bekannt wird nur, was sich auf ein Schlagwort oder Symbol reduzieren lässt. Also „ikonenhaft“ ist.

Also:

Es ist an der Zeit, dass sich Solingen neu erfindet.

Ziemlich einig könnte man sich in einer offen geführten, öffentlichen, umfassenden Diskussion und Ideenfindung wohl sein, dass die bisherige Orientierung an Messern=Klinge wenig taugt. Weil sie kaum noch Faszination ausübt und damit wenig attraktiv ist. Das heißt überhaupt nicht, dass der Begriff „Klingenstadt Solingen“ verschwinden sollte – ganz im Gegenteil, nichts wäre klüger, als ihn zu erhalten. ABER: Der Begriff muss mit einem neuen, zeitgemäßen „steht für ...“ verknüpft werden.

Und somit lautet die Frage ganz einfach: Was hat Solingen, was es für Einwohner wie auch für „die Welt da draußen“ charakterisiert, einzigartig macht? Und zwar ganz konkret. Nicht fiktiv, nicht geisterhaft.

Zitate

Was man so denkt und sagt über die Klingestadt Solingen

Gesammelt in den letzten Jahren.

« Wenn ich eine deutsche Stadt benennen müsste,
die durchschnittliche Normalität mit einem profilierten
Charakter vereint, mir fiel als erstes Solingen ein. »

« Das Bergische Land war niemals eine musische Kulturregion
Deutschlands oder Europas. Aber weder Deutschland noch Europa
wären so geworden, wie sie sind, hätte es nicht die Werkzeuge und
Waffen aus dem Bergischen Land, die Erfindungen der genialen
Techniker und die Organisationsfähigkeit der Kaufleute gegeben, die
früher als woanders die Industrialisierung einleiteten und in vielem,
was uns heute selbstverständlich erscheint, Pioniere waren. Das
Land, das nur mäßig touristisch besucht wird, war schon früher als
andere global und polyglott, export-orientiert und hatte Beziehun-
gen in alle Welt. Und trotzdem ist es ein Land geblieben, das sich
noch heute gerne versteckt und auf sich selbst reduziert. Dass es
dabei ein poetisches und in aller Ernsthaftigkeit auch glaubensver-
bunden-sektiererisches Land geblieben ist, zeugt davon, dass die
Bergischen Menschen bereit sind, sich das Leben selbst zu gestalten.
Oder sich sogar Einmischung von anderen sehr verbitten. »

« Wird es je die Großstadt ‚Bergisch-Land‘ der drei Städte
Remscheid, Solingen, Wuppertal geben?
Ja, an dem Tag, an dem sich Juden, Moslems, Hindus,
Christen und Buddhisten zur Weltreligion vereinen. »

« Ich bin Ohligserin, ich gehe in Langenfeld und Hilden einkaufen.
Oben in Solingen war ich zuletzt –
Karl, sag mal, wann waren wir da oben? »

« Wieso findet der Höhscheider Weihnachtsmarkt
auf Solinger Territorium statt? »

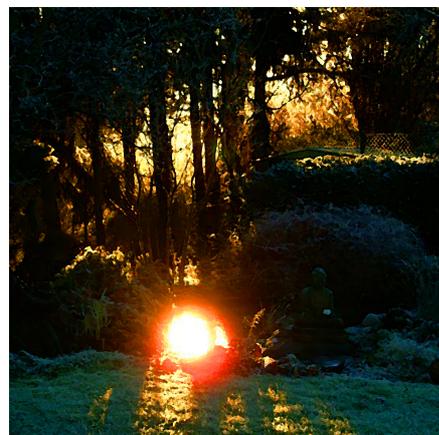
Antrag bei einer Bezirksvertretung auf Zuschuss (so genannte ‚freie
Budgetmittel‘ der Stadtteilparlamente) für Equipment, das bei öf-
fentlichen Veranstaltungen eingesetzt werden soll, wird abgelehnt.
Begründung: „Das könnte ja auch in anderen Stadtteilen eingesetzt
werden.“ – Der Fall ist bezeugt!

Gedankenpause

„Prackesieren“ nennt der Solinger in Mundart das Vor-, Nach- und Be-Denken

Die Welt scheint Kopf zu stehen in Solingen:

Die Sonne unten? Wie so vieles, es ist nur ein Vexierbild, eine optische (oder gedankliche) Täuschung: Das Himmelsgestirn spiegelt sich im Teich. Das Hel- le ist im Dunklen zu suchen, das Eigentliche in seinem Gegenteil. Grün einge- bettet ist die Stadt, was sie zur idealen Wohnstadt macht. Wären da nicht die industriellen Probleme: Wegen der Zersiedlung und erhaltenswerter Natur- schutzgebiete hat die Stadt keinen oder kaum noch Platz für Industrie-Neu- ansiedlungen. Sie ist wegen ihrer idealen Lage und landschaftlichen Schön- heit vom allgemeinen Fortschritt abgeschnitten, jedenfalls zu weiten Teilen.



Geisterbahnhof Gräfrath.

Im vor-vorigen Jahrhundert mit Verve und Optimismus gebaut, weil die vielfältigen Schienen-Transportwege der Solinger Industrie zu be- trächtlichem Aufschwung und zu einem bemerkenswerten Boom verhalfen. Nach dem zweiten Weltkrieg verloren Eisenbahnen zugunsten der Lastkraftwagen auf der Stra- ße ihre Bedeutung, die Nebenstrecken der Bahnen wur- den sozusagen Zug um Zug stillgelegt. Übrig blieben Ruinen, die lange Zeit das Stadtbild prägten – Symbolik, Schande, Schrotthaufen. Längst ist der Gräfrather Bahn- hof abgerissen und an seiner Stelle ist – – ein Nichts.

Wieder einmal hat bislang Kommunalpolitik im Verbund mit persönlicher Eigenbrötlerei verhindert, dass aus dem alten etwas Neues erwuchs. Dennoch gibt es Positives zu berichten: Die auf dem ehemaligen Gleisbett der Nebenbahnen errich- tete „Trasse“, die für Spaziergänger und Radfahrer offen ist, gehört zu den infrastrukturellen Glücksfällen der Stadt und ist für die Freizeit von hoher Bedeutung. Also, siehe da, aus altem kann Neues werden, das hohen Wert hat.

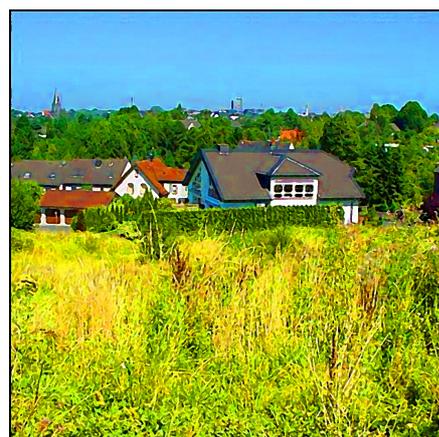
Alles, nur nicht Taxifahrer!

Ein ehrenwerter Beruf, in Solingen einer, der extrem hohe Herausforderungen parat hält. Klar, in einer Großstadt wie Berlin kann ein Fahrer unmöglich jede Straße kennen. In einer sehr kleinen Großstadt wie Solingen – auch nicht. Es ist unglaublich, wieviele verwinkelte Hofschafden es gibt, deren Namen weder einer gewissen Logik folgen, geschweige denn die Nummerierung. Und so müssen sowohl die Fahrerservicedienste wie auch Rettungskräfte mit einer kräf- tigen Portion Spürsinn ausgestattet sein, um sich im Dickicht der Zer- siedlungs-Zerstückelung zurecht zu finden.



Manchem erscheint diese Stadt wie in einer Eiszeit erstarrt.

Vieles wird konserviert. Kaum etwas blüht neu auf. Nur eine Täuschung, nur Vor-Urteil, nur dummes Gerede – oder Realität? Mein persönlicher Eindruck: *Solingen ist eine quicklebendige, muntere, lebens- und liebenswerte Stadt. Das generelle Problem ist, dass sich diese positive*



Geisteshaltung nicht im allgemeinen bemerkbar macht.

Manchmal ist jeweils Gegenteiliges sinnvoll und führt zum gewünschten Ergebnis; in der Mathematik ergibt „minus mal minus“ plus. Und so darf man sich vielleicht dadurch, das man sich unbeliebt macht, auch beliebt machen ...? ! Ich versuche es einmal mit dieser These:

Das Genörgel in Solingen beruht auf mangelnder Anpassungsfähigkeit der Solinger

Klingt provokativ, ist aber nicht von der Hand zu weisen und belegbar

Für wie „balla-balla“ würden sie jemanden halten, der im Herbst, wenn der Apfelbaum herrliche Früchte trägt, sich schreiend-weinend-jammernd-klagend auf dem Obstwiesenrasen wälzt und kreischt, in Blüte sei der Baum viel schöner gewesen? Dieser Mensch muss doch irgendwie nicht die Realität in seine Birne gepackt bekommen haben, auch wenn es sich um einen Apfelbaum handelt; oder?

Und für wie&was würden Sie jemanden halten, der im Jahr 2020 beklagt, die Solinger Obusse aus dem Jahr 1970 hätten aber schöner ausgesehen? Egal, was Sie denken und wie Sie urteilen, Sie haben soeben eine typisch Solinger Eigenschaft bewertet: Meckern, weil man in der Gegenwart keine emotionale Heimat findet.

Hat das etwas mit Alter zu tun – dem ewigen „früher war alles besser“? Ja. Eindeutig. Und der Mensch kann auch gar nicht anders. Denn in der Kindheit / Jugend werden die emotionalen Kuschelecken ausgeprägt; in der Psychologie nennt man sie die Belohnungsfaktoren. Den tröstenden Kuschelteddybär tragen wir alle lebenslang mit uns rum, egal in welcher Form. Rückzug in Schutz und Ruhe ist ein unstillbares Verlangen von Seele, Geist und Körper – und es gibt ein Phänomen. Wie oben beschrieben: Das Gegenteil kann das Eigentliche sein.

„Ich wäre zufrieden, mal froh zu sein.“ „Wenn es mir gut geht, bin ich glücklich.“
– Und andere Pferde, die von hinten aufgezümt werden.

Simple Frage: Was beruhigt? Beruhigt nur Ruhe, also wird man nur ruhig und zufrieden, wenn um einen herum Ruhe und Stille ist? Ja, kann sein. Doch wenn man in der Kindheit und Jugend daran gewöhnt ist, dass sich immer alles ändert, alles in Bewegung ist, man selbst eingeschlossen, dann wird man, wenn plötzlich alles ruhig ist und stillsteht, sehr unruhig. Man braucht die Quirligkeit.

Manchmal fürchten sich Menschen, wenn sie die Wohnung wechseln, umziehen müssen. Vielen Menschen ist es ein Graus, „ewig“ in der gleichen Wohnung zu leben. Die einen fühlen sich wie im Grab, wenn nicht Radio oder Fernseher dudeln. Den anderen geht das Gedudel mächtig auf den Keks. Die einen kaufen für 80.000 Euro ein 200-PS-Auto, nur um damit permanent im Stau zu stehen. Die anderen halten alles andere als zu Fuß gehen und Wandern für eine Sünde wider Umwelt und Natur.

**Und wer seine Jugend in Solingen verbracht hat,
ist so an Stillstand gewöhnt, dass er Panik bekommt**

**und sich wie in die Fremde ausgestoßen fühlt,
wenn mal eine Kreuzung umgebaut oder ein Hochhaus abgerissen wird.**

Frech, provokativ, unverschämt? Überhaupt nicht, sondern die Zusammenfassung von Kommentaren auf der Facebook-Community „Us Solig“ (recordet am 30.12.17):

Zu Wochenmarkt 1981, der auf dem damals anders aussehenden Mühlenhof stattfand: „Wie geil, konnte man noch mit dem Auto problemlos durch die Stadt fahren.“ „ Früher war es in meinem Solingen viel schöner als der Karstadt, das Turmhotel und der Mühlenplatz das war meine Heimat jetzt wo der Karstadt und das alles weg ist ist es nicht mehr so richtig schön.“

„Haltestelle Mühlenplatz. Da war mehr Leben als jetzt.“ – „An Hillers bin ich oft vorbeigegangen, ein besonderer Duft, der da in der Luft lag.“ (Anm. d. Red.: Haribo riecht man heute auch!)

„Immer wenn was schließt, wird es bedauert in Solingen.“ – „Ich persönlich bin froh, dass der Weg kommt. Schrecklicher Laden.“ (Anm. d. Red.: Orthografie nicht korrigiert) – „Bilde ich mir es ein?, oder sind die Menschen heute negativer eingestellt als früher? Oder liegt es eher daran, das man mehr durch das Internet mitbekommt? Obwohl, wenn ich es bei uns am Laden vergleiche, da finden wir, die Leute sind schon muffeliger, negativer, gestresster als vor 10 Jahren...“

Zum eisernen Adventskranz vor dem Rathaus: „Alles schlimm nach dem Kranz kommt nur noch die Atombombe.“ „Die Weihnachtsbeleuchtung aus den 70ern hat mir super gefallen, gegenüber der heutigen. Obwohl mehr Geld im Staat vorhanden ist! Alleine die ganzen Springbrunnen, wenn man mal zurück schaut! Im Nachhinein echt SCHADE! Mit vielen Grüßen an unsere Stadt.“ „Vermisse die beleuchteten Tannengirlanden an die Geschäftshäusern wie es damals war. Und heute alles Trost und schmucklos“

Selbst am Schnee hat man zu kritisieren: „Heute, genau vor 7 Jahren, hatten wir auch Schnee. Er war aber nicht so nass.“

Unterstellt man, dass heute die Sozialen Medien Dorfbrunnen und Stammtisch ersetzen, dann weiß man ziemlich genau, wie sich manches Getotter (mdtl. für Gespräch) und Tratsch anhören. Permanent. Überall. Immer wieder oder auch immer mehr.

Dä dēiht jo nix ./.. wat dēiht dä do, darf dä dat?

Immer und immer und immer und immer wieder läuft das Gemecker und Gemotze in Solingen nach einem wie in Stein gemeißelt festen Schema ab:

„Hier in Solingen passiert doch nichts, ist nichts los, tut sich nichts.“

Dann tut, verändert sich was. Und dann:

„Wat soll dat? Früöher geng et doch ouch! Wat soll de nöüe Quatsch? Wat maken die do für’n Mest?“

Und dann die Neunmalklugen:

„Hätten die mech mol jefrocht ... !!!! – Ich hätt dat denen sagen können, datt dat nix wiërd ... !!!!“

Seit Jahren mache ich ein Experiment. Alle, die ich meckern höre und denen ich sozusagen „habhaft“ werden kann, frage ich, welchen konkreten, machbaren, finanzierbaren, gesetzlich vertretbaren und alle Menschen zufrieden stellenden Vorschlag sie hätten, um ein jeweils anstehendes aktuelles Problem in der Stadt zu lösen. Antwort, immer und immer und immer und immer:

„Ja, dat wēiht ech jetz ouch nit su.“ – Aha!

Seit geraumer Zeit steht Solingens erste, einst mit Pomp und Getöse zur Einweihung gefeierte Shopping-Mall „Clemens-Galerien“ auf dem geschichtsträchtigen Stadtmitten-Mühlenplätzchen (die „chen“-Form ist mundartlich korrekt) in einem erbärmlich-jämmerlichen Zustand leer. Weil knapp daneben ein weiteres Einkaufszentrum gebaut wurde, das der Bevölkerung als Ergänzung vorgegaukelt wurde. Und wo schon von Beginn an Volkes Meinung war, das kann nicht funktionieren. Funktioniert auch nicht, die Clemens-Galerien werden derzeit mit Ateliers künstlich, sprich künstlerisch noch schein-vital gehalten. Dennoch die Frage an alle, die großspurig tönen, die Stadt müsse jetzt endlich etwas tun und die Politiker und die Verwaltung seien zu dumm und dösiger, den Zustand zu ändern. Erstens, dass es sich um einen Bau in nicht-städtischem Eigentum handelt, die Stadt also gar kein Recht auf Betrieb und Betreiben hat, ignoriert so gut wie jeder. Zweitens, ich frage permanent (wirklich inzwischen zum vier- oder fünfhundertsten Mal): Welche Läden, welcher Laden soll den da rein, was und wo würdest Du so permanent kaufen, dass sich das jeweilige Geschäft halten kann?

Und nun raten Sie mal die Antworten. Alle Antworten, ohne jede Ausnahme. Ist es schwer? Nöö, sondern ganz logisch:

„Ja, ich selbst brauch jetzt nichts ... – aber,“

Nach dem „aber“ tritt jedesmal peinliches Schweigen ein und das Thema wird gewechselt. Oder: „Die Stadt müsste mal ...“

Die müssen doch einen an der Waffel haben, die Solinger. Oder?! *„Ja, su kann man dat ouch nit sagen!“* – – – Ja, verdammt noch mal, wie denn sonst???

„Ja, dat wëiht ech jetz ouch nit su.“

Also doch wahr, was ich eingangs sagte: Solinger sind entwöhnt, Zukunft zu gestalten ???

Nur der OB wird zum Gebetsmühlen-Orakel und murmelt unentwegt das gleiche Mantra: „Leute, nicht meckern, sondern machen! Anpacken. Guten Mutes sein. Das Positive sehen. Vorausschauen.“

Recht hat er ja. Man kann ihm nur zustimmen. Aber! – Aber, ich war des öfteren im Himalaya. Da habe ich sie leibhaftig und oft erlebt, die mantra-murmelnden Mönche.

Sie sprachen geschützt zwischen dicken Mauern vor Wände oder offen auf dem Feld in den Wind ...

Marketing

– oder der Unterschied von Gestalten und Verwalten

Der „Konzern Stadt“, wie sich Solingens legale und legitimierte Stadtverwaltung nennt, ist nun einmal per Gesetz eine StadtVERWALTUNG. Und keine alleinige Quelle der StadtGESTALTUNG.

Wenn man feststellt, dass vereinfacht und allgemein gesehen „Solingen keine Idee hat, was es zukünftig sein soll, welche Rolle die Stadt spielen will“, dann wäre es das blödeste und – pardon, für schlechtes, aber verständliches Deutsch – schlechteste, diese anhaltende Ahnungs- und Orientierungslosigkeit der Verwaltung zuzuschreiben.

Der derzeitige Oberbürgermeister, Tim Kurzbach, stammt aus dem Bereich der Sozialarbeit und wie alle in dieser Sparte, da bringt man einen Hang zum Leiden mit – sozusagen beruflich bedingtes Märtyrertum.

Eines der Opfer, die er bringt, ist die öffentliche Zusage, Stadt-Marketing zur Chefsache, also seiner, des OBs Herzensangelegenheit zu machen. Das ist hoch zu loben. Aber jeder weiß auch, es ist aus der Not geboren.

Eigentlich sollte der OB aus einem Fundus an Ideen schöpfen, die ihm zugearbeitet werden. Nun muss er sich gewissermaßen selbst eine Marketing-Abteilung halten.

Aber wo muss man denn die „Schuldigen“ für die Misere suchen? In den Parteien, im Stadtrat?

Deckhengst oder Kastrat?

Vor kurzem protzte und prahlte ein Parteimensch mir gegenüber ziemlich arrogant und herablassend, sie (die Partei) hätte ja in dieser Stadt jüngst XYZ durchgesetzt. Irgendwas, egal was. Im Sinne von, „Da sieh’ste mal, wie wir uns um die Stadt kümmern, was wir für Helden sind“.

Blödes Argument. Ein saublödes sogar. Denn im Umkehrschluss ist damit ein für allemal bewiesen, dass Parteien definitiv auch dafür verantwortlich sind und daran schuldig werden, was NICHT in dieser Stadt geschieht. Zum Beispiel eine allgemeine, fruchtbare, anhaltende, schranken-überwindende und von Sachlichkeit geprägte Diskussion über Zukunfts-Solingen.

Oder wollen wir es wirklich den Motzern und Meckerern, den fach- und sachlich erschreckend ahnungslosen, dreist bis dämlich sich auskotzenden Frustraten überlassen, die nur stänkern können, es aber nachlesbar an positiven und konstruktiven Gegenvorschlägen weit fehlen lassen? Vielleicht stellt sich die Frage ja gar nicht. Weil im Moment tatsächlich nur in diesen Foren diskutiert wird. Und in offiziellen Begegnungen zwischen Partei und „Volk“ selten („gar nicht“ wäre falsch, es gibt sie schon, die Diskussionen, nur eben eher zaghaft und kaum öffentlichkeitswirksam).

Nimmt man das Grundgesetz wörtlich, nehmen sich die Parteien viel zu wichtig. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art 21, Abs. 1: „Die Parteien wirken bei der politischen Willensbildung des Volkes mit. ...“ Sie wirken mit! Nicht, sie bestimmen, wo’s langgeht. Das haben wir Bürger, wir als bürgerliche Gesellschaft nur aus Faulheit den Parteien

überlassen. Oder auch, wir haben es in der Summe und unterm Strich unterlassen, in den demokratisch legitimierten Parteien mitzuarbeiten.

Dafür mag jeder Gründe haben, die auch nicht zur Diskussion stehen. Aber es gibt den schönen Satz „Gut gedacht ist noch lange nicht gut gemacht“. Demokratie ist anstrengend, da beißt keine Maus den Faden ab. Dieser Anstrengung entziehen sich die allermeisten Bürger. Sie krakelen, aber sie tun nichts dafür, damit es ihnen besser geht. Es bilde sich bitte keiner ein, alle Bürger Deutschlands „könnten“ Demokratie im Sinne von sind sich ihren Möglichkeiten, Mechanismen und Modalitäten bewusst. Und nutzen diese Freiheit für ihr und anderer Menschen Wohl.

Ich vermisse sehr, wenn wieder einmal Politiker beschimpft und gescholten werden, dass diese standhaft sagen, auch sie seien von den Bürgern enttäuscht, weil sie keine Unterstützung bekommen. Keiner, der es in der Politik ernst meint, wehrt sich gegen konstruktive Kritik; sie hilft, bessere Entscheidungen zu treffen. Leider beheben summarisch allzu viele (Kommunal-) Politiker den Fehler, dass sie allenfalls hinter verschlossenen Türen ÜBER die Bürger reden, aber nicht in offenen Sälen MIT ihnen. Ja, es gibt davon Ausnahmen, lobenswerte. Aber eben, es sind Ausnahmen. Auch in Solingen sind in unzähligen Gremien Menschen aktiv, die „draußen“ keiner oder kaum einer kennt. Schade. Sehr schade.

Für beide Seiten – Bürger wie Akteure der Lokalpolitik – gilt die gleiche Mahnung: Sich in Zeiten des Internets, da vieles kommunizierbar, manches erfahr- und einsehbar ist, über „Entfremdung“ zu klagen, bezeugt nur die eigene Unfähigkeit, mit den neuen Medien umzugehen. Man muss nicht ahnen oder munkeln, beim Googeln erfährt man viel, sehr viel über Details in dieser Stadt. Und die Homepage der Stadt(verwaltung) hat die Epoche langweiliger Biederkeit längst hinter sich gelassen. Jeder, der kritisieren will, kann dies auf Basis von Belegen und Fakten tun, auf die man zugreifen kann. Bloße Vermutungen sind nur ein Zeichen eigener fehlender Medienkompetenz.

Solingen ist keine „junge“ Stadt. Hier fehlen eindeutig studentischer und experimenteller Flair. Wohl auch ein Grund, warum in der Klingenstein manche immer noch so tun, als sei das Internet eine vorübergehende Modeerscheinung und nicht ernst zu nehmen. Denn im Umkehrschluss liegt der Beweis für alle sichtbar auf der Hand: Diejenigen, die Tweets und Postings, Facebook und Newsletter, Homepages und WhatsApp zu nutzen wissen, sind nicht nur „gut vernetzt“ (ist ja logisch), sondern sie „mischen auf“ – intensiv und permanent. Also, geht doch! :-))

Auch hier gilt wieder: Es geht nicht darum, daran jemand Schuld zuzuschieben. Aber weiter gehen kann dieser Zustand – „Demokratie geht mir am Arsch vorbei“ – auch nicht, ohne dass er Folgen hat, vor denen sich zum Schluss alle fürchten. Nämlich ein Verfall der individuellen Freiheit.

Und so bleibt, dass die Stadt Solingen als Gemeinde zwar eine Vergangenheit hat, die gut dokumentiert ist, voller Legenden, nostalgisch aufbereitet und als allgemeines Image auch durchaus nach innen und außen kommuniziert – das ist das eine. Dass hier weder Lust noch Laune herrscht, über die Zukunft ernsthaft und intensiv, immer wieder und vernunftbezogen zu phantasieren, zu reden und Veränderungen gemeinsam anzupacken, das ist das andere. Das viel schlimmere.

Es fehlt die Streitkultur

Wer ins Kloster geht, soll Frieden finden und stiften. So auch in den Himalaya-Regionen, im Buddhismus. Doch was lernen die Mönche als erstes, oft vier, fünf und mehr Jahre lang? Streiten! Richtig streiten. Nicht in der Betonung auf richtig streiten als Zoff, sondern richtig streiten, um bloße Polemik von Substanz, Fakten von Argumenten trennen zu können. Damit Streitgespräche eben keinen Streit auslösen, sondern zu Erkenntnisgewinn führen. So wie im (heute noch gebräuchlichen) Wort Wettstreit – die offene Auseinandersetzung um das bessere. Oder richtige / richtigere. Um Vorankommen, Leistung, Krätemessen. Ohne dass dies eben zu Zwist, Aggression, Hass, Abwendung und Abkehr, Verachtung, Herabsetzung und anderem Negativen führt. Auch die Kirche kennt und kannte vor allem in Reform- und Richtungskämpfen Streitgespräche. Gemäß der seit der griechischen Philosophie überlieferten Formel These–Antithese–Synthese, Meinung–Gegenmeinung–Annäherung. Diese Streitkultur scheint abhanden gekommen zu sein. Jedenfalls erlebt man sie kaum noch. Statt dessen: offene verbale Gewalt.

Postfaktisches Zeitalter

Postfaktisch wurde 2016 zum Wort des Jahres gekürt. Gemeint ist, erst einmal gibt man eine Meinung, ein Urteil, eine Vor-Verurteilung von sich, dann kümmert man sich später – vielleicht, meist aber auch nicht – um die Fakten, Tatsachen, Zusammenhänge.

Wir leben in Zeiten, in denen jeder recht haben will. In der die eigene Meinung zählt und sonst nichts. Die nicht mehr das Prinzip der Meisterschaft kennt: erst einmal lernt man von erfahrenen Menschen, dann erst wagt man sich an eigene Urteile.

Selbst in der Schule ist dieser Grundsatz immer seltener anzutreffen. Im sonstigen Leben, in der Gesellschaft, kaum noch.

Unsäglich geht auch in der Summe „die Politik“ damit um. Die Anzahl der Personen, die noch echt argumentativ positiv streiten, nämlich respektvoll debattieren und einvernehmlich konträr diskutieren können, ist ziemlich überschaubar geworden. Viele, die in irgendwelchen Gremien an der Spitze stehen, ihnen formal vorstehen, wagen dies nicht mehr, weil sie Widerspruch für Opposition und Angriff auf die eigene Person werten.

„Demokratie wagen“ (ein Slogan der Willy-Brand-Ära) am wenigsten die, die dazu auffordern, die Demokratie zu verteidigen. Dies ist absurd per-vers, also wortwörtlich verkehrt, auf den Kopf gestellt, aber leider täglich zu beobachten.

Ingeniöse Politik – oft Fehlanzeige

Wenn Ingenieure etwas konstruieren, müssen sie sich an Fakten halten. Wird eine Brücke gebaut, muss man etliches wissen und festlegen, auch, aber nicht nur, wie ist die Bodenbeschaffenheit für die Träger und Brückenköpfe ist, für welche Belastung (Gewicht, Anzahl und mehr) wird sie gebraucht, die Höhe im Sinne von „was muss drunter passen“ – und vieles mehr. Da kann man nicht der Meinung sein, es sollte oder könnte so und

so sein. Man kann sich nicht mal auf den Standpunkt stellen, es wäre doch auch möglich, dass ..., und so weiter. Man muss Parameter festlegen.

Wer in der Politik, öffentlich, diskutieren will, „der Wohlfühlfaktor im öffentlichen Raum“ müsse besser werden (ähnlich diffuse bis völlig nichtsagende Themen gibt es zu Hauf derzeit), muss irgendwie schon mal „Butter bei die Fische geben“. Wer soll sich besser fühlen, um wieviel, wie ist das zu messen oder einzuschätzen, welche objektiven Faktoren kann man zugrunde legen.

„Wir brauchen mehr Freiraum für ...“, „Eine Intensivierung der ...“, „Bessere Anbindung an ...“, solche unspezifischen Aussagen sind zur Tagesordnung geworden.

In der Produktion ginge man damit baden. Zwar gibt es die nette Anekdote, dass jeder Ur-Solinger wisse, was und wieviel gemeint ist, wenn er die Aufforderung bekommt, „donn dat / maak dat n Driet ...“ kürzer, länger, höher, weiter, schneller oder was auch immer. Übersetzt: „Ein bisschen“.

Aber selbst das ursolingerisch-gemütliche Ungefährer versagt, wenn man fordern würde, „wir bruken n Driet mieh Jaild ut dr Stüür“; will sagen, wir müssen die Steuern erhöhen. Welche, um wieviel. Und dann: Warum. Jetzt muss gestritten werden: Gibt es Alternativen, wie sind die Begründungen, ist das auf Dauer gut. Denn schließlich mahnen schon seit Jahrhunderten die Weisen „quidquid agis, prudenter agas et respice finem“, „Was auch immer du tust, tue es klug und bedenke das Ende“, frei interpretiert, was du auch machst, sei so klug und denke daran, wohin es führt (Quelle: Wiktionary). Genau unter diesem Gesichtspunkt muss Streit (verbale Argumentation) gesehen werden.

**Es geht nicht um kurzfristiges Durchsetzen
der eigenen Meinung als Demonstration von Macht,
sondern um die Folgen des (eigenen) Entscheidens und Handelns.**

Denn das haben in der Regel andere auszubaden. Das ist, was dazu führt, ob die Ergebnisse des (auch öffentlichen, politischen) Tuns von Menschen sozial, gesellschafts-nützlich und -verträglich, oder eben asozial ist, gegen die Bürger gerichtet.

Es gibt mannigfaltigen Grund zur Sorge, dass diese Langfrist-Folgen, also die Konsequenzen aus kurzfristigen Entscheidungen, wegen der Komplexität immer mehr verloren aus dem Blick geraten oder gar nicht mehr erkannt werden können.

Überall, weltweit, in Deutschland, ergo auch in Solingen. Es ist hier sicherlich nicht „schlimmer“ als anderswo. Aber dass es grundsätzlich so ist, hier und überall, genau das ist „schlimm genug“.

***Es befördert das Zerbröckeln dessen, was unsere bisherige Basis ist.
Nämlich ein liberaler Staat mit einer offenen Demokratie und dem
Primat der Persönlichkeitsrechte aller Individuen.***

Und leider zerstört es auch die Grundlage des friedlichen Miteinanders. Denn wenn das Umfeld des Lebensmittelpunktes einem „stinkt“, es unsicher oder sogar gefährlich ist, erodieren Staat und Gesellschaft und führen zu einem unsteuerbaren Kollaps. Daher müsste es uns verdammt viel wert

sein, wieder zu einer politisch-gesellschaftlichen Streitkultur zurückzufinden.

In der öffentlichen Wahrnehmung jedenfalls ist sie nicht vorhanden. Auch „dank“ einer Medienlandschaft, die lieber über Zoff berichtet als über das Verbindende. Letzteres bezieht sich weder auf ein singuläres Medium noch nur auf Solingen. Es ist ein Phänomen, dass Journalismus, Medien, so genannte Unterhaltung immer mehr zu Trash, zu Schund neigen. Unter'm Strich gemessen jedenfalls. Im Einzelfall mag dies ganz anders sein.

Kritische Medien – unbedingt ja. Aber auch faire Medien – und daran hapert es oft genug. Und „unabhängige“ Medien? Bitte, beerdigen wir doch endgültig diesen Quatsch. Medien leben vom Umsatz, und nur Quote bringt Umsatz. Ob Auflage oder Zuschauerzahlen, für eine intellektuelle Minderheit will und kann kaum noch ein Verlag oder Sender arbeiten. Also wird Volkes (dumme und nicht-subjektive) Meinung immer mehr zum Mittelwert, weil sich die denkfaulen darin am ehesten wiederfinden.

Ist „Staat“ überhaupt noch zeitgemäß?

Längst regieren andere die Welt

„Macht“, Einfluss, Bedeutung – für den irdischen Globus betrachtet wurden solche Begriffe bisher auf Länder bezogen. Russland war groß, Amerika auch. China ist es jetzt, Indien wächst heran; und so weiter.

Andere Faktoren von Größe sind industrielle Produktion oder Rohstoffgewinnung, Einkommen der Bevölkerung, Staatsvermögen, Rücklagen; und so weiter.

All das ist Vergangenheit. Was heute zählt ist ziemlich allein die Verfügung über Informationen – und Informationstechnologie. Weil Informationen den Rest steuern.

Der Gedanke, ein „Staat“ wäre eine gute Idee, die Welt einzuteilen und vor allem Herrschaft über andere auszuüben, ist von gestern. Um nicht zu sagen, tot. Na ja, ... „liegt im Sterben“. Aber das zumindest.

Was fürs Große gilt, gilt auch im kleinen. Auch eine „Stadt“ ist nicht mehr das, was sie mal war. Eine Befestigungsanlage, die ihre Bürger schützte. Oder ein Konglomerat von Infrastrukturen, mit denen Menschen leben und überleben konnten. Wichtig, als umfassende Mobilität noch nicht existierte.

Doch inzwischen ist ja noch etwas viel Gravierenderes passiert als „nur“ die totale und globale Mobilität. Nämlich die Digitalisierung.

Mit der Digitalisierung gibt es keine Grenzen, physische Präsenz und Zeitrestriktionen mehr.

Alles ist hier, jetzt, komplett, automatisiert/gesteuert, meist auch preiswert und für viele zugänglich.

Was um 2012 herum noch wie ein guter Witz klang, ist bereits fundamentale Realität. Der größte Staat der Welt? Google. Der größte Verlag der Welt? Google. Die Herrscher über alle Handelswege: Kommunikations-Technologie-Unternehmen, ob Hersteller oder Provider. Und wovon ist die Welt zur gänze, scheinbar unwiderruflich und durch nichts und gar nichts ersetzbar abhängig, abhängig bis in den Tod, der schneller käme, als Atombomben ihn bewirken könnten? Von einer unterbrechungsfrei funktionierenden nach oben jederzeit dimensionierbaren Stromversorgung.

Daran gemessen wirkt ein Staat oder gar eine Stadt wie ein Kindergarten, in dem man einen hölzernen Kaufmannsladen aufbaut und nun mal „Wir kaufen ein“ spielt. Hübsch, aber weit ab von den wirklichen Mächten der Welt.

Zusammen 0,7% der Bevölkerung besitzen insgesamt 45% des weltweiten Vermögens.

73,2%, also „die Masse“, die „normalen Menschen“ weltweit besitzen zusammen 2,4% des weltweiten Vermögens.

Geht es noch perverser? Nein. Sorry, doch, ja:

Besaßen 2010 noch 288 Personen zusammengefasst genau die Hälfte des Weltvermögens, so sind es 2016 nur noch 8, die sich diesen Batzen teilen.

73% der weltweiten Bevölkerung haben ein jährliches Einkommen von weniger als 10.000 US-Dollar.

In Europa leben im Durchschnitt 72% der Bevölkerung in Städten. „Landleben“ stirbt aus! Selbst in China leben knapp 60% der Menschen in Städten. Und dort nicht selten in Käfigen; der Begriff Wohnung wäre ein Hohn.

Kennen Sie Guangzhou, Shenzhen, Tianjin, Wuhan, Dongguan, Foshan, Chengdu, Congqing? Das sind Städte mit jeweils 6 bis 10 Millionen Einwohnern in China. Und ein Chinese soll Solingen kennen, 0,16 Mio Einwohner?

Aber vielleicht gibt schon diese Zahl einen Vorgeschmack darauf, warum wir demnächst nicht mehr stadtweit, sondern in Metropolregionen (Städte-Cluster) denken müssen:

Das Ruhrgebiet hat 5,7 Mio Einwohner, Köln/Düsseldorf 5 Mio. Beide zusammen sind so groß wie Paris.

Die Lebenserwartung in Deutschland liegt statistisch bei 81 Jahren. Folge: Städte werden zu Altersheimen. Erwartet wird, dass um 2050 jeder 7. Einwohner älter als 80 Jahre ist; der Anteil der über 60jährigen wird bei 40 % liegen – – – wann, wann, wann wollen wir endlich anfangen, über diese Konsequenzen vorzudenken. Es sind nur noch 30 Jahre bis dahin !!!!

Knapp drei Milliarden Menschen nutzen ein Smartphone (internetfähig). Insgesamt sind es über 4 Mrd., die Internet generell nutzen. Das Internet wird nicht, es ist bereits „der Globus, auf dem wir leben“.

Wann endlich beginnen wir zu kapieren, dass ein Denken in Stadtgrenzen fast schon Geistesschwäche ist? Dass wir uns auf der Basis der Möglichkeiten des Internets allesamt, samt Stadt, neu erfinden müssen?! In Deutschland benutzen über 50 Mio Menschen ein Smartphone? Nicht eine Zeitung, nicht ein begrenzt sendender Sender sind das Medium der Zukunft, sondern die globale Kommunikation. 92% der deutschen Haushalte haben Internet-Zugang.

E-Commerce: Jährliche Steigerungen von ca. 20%. Örtlicher Einzelhandel? Jetzt bitte mal gut festhalten und alle: „Haaaaahaaaaahaaa-haaahaaa-haha-hahahahah-haaaaaa.....“

Nur noch Hilflose kaufen im Einzelhandel – oder wenn man mal gerade Lust und Zeit hat oder sowieso auf dem Weg ist, man „dran vorbei kommt“.

Immerhin stehen in Deutschland 31 so genannte Supercomputer. Dummerweise stehen in China und den USA je 171, unsere Kapazität ist also ein Elftel; zum Trost: vier mehr als Japan hat.

Den Ausbau des schnellen Internets in Solingen als Pioniertat und die unumgängliche Lösung anstehender Zukunftsaufgaben als Heldentat feiern? Sorry, aber es ist Rettung in höchster, allerhöchster Not. Aber immerhin Rettung und damit absolut positiv, uneingeschränkt lobens- und unterstützenswert. Dennoch bleibt ein arg fahler Beigeschmack.

Bockig und störrisch, desinteressiert oder längst schon „out of business“?

Pressemitteilung der Stadt: „08.01.2018 - 10/bw : Oberbürgermeister wirbt für bei Unternehmen für schnelle Anschlüsse - - "Wir wollen unsere Zukunft als Industriestandort nicht verschlafen." So begründete Oberbürgermeister Tim Kurzbach bei einem Presetermin im Gräfrather Dycker Feld die Initiative der Stadt Solingen zur Verlegung von Breitbandkabeln für schnelles Internet in den Solinger Gewerbegebieten. Gleichzeitig

appellierte er an die Unternehmen in der Klingenstadt, sich für eine digitale Zukunft zu rüsten. "Wir strecken die Hand aus, schlagen Sie ein", sagte Kurzbach ...

Da darf man schon einmal verwundert sein und sich die Augen reiben: Ist das denn wirklich Realität? Muss denn 2018, da die Unabhängigkeit von Ort und Zeit per Datentransfer weltweit fundamentale Realität ist, wo sie gar nicht mehr anders könnte, also so zu agieren und fielen die Datenleitungen aus, das Ende der jetzigen Wirtschaft und Lebensgrundlage und des Wohlstands gekommen wäre, muss da ein Oberbürgermeister Firmen in seinem Sprengel „wackküssen“? Mir erscheint das wie ein Alptraum und ich wünschte mir nichts sehnsüchtiger, als wach zu werden und festzustellen, nein, nur die Pressemenschen hätten es so grässlich verdreht wiedergegeben und in Wirklichkeit bekäme der OB Prügel, weil er nicht alle Industriefirmen AUCH sofort und auf der Stelle ans schnelle Internet anschliesse.

Leider, ich wache nicht auf. Was verkraftbar ist. Aber anscheinend, auch Solingen ist noch nicht internet-wach. Was eine Katastrophe ist. Denn ohne Internet (schnelles, wohlgemerkt) bist Du nicht mehr Teil der Welt. Sondern eine Geisterstadt. Im Nirgendwo des ewig Gestrigen.

Jährlich werden eine Viertelmillion Industrieroboter neu = zusätzlich installiert. Erhalt von Arbeitsplätzen auf Dauer ??? Ein enormes Problem für Städte, Gewerkschaften, Regionen und deren jeweilige Steuereinnahmen. In Südkorea kommen auf 10.000 Mitarbeiter über 500 Industrieroboter, in Deutschland erst 300. Klar, welche Arbeitslosen wir noch zu erwarten haben oder auf welche Produktionsweisen wir umstellen müssen – wie wichtig Berufsqualifizierung (life long learning) ist?!

Auf der Welt herrscht derzeit Krieg, so wie immer Krieg herrschte. Jährlich gibt es über 60.000.000 (sechzig Millionen) Cyber-Attacken. Feindliche Angriffe so wie früher Bombardements, Schießereien, Meucheleien.

Die Prognosen für die Entwicklung des Flugverkehrs sind: von 2015 auf 2030 das 2,5fache. Solingen ist stolz auf den Obus. Ok. Aber überleben tun wir alle nicht mit dem Bau von weiteren zehn oder zwanzig Trolleybussen, sonder eher wenn Airbus weiterhin reichlich Luftbusse verkauft.

Sind Deutsche fortschrittliche Menschen? Das Gegenteil ist der Fall. Sie mutieren zu Hinterwäldlern. – Unabhängig davon, ob das, was Fortschritt ist, als solcher einen persönlichen Wert darstellt oder nicht. Eine zunächst kompliziert klingende Formulierung: „Anteil der Autofahrer, der daran interessiert ist, durch die Geolokalisierung des vernetzten Fahrzeugs auf seine Gewohnheiten oder seinen Konsumbedarf zugeschnittene kommerzielle Angebote/Werbeangebote zu erhalten“. Übersetzt: Ich sitze im Auto (demnächst Elektro und selbstfahrend), auf dem Bildschirm steht, wo ich etwas kaufen kann, was ich mag oder brauche (der Kühlschrank hat soeben „Joghurt ist verschimmelt“ gemeldet) oder ich muss nur noch den Knopf drücken: Au ja fein, liefer mir ein kaltes Bier und die Heimmattageszeitung ins Hotel, dass ich im Navi voreingestellt habe und wo ich heute übernachte.

Antwort: 36% der Deutschen fänden das gut. Sind wir damit Vorreiter? Weit gefehlt. 87% – das ist nahezu jeder – fände es echt gut. Und jetzt wirds fürs deutsche Gemüt arg ungemütlich: 85% der Türken fänden genau das ok (statt Bier dann Tee), oder der Brasilianer, Südafrikaner, über 50% der Polen, Italiener, Portugiesen, Spanier. Selbst England ist noch offener für solche Zukunftsmöglichkeiten.

Gleichauf liegen übrigens auch Frankreich und die USA. Könnte sein, dass zentraleuropäisches Denken, einst weltbeherrschend, demnächst zur Bedeutungslosigkeit verkommt? Präsident Trump hat ja schon mal damit angefangen, die USA zu eliminieren.

Die Summe all dieser Entwicklungen und Trends zusammengenommen impliziert ziemlich heftig, dass ein Denken in Grenzen von Stadtmauern kaum noch eine Chance hat, die anstehenden global verursachten, lokal zu lösenden Probleme in den Griff zu bekommen. Was wir brauchen, sind Cluster, Regionen, – eine Neuerfindung von Städten. Selbst, dass wir noch nach „Bergische Drei“, Ruhrgebiet, Köln/Düsseldorf unterscheiden ist zu klein-klein gedacht.

Eigentlich müssten wir bisherige städtische Aufgaben als Landesaufgabe (für NRW) begreifen – eine kleine Großstadt wie Solingen ist zu unbedeutend, um aus eigener Kraft die globalen Veränderungen zu meistern.

Oder doch nicht?

Meine Befürchtung ist, wir stehen uns mit der typisch bergischen Mentalität – die wie eine ansteckende Krankheit auch so manche Zugezogenen befällt – selbst im Wege, um Lösungen im großen Stil zu schaffen.

Gestalten ./ verwalten

Um 1900 wurden Weichen gestellt. Zuletzt, übrigens.

Zeitlebens habe ich in Solingen gewohnt. Ich kann mich nicht daran erinnern, dass es bis auf wenige Ausnahmen – von denen die Rede sein wird – in dieser Stadt wirklich eine „Gestaltungs-Diskussion“ gegeben hat. Ein anderes Wort dafür wäre „Masterplan“. Also eine Diskussion – geschweige denn Konsens – über eine strategisch orientierte Gestaltung der Stadt; egal, ob es ein Konservieren, renovieren oder gar rigoroses Experimentieren gewesen wäre. Ich kenne nur die durch alle Zeiten, alle Parteien, alle Interessen durchgängige Lust am Basteln, um Bestehendes irgendwie „über die Runden zu bringen“. Mit der fatalen Folge, dass die Probleme sich potenzieren.

Manchmal gibt es Momente, da kann man wirklich verzweifeln. Ich erinnere mich mit Grauen an eine Diskussion zwischen Bezirksvertretung und Bürgern in unserem Stadtteil. Es ging um die Ansiedlung eines Discounters in einem Einzugsgebiet von ca. 4.000 Bewohnern – und in dem bis dato kein Ladengeschäft für Alltagseinkäufe vorhanden war. In dieser Diskussion regte ich an, weiter nach vorne zu schauen und zu bedenken, dass mit einer solchen Nahversorgung das Wohnumfeld attraktiver würde und damit auch für eine stabile soziale Struktur geeignet sei. Und dachte, es wäre schlau, einmal aufzuzeigen, wie Bürgermeister vergangener Epochen weit nach vorne gedacht haben. Etwa August Dicke (um 1900), der für das damalige Solingen eine völlig überdimensionierte Talsperre bauen ließ – eine, die noch heute einen Großteil Solingerns mit super-exzellente Trinkwasser versorgt. Wir haben es diesem Bürgermeister zu verdanken, der sich damals mit Sicherheit gegen viel Kritik durchsetzen musste. Worauf die Bezirksbürgermeisterin mich konsterniert fragte, was denn eine Talsperre mit Aldi zu tun hätte?

Ich fass' es nicht – diese Frau bekommt Steuergelder als Gremienmitglied, um uns Bürger für dämliche Deppen zu halten. Das wäre vernachlässigbar, wenn der Umkehrschluss nicht so tragisch wäre: Von konstruktiver Phantasie, die Stadt den zeitgemäßen Bedürfnissen anzupassen, in diesem – wie auch anderen – Gremium nicht die geringste Spur. Stattdessen streitet man sich jahrelang um Kreisverkehre und Aufstellen von Parkbänken, die dann doch binnen Monaten von Rowdies zerlegt werden. Immerhin: Neuerdings sind diese aus Stahl, das hält länger. Dafür pappt Farbe drauf.

Unsägliche, keinem Bürger mehr verständliche jahrzehntelange Diskussionen um Autobahnanschlüsse. Mitten durch Solingen eine echte Autobahn – eine der wenigen in Deutschland, die keine Verbindung zu anderen hat, sondern nur die Funktion einer Stadtstraße hat. Wie die Kesselflicker kloppen sich die Partei um das Für und Wider eines Anschlusses. Nein, man wolle keinen Durchgangsverkehr in der Stadt. Ja prima, dann schieben wir ihn eben unseren Nachbarstädten zu. Ei wie solidarisch. Dass man als Berufspendler wegen des fehlenden Anschlusses im Stau steht – es wird allenfalls mit wirklich arroganten Kommentaren abgetan. Aus solchen Details erwächst Staatsverdrossenheit. Das Ding an sich ist nicht Ursache

für Rechtsruck und Wählermüdigkeit. Es sind der Dinge viele, die zu solchen Tendenzen führen. Man könnte als Wähler ja andere Menschen wählen, die schwungvoller ans Gestalten gehen. Ja, falls die Kandidat werden. Kennen Sie einen? Und wenn ja, kennen Sie zehn davon?

Nein, Zukunftsblindheit muss ein Gift sein, dass man uns ins Talsperrenwasser beimengt. Oder wie kann ich es mir noch erklären?

Durchschnitt verliert. Zögerlichkeit auch.

Wenn auch der Begriff „me too“ seit jüngstem eine dramatisch andere Bedeutung hat, ist und bleibt es ein Terminus im Marketing: Ich als Unternehmen oder mein Produkt bin und ist so wie andere auch. Ich bin vergleichbar – und damit austauschbar! So zu sein wie andere auch sind ist im Marketing ein tödliche Sackgasse. Aausnahmeslos alle erfolgreichen Unternehmen, national wie international, sind es, weil sie anders waren und sind als andere.

Goldene Regel: Verändere die Konditionen des Marktes. Schaffene Dir einen eigenen, neuen, anderen.

Und: Was immer Du tust, tue es konsequent und zügig. Schaffe Fakten. Warte nicht ab, agiere – vermeide reagieren (will sagen: sei früh genug in der richtigen Position, warte nicht, bist Du gezwungen wirst. Entspricht dem sprichwörtlichen rote-Laternen-Sehen, wenn man auf den Bahnsteig kommt).

Beispiel (gilt als Symbolik für alle Industrie-, Handels- und Wirtschaftszweige) Gastronomie. Entweder irgendwas mit Fastfood oder Gourmet; die bürgerliche Gaststätte sonntags mit Rouladen stirbt aus oder ist es schon. Es sei denn, man böte es extrem preiswert oder als super-Delikatesse an. Wer ein Hotel bauen will, könnte ja mal mit zehn Zimmern anfangen und wenn die gut belegt sind, nach und nach weitere hinzubauen, später dann irgendwann mal auch ein Schwimmbad oder ein bisschen anderen Luxus. Erstens, zehn Zimmer sind kein Hotel und zweitens, eine ewige Baustelle sind keine einladende Werbung. Also, entweder „groß rauskommen oder es bleiben lassen“.

Überträgt man beide Beispiele auf eine Stadt wie Solingen, wird einem schnell klar, wie sehr man sich daran klammert, „von allem etwas“, also Mittelfeld zu sein und wie wenig „mit Kawuppdoch“ (Solinger Ausdruck für Schwung, Mut, Vehemenz) man massive Veränderungen angeht – noch nicht einmal im Kopf.

Mooooooment! – sagt da jetzt der kommunalpolitisch aufgeklärte Bürger, wir haben doch Haushaltssperre, da muss man doch nicht ans Investieren denken! Dafür ist doch kein Geld da.

Ja, wann denn sonst muss man sich auf die Zukunft vorbereiten, wenn nicht vorher? Wollen wir denn bis zum St.-Nimmerleins-Tag unter der Vormundschaft der Bezirksregierung, also entmündigt unselbständig, verharren? Wer will welches Vertrauen in Solingen setzen, wenn man gesellschaftlich-summarisch noch nicht einmal weiß, wie man sich die eigene Zukunft vorstellt? – Dabei geht es nicht darum, ob ein Fußgängerüberweg grün oder gelb oder blau gestreift sein soll, also Killefit, Pillepalle, Petitessen, Kleinkram. Sondern um nicht mehr und weniger als eine Position, die Solingen als eigenständige Stadt in der Realität ihres jetzigen Seins, der Umgebung und Infra-

struktur, für die Zukunft eine Daseinsberechtigung, eine Legitimation verleiht. Warum sollte Solingen erhalten bleiben ????

Wenn die Zusammenlegung verschiedener Städte zu Großstadt-Solingen ein vernünftiger Grund war, dann kann es durchaus auch ein vernünftiger Grund sein, die Gebietsgrenzen anders zu definieren – oder Solingen aufzulösen. Ja, warum denn nicht? Ob zu einer bergischen Großstadt oder Teile nach X und andere nach Y, spielt keine Rolle. Warum muss Solingen noch existieren, wenn der kleine Rest Messer-/Stahlwarenindustrie so unbedeutend geworden ist, dass er keinen Wirtschaftsfaktor mehr darstellt?!

Viel interessanter aber ist die Frage, was haben wir denn in Solingen, aus Solingen, „an“ Solingen anders und besonderes, was andere Städte oder Regionen nicht bieten können? Was hebt uns über den Durchschnitt raus? Was befreit uns aus dem Dilemma der ewigen Baustelle? Was lässt Menschen von außerhalb und auswärts begehrllich oder neidisch auf Solingen schauen? Wofür ist man bereit, in Solingen Geld auszugeben – egal wofür, Hauptsache soviel, dass diese finanzielle Unmündigkeit überwunden wird.

Was nur eine andere Form der Frage ist: Braucht die Welt eine Stadt namens Solingen?

Wenn Sie eine gute Antwort wissen, lassen Sie es mich wissen.

Aber bitte, keine larmoyante Meinung oder einen emotionalen Kommentar, sondern etwas konkret Realisierbares, ein USP-prägendes Element.

Ich gebe es sofort an den OB weiter. Oder besser noch:

Bedrängen Sie ihn gleich selbst damit.

Kniestig

Seit Jahrzehnten dieses Phänomen: Laut Statistik gehört Solingen zu den pro-Kopf einkommensreichsten Städten Deutschlands. Hier leben durchaus mehrere Dutzend Millionärsfamilien. Auch die Mittelschicht verdient(e) nicht schlecht. Geld ist also da ...

... aber ausgegeben wird es nicht in Solingen. Gleichwohl hier international renommierte Unternehmen ansässig sind, haben es nicht einmal ein halbes Dutzend Restaurants geschafft, „gute Stube“ zu sein. Wirklich gehobene Gastronomie sucht man bis auf sehr wenige Ausnahmen in Solingen vergebens. Nein, spendabel beim „sich selbst etwas gönnen“ sind Solinger Reiche in Solingen nicht. Da gehen sie lieber auswärts, wie auch im übrigen beim sonstigen Einkauf. Es gab vor vielen Jahren (eigentlich schon Jahrzehnten) einige wenige hochwertige Modegeschäfte – halten konnten sie sich nicht. Nur Unternehmer-Fehler oder doch zu wenig spendable Kundschaft?

Solingen versagt sich Luxus.

Das mag ja einerseits durchaus als eine musterhafte Tugend gesehen werden. Könnte aber auch ein deutliches Signal dafür sein, dass in der Klingensteinadt per se keine Kauflust- und -Laune herrscht. Einerseits beklagt die Politik (und „die Öffentlichkeit“ sowieso) den Untergang und inzwischen das Fehlen des Fachhandels, der Einzelhandelsgeschäfte. Andererseits gibt es nur sehr wenige Inhaber von verbliebenen Boutiquen diverser Sparten, die von Wachstum reden können. Man hat so sein Aus- und Einkommen – aber Boom sieht anders aus.

Solinger, so scheint's sind halt „kniestig“; das Wort in Solinger Mundart für geizig, sparsam, zurückhaltend. Es scheint, als übertrüge sich diese Geisteshaltung im privaten Konsum auf die Investitionsbereitschaft der gesamten Kommune.

Die eigene Unfähigkeit zur Veränderung wird auf eine Projektion übertragen, wie man sich Kunden wünscht, die wenig Arbeit machen und viel Gewinn bringen. Anspruchslose Vielzahler, die jede Stagnation in Läden- und Handelskonzepten spendabel ‚belohnen‘.

Deshalb schaut niemand in Solingen auf die globalen Trends des Internet-Handels. Keinem Solinger war es je verboten, einen e-Shop zu errichten und im/durchs Internet Geld zu verdienen. Jeder einzelne Einzelhändler, der heute über schleppende Geschäfte klagt, hätte längst die Chance gehabt, mit einem attraktiven Angebot per e-commerce Geld zu machen. Vorausgesetzt, er macht nicht den tödlichen Fehler, seine Waren, die im Laden angeboten werden, 1:1 im Internet zu vertickern. Es heißt „re-invent your business on the web“ und nicht „transmit it into the web“.

Und deshalb kann ich diese Klagen „äääääh, heul, schluchz, das Internet macht den Einzelhandel kaputt“ nicht mehr hören; es kotzt mich an. Wenn ein Dummer beklagt, er verhungert, weil er zu blöd oder zu faul war, zu lernen, obwohl er die Chance gehabt hätte, es zu tun, bin ich nicht bereit, ihm Almosen zu geben, damit er sich weiterhin auf dem faulen Hintern ausruhen kann.

Verloren im Idyll

Verfolgt man in Solingen die Diskussion um das so genannte Innenstadt-konzept – Ideal: Die City sozusagen als Mega-Freiluft-Einkaufszone –, den Wunsch nach „Wiederbelebung“ des Einzelhandels, dann kommen schon berechnete Zweifel auf, ob das alles für die Jetztzeit, die 2020er Jahre und später gedacht sein soll.

Als Solingen noch aus vielen, vielen Hofschaften bestand, die oft keinen Anschluss an öffentliche Beförderungsmittel hatten, war sicherlich „in die Stadt zum Einkaufen gehen“ auch deshalb sinnvoll, weil alle Produktgruppen und ihre Geschäfte dicht beieinander lagen. Heute kennt man ja noch den sprichwörtlichen Wocheneinkauf beim Discounter – das ist nichts anderes. Ein „one-stop-shopping“ ist ein Geflügeltes Wort in vielen Bereichen von Distributions- und Sales-Konzepten. Shopping Malls, wie es sie überall auf der Welt gibt (in Solingen derzeit einzig der Hofgarten) sind die Innenraum-Version der Grundidee der Solinger Innenstadt, wie sie nach der Totalzerbombung zum Ende des Zweiten Weltkrieges wieder aufgebaut wurde.

Damals, 50er-, 60er-Jahre galt Solingen-City mit seiner Ladendichte bundesweit als Muster und Vorbild. Damals! – Weil es damals auch Sinn machte. Aber heute eben nicht mehr.

Die Lebensgewohnheiten, denen das Ideal der Solinger City zugrunde liegen, existieren nicht mehr. „Modern life“ ist so anders, dass das Konzept Einkaufscity beherrscht vom kleinteiligen Einzelhandel obsolet ist.



Und damit auch alles, was nach „Einkaufen wie in guter, alter Zeit“ verbunden ist. Ein sellvertretendes Beispiel dafür ist der Niedergang der Solinger

SOLINGEN

Wochenmärkte.

(Zum Trost: Was hier für Solingen geschildert wird, gilt in Deutschland / Europa für fast alle Städte.)

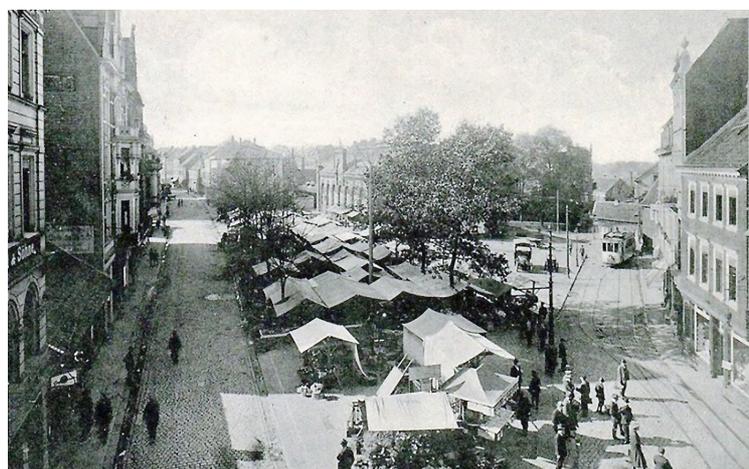
Märkte – speziell Wochenmärkte – sind ein typisches Beispiel, wie sehr heutige Stadt- und Lebens-Konzepte in einem extremen Spagat gefangen sind, der durchaus die Ideale und Realitäten mehrerer Jahrhunderte umfasst. Historisch gesehen sind Märkte auch so etwas wie der Kristallisationskern (oder Katalysator) von Siedlungs-Entwicklungen, von Dörfern und

Städten. Der Marktplatz ist fast durchgängig in älteren Städten der jeweilige Stadtmittelpunkt. Märkte als Kommunikationszentrale, Dreh- und Angelpunkt waren üblich, gewünscht, erfolgreich, ein prägender Faktor von Kultur und Mentalität.

Bis das Heute kam. Oder besser gesagt, bis das Telefon erfunden wurde.

Es lässt sich ja nicht leugnen, dass heutige Kommunikation im Privaten und erst recht im Beruflichen, in der Gesellschaft, Kommune, im Miteinander heute anders läuft als früher. Einst waren es die persönlichen Begegnungen, die unabdingbar waren. Oder im Ausnahmefall und auch noch gar nicht so lange her die Zeitungen.

Und irgendwann wurde es die Telekommunikation, die mit den simplen Strippen des Urtelefons begann und sich nach und nach bis zur Drahtlos- und Satelliten-Daten-übertragung weiterentwickelte. Seit dem müssen wir nicht mehr einander begegnen, um individuell und „peer to peer“, „face to face“, bilateral oder in Gruppen oder „broadcast“, also öffentlich, zu informieren und zu kommunizieren. Seit dem sind reale bauliche Foren, wie solche öffentlichen Treff- und Sammelpunkte in der Antike hießen, überflüssig – sie wurden auch durch Internet-Foren ersetzt (Remember: Re-invent Your Business on the Web). Seit dieser Immaterialisierung hat die Funktion Markt die eine Hälfte seiner Bedeutung verloren.



Die andere Hälfte verspielen Märkte derzeit. Auch hier muss man sich den drastischen Wandel der Lebens- und Arbeitsumstände vor Augen führen. Es ist noch nicht so lange her, da lebte und arbeitete man dicht beieinander. Solingen ist davon geprägt: Wohnen und Industrie sind eine Gemengelage, ein unentwirrbares Knäuel. Da einst keiner bis kaum ein Transportmittel (erst Pferd, dann Auto) besaß, kamen eben die Waren zu den Kunden – der typische Wochen- oder auch Tages-Markt.

Zudem waren die Verhältnisse im Ehe-Alltag relativ uniform: Männer arbeiteten, Frauen waren im Haus, zuständig für Küche und Kinder.

Weder arbeitet man im beginnenden 21. Jahrhundert (also heute, jetzt) überwiegend dort, wo man wohnt (Solingen ist eine Stadt mit einem hohen Pendleran-

teil), noch sind Frauen vormittags generell zu Hause. Und gekocht wird auch nicht mehr frisch von Grund auf mit originären Produkten – längst ist die Convenience- (Fertiggerichte-) Küche Realität und Alltag; oder Bringdienste, oder „essen gehen“.



Solingen hat keine Bauernmärkte, sondern Händler-Märkte!

Bleibt noch die Mär von der besonderen Frische, die Märkte anbieten. Kaum einen größeren Unfug könnte man erzählen. Ja, es gibt sie, die Bio-Gemüsehändler und besonderen Metzger, die noch selbst wursten, die Bäcker mit eigener Backstube. Aber es sind derer sehr, sehr wenige. Auch diese verbliebenen letzten Exemplare der aussterbenden Art klagen über den Preisdruck, denn für diese „Qualität wie früher“ sind Kunden nur in Ausnahmefällen bereit, ein paar Cent mehr zu zahlen. Selbst Biohöfe und Bauernläden

leiden darunter, dass auch öko-bewusste Kunden

Obst haben möchten, das aussieht wie die Kunststoff-Atrappen in der Hochglanz-Werbung. Total schizophoren, aber Realität.

Die meisten Markthändler kaufen den größten Teil ihrer Waren in Großmärkten. Sie bekommen Waren, wie sie auch in den Discount-Einzelhandel geliefert werden. Will sagen, unter'm Strich haben Markthändler und die Discounter meist die gleichen oder sehr ähnliche Einkaufsquellen und Lieferanten/Produzenten; nur die großen Ketten zusätzlich den Preisvorteil der schieren Menge. In den meisten oft gescholtenen Discount-Läden dreht sich das Produkt viel schneller als auf Marktständen, ist also per se frischer. – Nochmals: Von Ausnahmen abgesehen, aber eben auch nur von Ausnahmen.

Was bleibt dem Markt als Vorteil?

Nichts, aber auch rein gar nichts – zunächst einmal. Denn auch die Bio- und Spezial-Anbieter könnten im stationären Handel existieren, also mit festen Läden. Tun sie ja auch. Wer sich in Solingen umschaute, sieht in den Straßen und manchen Supermärkten mehr marktstand-ähnliche Anbieter und Warensortimente bzw. -präsentationen als auf den Wochenmärkten zusammengenommen. Und „Bio“ ist längst bei jedem Discounter ein massiver Sortimentsanteil.

Das heißt ja nicht, dass Markt überflüssig ist. Aber Märkte brauchen eine völlig andere Funktion. Das klappt in manch anderen Städten (beileibe nicht in allen anderen, eher sogar in den wenigsten anderen Städten), in Solingen klappt es ganz und gar nicht – bisher jedenfalls.

Markt war einst auch „Erleben“ – ein Teil der dörflichen oder städtischen gesellschaftlichen Kommunikations- und Sozial-Struktur.



Markt wurde seit der extrem steigenden Mobilität (etwa ab den 1960er Jahren) zur schieren Versorgung – und geht mit diesem Konzept zugrunde.

Die Märkte, auf denen man „alles bekommt“ gibt es nicht mehr; ganz im Gegenteil, Märkte haben gemessen an modernen Supermärkten ein sehr geringes Sortiment. Ohne zusätzlichen Einkauf dort kommt kaum ein Marktkunde aus. Daher stellt sich immer mehr die Frage, wenn man schon im Supermarkt ist, warum dann noch auf den Markt gehen – außer, man will „mal raus“, bummeln, sich Zeit gönnen, Leute treffen, ein Ritual pflegen.

**Was also muss Markt werden, um dennoch resthaft oder wiederbelebt Zukunft zu haben? Ganz klar:
Versorgungs-Erlebnis-Markt, oder Erlebnis-Versorgungs-Markt.**

„Kauen und Kaufen“, Verzehr an Ort und Stelle ebenso wie Mitnahme müssen gleichermaßen, gleichwertig vorkommen.

Wer hat das Geld?



Wie bei vielen Solinger Entwicklungen wird auch der Markt wie auch die gesamte Solinger Innenstadt, City genannt, nicht nur durch die Händler, sondern auch durch Planer – seien sie dazu aufgerufen oder selbsternannt – aus meines Erachtens völlig falscher Perspektive gesehen. Nämlich immer noch mit dem Idealbild-Klischee im Kopf, das durchaus die Bezeichnung „Heile Welt“ verdient. Es ist bezogen auf das Hier und Jetzt völliger Kitsch.

Diejenigen, die morgens Zeit haben, zum Markt – oder in die City – zu gehen, sind die, die entweder nicht im Berufsleben stehen oder Teilzeit- bzw. Schichtarbeiter sind. Letztere garantiert aber nicht in großer Anzahl. Eine Analyse auf den Märkten und in der Innenstadt bestätigt es schnell: Hier geht nicht unbedingt in massiver Menge Geld spazieren – da ist kein Kaufkraft-Rausch unterwegs.

Wie denn auch? Personen, die in der Job-Tretmühle sind und „gutes Geld“ verdienen, haben kaum bis selten Gelegenheit, einen Morgenmarkt zu besuchen oder wochentags in der City zu bummeln.

Das gilt auch für den Samstag, denn da ist ja auch noch anderes angesagt: Wochen(end)einkauf mit Großmengen im Supermarkt. Zeit für einen angenehmen Marktbummel bleibt wenig.

Also wäre es vernünftig, den Markt in andere Zeiten zu verlegen oder zu anderen Zeiten Märkte zu veranstalten; allen voran natürlich Abendmärkte. Das funktioniert in anderen Städten.

Aber nicht in Solingen.

Man hat es versucht, das Experiment wurde nach wenigen Markttagen als beendet erklärt – es waren entschieden zu wenig Käufer gekommen. Hatte der Geiz oder wer oder was gesiegt? Ein ander Mal zeigten die Markthändler überwiegend (nicht alle!) schon nach dem ersten Tag Unlust. Unternehmertum sieht anders aus! Also von auswärts holen? Gute Idee, scheinbar faktisch unmöglich – da stehen keine Markthändler Schlange, um nach Solingen zu kommen. Und auch für die Füllung des so genannten Leerstandes in der City gibt es keine Interessenten, die lieber heute als morgen kommen würden. Es gibt sie nicht – doch die Kommunalpolitik tut so, als gäbe es sie und man müsse sich für diese bereit halten. Das ist fast schon ein Fall für die Psycho-Therapie: Mehr Realitätsverlust geht nicht.

Neue Markthändler kommen hierzulande so oft vor wie ein Erdbeben im Rheinland (in dem in der Tat ab und zu, aber eben sehr selten, die Erde wackelt). Gute Markthändler haben ihre umsatzstarken Plätze, die geben sie selten her.

Ein Markt für hochwertige Produkte (sprich anspruchsvolle Menschen) kann nicht ausschließlich mit „Normalware“ bestückt werden. Und er muss in jedem Falle einen Animations-Charakter haben; auf gut deutsch eine „Fressmeile“ sein.

Kommt noch ein Punkt ins Spiel, nämlich der deutsche und in Solingen in einem besonderen Maße gepflegte Wahn zur Vermehrung von Vorschriften, Kontrollen und Gebühren. Statt die Händler einzuladen, ihnen das Kommen zu vergolden, werden Hürden aufgebaut und wehtuende Gebühren verlangt. Von der Wasserprobe, die mal eben locker an die 70 Euro kostet bis zu Dingen wie „Spuckschutz“ (laufen hier die Menschen rotzend rum?) und Preisauszeichnung, die schon kostenpflichtig beanstandet wird, wenn man zuerst die Ware hinlegt und danach eine Minute später das Preisschild (ist tatsächlich vorgekommen!). Dass die Stadt Marktplätze (egal, für welchen Markt- oder Veranstaltungs-Typ und -Zweck) nicht „für umme“ hergibt, ist ja wohl klar. Pfennigfuchserie, die im städtischen Etat keine Wirkung hat, aber alle spontane Lust am Experiment raubt.

Wir leben in einer Vollversorgung, einer Überfluss-Gesellschaft, in Zeiten, da die Ansprüche und Erwartungen weit höher sind als die reinen Elementar-Bedürfnisse. „Versorgungs-Märkte“ sind überflüssig, sie müssen den Flair des Besonderen bieten.

Zu einem Marktplatz gehören Kneipen und eine gewisse urbane Gemütlichkeit. Die ist auf einigen Solinger Plätzen – Ohligs, Gräfrath – in etwa gegeben, aber verlockend für Auswärtige – nein, das kann man wirklich nicht sagen. Und wo beginnt „auswärts“? Folgt man seriösen Untersuchungen, liegt die Grenze bei rund 700 Metern Fußweg oder 10 Minuten Fahrt. Alles, was dahinter liegt, empfinden Bewohner als „weit entfernt“.

In der Solinger City dagegen ist die Gemütlichkeit auf eine Optik geschrumpft, die man sich als Kulisse für den Film „the day after“ vorstellen kann. Ein paar Kneipen und Cafes, die ihr Stammpublikum haben. Im Sommer gibt es durchaus eine erfreuliche und gut frequentierte open-air-Gastronomie. Alles prima. Aber wehe, es regnet. Und es regnet oft in Solingen.

Das klingt wie Meckerei, ist aber keine. Sondern Wiedergabe einer durchgängig zu hörenden Meinung der Bürger. Und zugleich eine Wiedergabe von jeder zu jeder Zeit zu machenden Beobachtung. Zwar herrscht zuweilen Gewusel in der Stadt, aber eher selten und wenn, dann hasten die Menschen von hier nach dort. Das, was man im allgemeinen unter „Gemütlichkeit“ versteht, sucht man hier in der Solinger City vergebens. Alles nüchterne, einfallslose Bauten. Fast wie im Reisekatalog mit den blumigen Umschreibungen: Die zweckmäßig und schlicht anmutende Solinger City ... usw. – „Armselig“ mag ja keiner so direkt sagen.

Das, was wir heute als auswechselbar beliebig empfinden, war nach dem Krieg, vor gut 50 Jahren, mal chic und vorbildlich. Inzwischen ödet es die Menschen an. Wörtlich genommen.

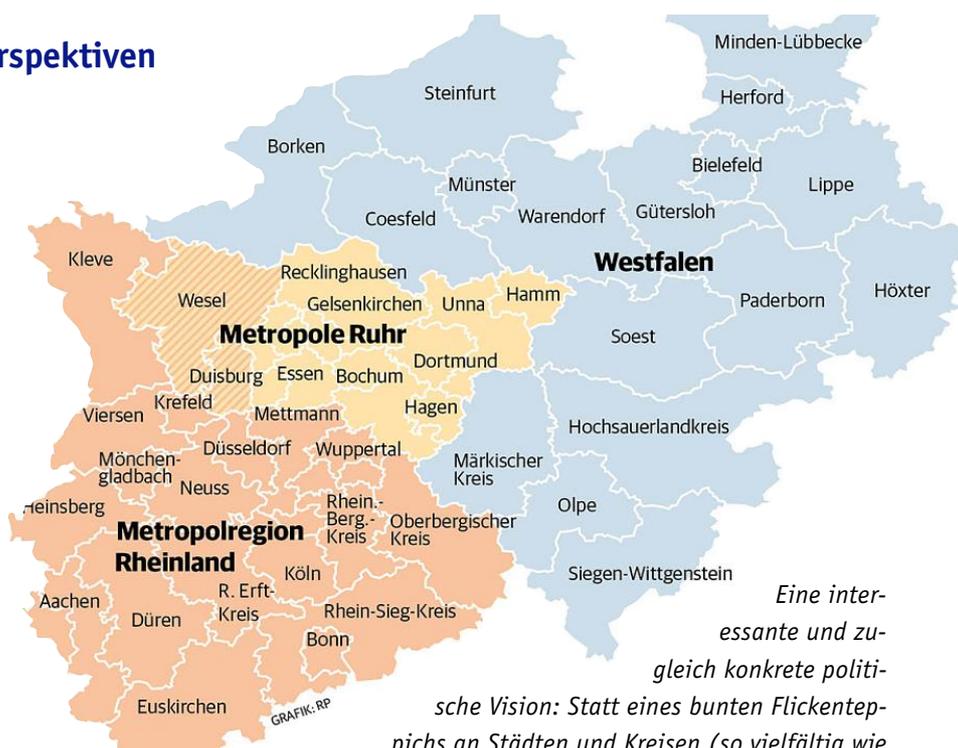
Also mit „in die City gehen“, um die Freizeit zu verbringen „ist nicht“ – und damit sind auch die Marktplätze irgendwie Mini-Oasen ohne wirkliche

durchschlagende und durchgängige Attraktivität. Hat jemand vor, die Plätze entsprechend zu gestalten? Das mag sein – aber seitens Politik und Verwaltung kommen dazu genau null Vorschläge, die man substantziell nennen könnte.

Wer ist „schuld“? Keiner für alles. Aber alle, die nicht Stadtentwicklung aus den Augen der bezahlenden Konsumenten sehen, sondern nur für eigene Vorteile oder Prestige nutzen wollen, haben ihren Teil am Niedergang beigetragen. Und kaum einer weit und breit, der gewillt ist, das zu ändern.

Zukunftsperspektiven

Think global,
act local



Eine interessante und zugleich konkrete politische Vision: Statt eines bunten Flickenteppichs an Städten und Kreisen (so vielfältig wie einst die Fürstentümer und Grafschaften) besteht Nordrhein-Westfalen aus drei Metropolregionen. Aus Solinger Sicht ist da viel Logik drin, denn die Probleme anderer Städte sind denen der Klingentadt nicht unähnlich. Und irgendwie macht es doch wirklich keinen Sinn, in der Manier von Bergisch-Pepita kleinkariert jeder für sich Aufgaben zu lösen, die man alleine gar nicht stemmen kann, weil sie viel zu umfanglich und komplex sind.

NRW insgesamt ist eine eher kleinere Stadt

Einwohner NRW: 18 Mio.

Tokio 38, Jakarta 31, Delhi 26, Seoul 24, Manila 23 ... New York 21, Peking 20, ... Istanbul 15

In die Reihe der noch größeren Städte als es NRW gesamt ist, gehören noch etliche andere. Und wenn man die Metropolregion Rheinland einmal mit knapp 10 Mio annimmt, so ist dies eine Stadtgröße, von der es rund 20 auf der Welt gibt. London ist beispielsweise ziemlich genau 10 Mio. groß.

Niemand käme auf die Idee, solche Großstädte in mehr als 50 Parzellen zu zerschlagen, die alle ihre Angelegenheiten isoliert und ziemlich unabhängig regeln. Im Umkehrschluss:

Wieso kann man nicht akzeptieren, dass die 55 Städte und Landkreise in NRW nicht zu wenigen gemeinsam handelnden und problem-lösenden Metropolen oder Cluster/Regionen verdichtet werden?

Wir sind in der Demokratie und einer globalen Wirtschaft samt ziemlich freizügiger Mobilität angekommen, verhalten uns aber wie in der Zeit spätmittelalterlicher Fürstentümer. Das ist, mit Verlaub, zumindest Anachronismus. Vielleicht aber auch tödlicher Starrsinn.

Der Rat, in großen Dimensionen zu denken, aber konkret im einzelnen und kleinen zu handeln, ist uralte. – Und nicht mehr unangefochten. Denn in Zeiten von Internet macht auch die Umkehrung Sinn: Think local, act global. Trage das, was Du vor Ort tust, in die Welt hinaus. Interagiere regional, national, multinational, global.

Es wäre falsch und geradezu verleumderisch-gehässig, Politik und Verwaltung Solingens abzusprechen, dass sie sich nicht mit Zukunftsperspektiven auseinandersetzen. Die Frage bleibt, mit welchen – und vor allem wie? Es gibt viele gute Ansätze, absolut richtige Themen, engagierte Befürworter. Alles positiv. Gibt es dennoch (wieder mal) „was zu meckern“? Im Gegenteil, man muss unterstützen, forcieren, intensivieren – aber auch fair und kritisch intervenieren und reflektieren, um den Gesamtprozess hilfreich zu optimieren. Und dazu sind nicht Gremien oder „Offizielle“ aufgefordert, sondern alle, schlichtweg die Summe der Bevölkerung.

Zukunft ist Gemeinschaftssache

Als die DDR noch existierte und man hier im Westen, der BRD, lebte, wurde oft gelästert über die Bevölkerung „im Osten“, weil die angeblich kaum oder keine Eigeninitiative entwickelte und sich voll auf den Staat verließ.

Das Gegenteil war jedoch Fakt und richtig. Die Bevölkerung war erstaunlich und durchgängig clever im Organisieren – für sich selbst, für die eigene Familie. Man hat sich also seinen eigenen „Staat im Staat“ geschaffen.

Das wäre ein gutes Beispiel, um Zukunft zu gestalten. Wie immer die Realität aussieht – von der man weiß, dass sie in immer größer werdende soziale, ökologische, ökonomische und politische Probleme hineinschliddert, wenn nichts korrigiert wird –, wie immer auch „draußen die Welt“ ist, man kann für sich, in seiner Welt, für seinen Lebensstil, seine Lebensführung durchaus klug, verantwortungsvoll, zukunftsgerichtet, tolerant und kreativ leben. Man kann für sich zumindest teilweise Probleme vermeiden, minimieren, korrigieren.

Man muss sich nur viel mehr um sich selbst kümmern, seine eigenen Perspektiven erarbeiten. Anstatt immer das andere und die anderen zu attackieren und zu negieren.

Und um einen persönlichen Weg zu finden, ist eine permanente Diskussion sicherlich hilfreich. Doch die findet derzeit nur in den üblichen Medien statt, und dies auch nur anlassweise, nicht permanent. Hier wäre die Stadt also gut beraten, eine interaktive Plattform zu schaffen.

Rhein-/Metropol-Region

„Solingen öffnet sich zur Rheinschiene“. Diese in letzter Zeit propagandisierte „Marschrichtung“ bedeutet zweierlei:

- Das Bergische Cluster („die Bergischen Drei“ Städte W-RS-SG) beerdigen ihre unsäglichen Versuche, näher zusammenzurücken (was gut ist);
- die Cluster-Bildung „Rheinschiene“ ist dringend und bitter notwendig, um überhaupt die Chance zu haben, irgendwelche EU-Gelder zu ergattern oder sogar auch eine Förderung innerhalb der Bundesrepublik.

Machen wir uns nichts vor. Seit anbeginn von Kultur- und Staatengeschichte geht es um Verteilungskämpfe, um Haben oder Nichthaben, um Macht und Einfluss, um „an den Töpfen sitzen“ zu können.

Genau das gilt auch heute noch. Waren einst Land und Waffen und später Bodenschätze, um die man kämpfte, um sie zu besitzen, sind es heute meistens Fördergelder. Wir haben eine völlig perverse und in ihrer Indirektheit kaum noch zu überbietene, geradezu schwachsinnige politische Verwaltungs-Infrastruktur zugelassen.

Den Bürgern (und Kommunen), die etwas erarbeiten, wird der Großteil der „Ernte“ (sprich Gewinn, Verdienst, Einkommen, Besitz, Reichtum) wieder weggenommen. Auf das die materiell-monetären Haben-Salden auf andere nach irgendwelchen abstrakten und für Bürger nicht mehr einsehbaren Prinzipien verteilt werden. Das Prinzip „Steuern zahlen, um die Allgemeinheit auszustatten“ ist zugunsten eines Förder-Gießkannen-Prinzips bis zum Exzess ausgeweitet worden.

Immer mehr werden diese Förderungen – europa- und deutschland-weit – zu Clustern („Haufen, Klumpen, Ballen“) zusammengefasst. Nicht mehr Städte oder kleinräumige Regionen werden gefördert, sondern eben Cluster, größere Regionen. Wie die Metropol-Region Rheinland, die jüngst offiziell gegründet wurde.

Das ist gut, richtig, sinnvoll, nützlich, zukunftsweisend, praktikabel – alles positive Eigenschaften. Wäre da nicht ein Umstand, über den man das Kotzen bekommt. Prompt fängt mit der Gründung dieses Geldbeschaffungsbundes (früher hießen Privilegiertenbünde und Vermarktungsgesellschaften auch mal unter anderem Hanse) so an zu schwafeln, dass einem speiübel wird: „Ein Wir-Gefühl muss entwickelt werden“ – man müsse zusammenhalten. Ja, wer denn? Doch nur die Vermarkter und Geldbeschaffer!

Soll ich mich jetzt als Solinger auch als Dürener fühlen? Ist nun alle Stänkerei und Lästerei zwischen Düsseldorf und Köln beigelegt?

Schon Nordrhein-Westfalen war ein politisches Konstrukt nach dem Zweiten Weltkrieg ohne direkten Bezug zu einer gewachsenen Historie, allenfalls einem gelegentlichen Miteinander, das aber öfter ein heftiges Gegeneinander war, geschichtlich betrachtet.

Das Rheinland ist nicht einheitlich, ebenso wie heute nicht mehr das Bergische von einheitsstiftender Bedeutung ist oder wie Solingen je eine gefühlte Einheit ohne Stadtteile wird.

Metropolregion Rheinland, als Vermarktungs- und Geldbeschaffungs-, als Rationalisierungs- und Effizienz-Verband gut, richtig, sinnvoll. Aber bitte nicht den Quatsch der emotionalen „nun haben wir uns alle lieb“-Sauce drüber gießen. .Denn es bleibt: In der Region sind alle Städte Konkurrenten. Ohne Wenn und Aber.

Nachhaltigkeit

Solingen möchte eine (vorbildlich) nachhaltig handelnde Kommune werden. Das ist absolut zu begrüßen – denn:

Welche Alternative zur Nachhaltigkeit gibt es denn? Etwa Umweltsau und Ressourcen-Ausbeuter zu sein?

Nachhaltigkeit ist keine freiwillige Entscheidung. Sie ist der Rettungsring, wenn wir uns nicht regional, national, kontinental und global unlösbare Probleme aufhalsen wollen. Es gibt gar keine Alternative dazu. Die Entscheidung zur Nachhaltigkeit müsste erst gar nicht getroffen werden. Ohne Sustainability, so das internationale Wort dafür, läuft in Zukunft rein gar nichts mehr.

Es geht nicht um ökologisch korrekte Äpfel oder den Verzicht auf ungebremsten Fleischkonsum. Es geht schlichtweg darum, immer mehr

Menschen auf dieser Welt mit einer begrenzten Ressourcenkapazität am Leben und gesund zu halten, ihnen Nahrung und Lebensraum zu bieten.

Selbst noch reiche Länder wie Deutschland, noch funktionierende Kommunen wie Solingen brechen auf lange Sicht in sich zusammen, wenn sie mit ihren Vorräten nicht besser umgehen.

Eine Crux dabei ist, noch haben die meisten gar nicht so richtig begriffen, was in letzter Konsequenz Recycling bedeutet, da ist schon längst das neue Prinzip international in heftiger planerischer Diskussion und in Ansätzen Wirklichkeit: Cradle-to-cradle. Wörtlich übersetzt, von Wiege zu Wiege. Gemeint ist, dass der materielle Tod eines Gegenstandes zum Rohstoff („zur Wiege“) eines anderen wird. In vielen Bereichen – oft da, wo im allgemeinen Schelte nicht selten ist – gibt es das schon. Das Zeitungspapier wird zum Verpackungskarton. Der Verpackungskarton wird zig mal wieder Karton und irgendwann vielleicht Faser, die verrottet, zu Erde wird, oder verbrennend zu Energie. Mit deren Hilfe Papier recycelt wird ... usw.

Nachhaltigkeit ist ein großes Wort – und wird doch so oft auf Winziges reduziert. Die Glühbirne, die Strom spart. Der Joghurt aus der Molkerei gleich hinter dem nächsten Wupperberg. Das werden dann auch seitens der Politik Projekte gefördert, bei denen der Begriff „niedlich“ angebracht ist – oder, das kommt in späteren Kapiteln, die DDR wieder auflebt: Entgegen aller Realität wird die Illusion gefeiert. Wenn Kinder auf Schulheften schreiben, die die Blauen Engel als Gütesiegel haben, ja schön. Aber weniger als der Tropfen auf den heißen Stein.

Wenn jeden und jeden und jeden Morgen Tausende Autos im Berufsverkehrsstau stehen, nur weil Straßen nicht optimal ausgelegt und gebaut sind, dann verschleudern wir da unglaubliche (materielle, zeitliche, finanzielle) Ressourcen. Wenn der Öffentliche Nahverkehr riesige Wohngebiete auslässt, so dass Autofahren unumgänglich ist, dann rettet man das auch nicht dadurch, dass auf der Feier von spülbaren statt von Papptellern gegessen wird.

Wenn Autofahrer an Stelle einer psychiatrischen Behandlung aus Prestige-Gründen ein Auto kaufen, das 130 PS hat, nur um damit zu 80% der Benutzungszeit im Stau zu stehen, dann vergeuden sie mehr Leerlaufbenzin, als alle ihre LED-Birnen zuhause wettmachen können. Doch den Staat freut es, nimmt er doch pro Liter Benzin bzw. Diesel um 60 Cent im Schnitt ein. Umweltschutz? Nein, man lässt sich als Staat auch noch von Dieselmotor-Herstellern nach Strich und Faden beschleißen und betrügen.

Jedes Auto, das mehr als fortbewegungs-notwendige 50 PS hat (mein erster VW-Käfer hatte 34 PS und ich bin damit überall hingekommen, wohin ich wollte), sollte mit einer immensen Luxussteuer belegt werden. Dann wäre die Luft um einiges reiner, Nachhaltigkeit durch weniger Emissionen wäre gefördert.

Auf diesem Level betrachtet – Straßenverkehr, ÖPNV, aber auch intelligente Lieferdienste (jeder fährt separat), Förderung der Ansiedlung von „grünen“ Industrien und Firmen – tut Solingen da wirklich genug? Tut es überhaupt über gelegentliche kleinere Einzelfälle hinaus etwas? „Nachhaltige Kommune“, und das sogar mit staatlichem Testat, klingt gut. Doch ist es wirklich ein Durchbruch, der landes- oder gar weltweit Beachtung fände?

Oder ist es nur – umweltschädliche – heiße Luft, die sinnlos verpufft?

Anhang

Solinger Historie

Geschichtsschreibung ist die Kunst, wichtige von weniger wichtigen Details zu unterscheiden. Geschichtserzählung ist die Freiheit, Ereignisse pointiert darzustellen und aus dem ohnehin reduzierten Repertoire der Chroniken einige wenige herauszusuchen, die charakteristisch oder schicksalhaft sind. Ein solches Kaleidoskop folgt hier. Es trägt dazu bei, Solingens Geschichte zu verstehen. Und ist doch nur ein staubkorngroßes Fragment der wirklichen und wahren Historie, die in ihrer Gänze zu erfassen noch niemandem gelungen ist.

**Urzeit**

Solingen liegt auf einem Gebiet, dessen obere Gesteinsschichten im Laufe gewaltiger Zeitdimensionen immer mal wieder Meeresgrund oder Flussbett war; es hat sich mehrfach gehoben und gesenkt. Was wir heute unter einer dünnen Erdschicht finden, ist Kalksandstein, Meeresablagerung. Einst war das Land gebirgig, möglicherweise fast ähnlich wie die Alpen; über

Abermillionen von Jahren hinweg ist es zu einem sanften Hügelland geworden mit letzten Resten kleiner mäßig schroffer Zerklüftungen.

**Frühzeit des homo sapiens**

In unmittelbarer Nachbarschaft zu Solingen liegt das Neanderthal, das als Fundort einem beendeten Zweig des Menschenstammbaums den Namen gab. Doch auf Solinger Gebiet sind die Funde aus früher Kultur des Jetztmenschen sehr dürftig; es ist anzunehmen, dass diese Gegend dereinst nie intensiv genutztes Siedlungsgebiet war. Eine Wald- oder je nach Klima eine Steppenlandschaft wie viele andere auch mit keinerlei Merkmalen, die sie gegenüber anderen privilegierte.

**3000 v.Chr—1000 n. Chr.**

Das nachmalige Bergische Land ist noch dünn besiedelt; nomadisierende Gruppen mögen durchgezogen sein, ob gesiedelt wird, ist für die Steinzeit nur spekulativ zu beantworten. So um 500 n. Chr. könnten sich erste Siedlungsstrukturen gebildet haben. Das (heutige Stadt-) Gebiet Solingens ist überwiegend bewaldet; wer sich niederließ, musste roden.

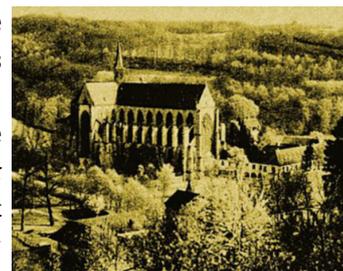


Solche Wiesen und Auen mussten sich die Bauern erst hart erarbeiten, denn das gesamte Gebiet war von Sträuchern oder Bäumen bestanden. Insofern führten auch die Verbindungswege zwischen Höfen und späteren Weilern durch Wälder, das Land bot keine einladenden Voraussetzungen.



Frühmittelalter

Erste Höfe, kleine Siedlungen entstanden, die Christianisierung zum Ende des ersten Jahrtausends moderner Zeitrechnung brachte Kirchen- und Klostergründungen mit sich. Gräfrath ist eine solche „Keimzelle“ rund um ein Kloster; so wie es zu dieser Zeit in Deutschland tausende gab. Das Kloster selbst gelangte, trotz eines Reliquienwunders, nie zu überregionaler Bedeutung. Der Ort blieb im Kern authentisch, heute ist er als „Kleinod des Bergischen Landes“ einer der lebendig gebliebenen Anschauungsorte bergischer Bau- und Lebensweise vor der beginnenden Industrialisierung und Verstädterung.



Mittelalter



Die Herren, später Grafen, von Berg bekommen im deutschen Reich ein Gebiet etwa zwischen (im Süden) Sieg und (im Norden) Ruhr, (im Westen) Rhein rund 100 Kilometer ostwärts reichend zugesprochen. Es ist ein Gebiet, in dessen ungefährer Mitte die Wupper ihren Lauf hat. Das „Bergische Land“ ist als politischer Faktor geboren; einer seiner Landesherrn (Engelbert II.) ist zugleich Erzbischof von Köln und schreibt als mächtigster Mann Deutschlands zu seiner Zeit ein wenig Geschichte mit, wird aber aus familiärem Anlass ermordet. In Folge des Anspruchs auf das Erbe kommt es später zu einer Schlacht (bei Worringen), bei der bergische Bauern der Legende nach so tatkräftig eingreifen, dass das Land Freiheit und Unabhängigkeit vom Kölner Bistum erlangen kann. Nunmehr ist es eine freie Grafschaft und hat die Chance, sich selbständig zu entwickeln.

Der erste Herrschaftssitz war im Dhünntal bei Altenberg (eben das alte Gebiet der Berger), wo im Mittelalter ein Zisterzienserkloster errichtet wurde, noch heute als Gebäudekomplex teilexistent, der „Bergische Dom“. Bald jedoch verlegten die Grafen ihren Sitz an einer markanten Wupperbiegung auf einen Berg, der besseren Schutz und Verteidigung bot. So wie die Leute aus dem bergigen Land „Berg“ als Namen hatten, der Name des Bergischen Landes also vom Herrschaftsnamen herrührt, so nannten sie die Burg schlicht „Burg“. Später verfälschte der Sprachgebrauch die Burg zum Schloss (weil es mal die Funktion eines Jagdschlusses hatte, als die Grafen längst in Düsseldorf residierten) und seitdem heißt es Schloss Burg, eigentlich ein Widerspruch - aber genau das ist symbolisch-charakteristisch für das Bergische.

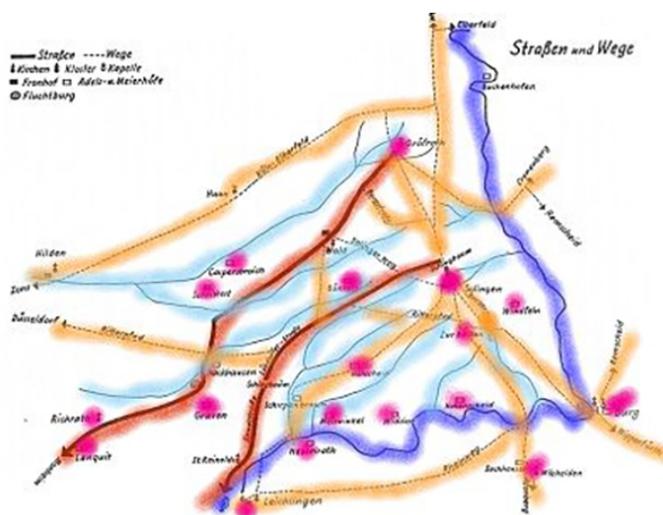


Mitte des 17. Jahrhunderts verlegten die ehemaligen Grafen, nunmehr in den Stand der Herzöge von Berg aufgestiegen, ihre Residenz nach Düsseldorf, so dass dieses kleine Dorf an der Mündung der Düssel in den Rhein zu Bedeutung kam. Heute ist Düsseldorf die Landeshauptstadt von Nordrhein-Westfalen, von dem das Bergische Land - selbstredend - der allerschönste Teil ist :-)

Die beginnende Neuzeit, der Übergang zur jetzigen Ordnung

Die Grafen von Berg verleihen Solingen Stadtrechte (1374) und sprechen im Laufe der Jahrhunderte speziellen Berufen für die handwerkliche Herstellung von Klingen (erst vor allem Schwertern), Scheren und Bestecken besondere Rechte, Privilegien, zu. Sie begründen damit die Bergische Klingenindustrie, die durch Solingen Weltruhm erlangen sollte. Die Grafen und Herzöge taten dies aus kühlem Kalkül: so sicherten sie sich gute Waffen, seinerzeit Grundlagen der Macht und schufen gleichzeitig eine Einnahmequelle, von der sie zu leben wussten – bzw. von der sie leben mussten.

Etliche frühe Stadtgründungen des Bergischen, wie Lennep oder Hückeswagen, sind späterhin bedeutungslos geblieben und nunmehr Stadtteile oder Kleinstädtchen.



An und nahe der Wupper (dunkelblau) und den Bächen (hellblau) siedeln Höfe, entstehen erste kleine Ortschaften (magenta). Sie werden durch etliche Wege (orange) und wenige Straßen (rot) verbunden. An dieser Skizze ist zu erkennen, dass die Wege vor allem den Höhenrücken zwischen Bachtälern folgen. Solingens Wegestruktur ist „auf dem Berge“, die Siedlungen zunächst eher „wassernah“.

Im Ohligser „Unterland“, Teil der Rheinebene, seinerzeit noch selbständig und allenfalls „bei Solingen“ gelegen, gab es auch kleine Wasserschlösser und von einem Graben umzogene Rittergüter (Haus Graven):

im Bild Schloss Hackhausen. Das Mittelalter sowie das 16. bis 18. Jahrhundert kannte in Deutschland ein ausgeklügeltes Kastenwesen, Adel genannt. Es war ein System der totalen Abhängigkeit durch Willkür, indem der jeweils Mächtigere Untergebene mit Privilegien ausstattete und zugleich Tribut forderte. Auch Solingen und das Bergische sind demnach ein Wechselspiel solcher Privilegien, das Volk ist Steuerzahler, Kriegsmaterial oder -opfer, je nachdem.



Wahrhaft ein zweiseitig Schwert waren die Kämpfe und Kriege, die das Werden des heutigen Europa begleiteten. Einerseits litt die Bevölkerung des Bergischen oft darunter, es wurde gemordert, geplündert, vergewaltigt und junge Männer zum Dienst an Waffen gezwungen, meist mit tödlichem Ende. Und andererseits verdiente die Stadt gut daran - die Schwerter waren nicht zur Zier, sondern zum tödlichen Gebrauch gemacht ... Mithin: Der Ruf „Qualität aus Solingen“ beruht auf gut funktionierenden Tötungsgeräten :-((



Ausgehendes Mittelalter, Beginn der Neuzeit

An der Wupper und etlichen Bächen entstehen zahlreiche, wasserrad-betriebene Kotten und Mühlen. Sie legen zusammen den Grundstein einer sich rasch und blühend entwickelnden Besteck- und Waffenindustrie sowie in anderen Teilen des Bergischen Landes einer Werkzeugindustrie; so sind die Remscheider Werkzeuge, auch die aus dem Gebiet Richtung Halver und Altena berühmt, in Velbert die Schlossindustrie; im engen Tal der Wupper bei Barmen und Elberfeld, heute zusammen Wuppertal, entwickelte sich vor allem das Textilgewerbe, Spinner-/Webereien und Färbereien.

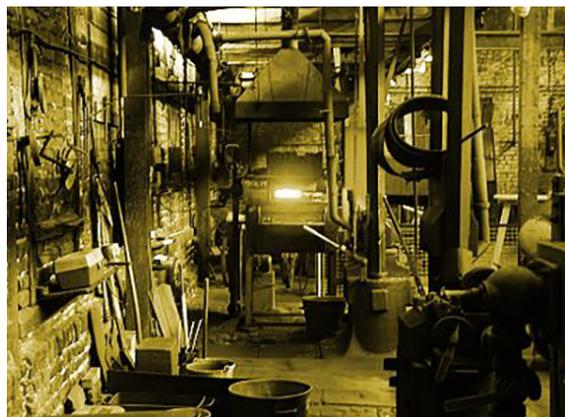
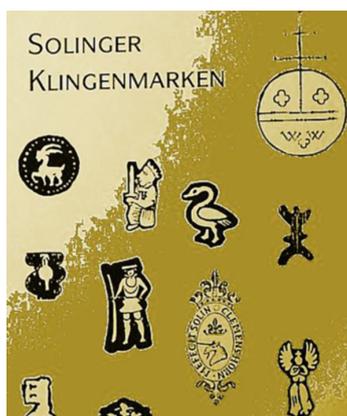
Die Form der Arbeitsteilung des Solinger Handwerks war eine deutsche Pionierleistung. Hier sind, mehr als anderswo, „Workflow“-Prozesse entstanden, letztendlich „Manufacturing on Demand“ – und eine darauf beruhende Gesetzgebung, nämlich das so genannte Heimarbeitergesetz.

Im Laufe vor allem des 19. Jahrhunderts jedoch waren Lohn-, Liefer- und Leistungssystem oft Anlass zu tiefgreifenden, schwerwiegenden sozialen Auseinandersetzungen, zu Streit und regelrechten Revolutionen. Solingen ist eine Stammzelle der nachmaligen SPD, oft und intensiv politisch „rot“ und gleichzeitig Hochburg der Liberalen. Von Wuppertal sagt man, es sei die sektenreichste Stadt Deutschlands. – Halt Bergische Dickköpfe!

Das „Marketing“ ist ebenfalls eine Solinger Erfindung: schon sehr früh wurden den Schwertern oder Esswerkzeugen Meisterzeichen eingeschlagen, eben Marken, die als Herkunftssiegel für Qualität bürgen sollten.

Daraus entwickelte sich in späteren Jahren die „Lex Solingen“, ein Gesetz, das den Namen der Stadt unter Schutz stellt und damit die im Industriekreis gefertigten Produkte der Klingen- und Besteckindustrie. Solingen als Stadtname wird so Schutz-, aber eben keine einheitliche Handelsmarke.

Daraus entwickelte sich in späteren Jahren die „Lex Solingen“, ein Gesetz, das den Namen der Stadt unter Schutz stellt und damit die im Industriekreis gefertigten Produkte der Klingen- und Besteckindustrie. Solingen als Stadtname wird so Schutz-, aber eben keine einheitliche Handelsmarke.



Um/ab 1800, beginnendes Industriezeitalter

Um 1800 besetzen die napoleonischen französischen Truppen das Rheinland (nettes schrulliges Andenken: Der Burger Brezel, dessen Rezept von einem französischen Soldaten als Dank für Pflege dem Bäcker Hösterey in Burg hinterlassen wird), das Bergische wird ein Departement, von Düsseldorf aus relativ zentralistisch gesteuert. Klöster werden säkularisiert (verstaatlicht, „entkirchlicht“), unter anderem das Nonnenstift in Gräfrath (heute Klingenmuseum). Diese Besatzungsperiode dauert nicht allzu lange, dennoch führt sie wegen der restriktiven Handelspolitik zum Zusammenbruch der Industrien und schnürt die Einkommensquellen ab. Eine für das Bergische beinahe tödliche Zeit. In Folge der

sozialen Belastungen kommt es auch im Bergischen gegen 1848 zur Revolution und zu Bürgerkriegskämpfen.

Konjunktur und Qualität der Waren in Kombination mit einem einmaligen Formen- und Musterreichtum Solinger Produkte ließen die Unternehmen und damit die Stadt an sich regelrecht explodieren – Solingen ist Boomtown.

Immer schneller und immer industrieller wuchs Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Klingenindustrie. Tausende von Menschen waren in der Branche beschäftigt, Solingen wurde auf allen Hügeln und in den Tälern intensiv besiedelt, doch es bildete sich zu keiner Zeit ein repräsentatives Stadtzentrum, sondern es wuchsen viele „Großdörfer“ heran.

Vor allem erst Dampfkraft und dann Elektrizität gaben der Industrie einen erneuten Antrieb - im wörtlichen wie symbolischen Sinne. Dennoch hatten alle Bergischen Gewerbe und Produkte sehr früh schon mit internationaler Konkurrenz, gewissermaßen unter der Globalisierung des Handels zu leiden. Denn Bergische Qualität ist nicht nur Weltspitze, sie hatte auch immer schon ihren Preis - und daher nicht unbedingt unbegrenzt viele Abnehmer.

Unter den vielen heute weltweit bekannten Bergischen Unternehmen ist allen voran Bayer, in Elberfeld gegründet

(heute in Leverkusen, einer Industriegründung wie Wolfsburg), aber auch Henkels, die Messermarke mit den Zwillingen (Twins), Wüsthof-Profikochmesser, Dowidat- oder Hazet-Werkzeuge in Remscheid, Knipex in Cronenberg, BKS-Schlösser aus Velbert, um einige wenige zu nennen. Alte Marken wie Krups (Haushaltsgeräte), Knirps (Schirme), Nirosta-Stahl haben einen Solinger Stammbaum. In Remscheid wurden die moderne Schiffspropeller-Antriebsschrauben wie auch die nahtlosen Rohre erfunden (Gebrüder Mannesmann).

Politisch war bis dato das Bergische Land in die Bedeutungslosigkeit abgerutscht; Teil der preußischen Rheinprovinz war es ein Verwaltungsbezirk, mehr nicht. Dennoch wurden vor allem um 1900 infrastrukturelle Pioniertaten geleistet, etwa die ersten Talsperren Deutschlands (Remscheid und Solingen), der Bau Deutschlands höchster Eisenbahnbrücke zwischen Solingen und Remscheid, die Wuppertaler Schwebebahn. Die Erschließung des Landes durch die Eisenbahn ist substanziell ein Katalysator gewesen, denn logischerweise war eine Stahlindustrie auf die massenhafte Zulieferung von Erz und Kohle angewiesen. Und die Güter mussten in alle Welt gesandt werden. Dies schafften Eisenbahnen und seit dem Mittelalter auch der „Bergische Hafen“ in Hitdorf (heute Leverkusen).



20. Jahrhundert

In einer Verwaltungsreform Deutschlands nach dem Ersten Weltkrieg wurden 1929 die bis dato selbständigen Städte des Kreises Solingen, nämlich Solingen selbst, Ohligs (das zuvor Merscheid geheißen hatte), Höhscheid (der Solinger „Flächenstaat“), Wald (uralte Kirchengründung) und Gräfrath („historisch“) zur Großstadt Solingen vereint. Dorp (zwischen Solingen und Burg) war zuvor schon Solingen zugeschlagen worden, rund 50 Jahre später kam das Bergische Zentrum Burg als nunmehr komplettierender Stadtteil hinzu.

Der Begriff des Bergischen Landes ist in dieser Periode eher landschaftsbeschreibend und von touristischer Bedeutung gewesen, jedoch keineswegs vordergründig und zwingend politisch. Erst in diesen Tagen wird (wieder einmal) der Versuch unternommen, das „Bergische“ als Region bewusst und selbstbewusster zu machen, ihm eine neue Identität zu geben. Doch die meisten sind skeptisch: Zum Charakter des Bergischen gehört eine maximale Selbständigkeit, man lässt sich nur höchst ungern vereinnahmen – was jedoch, das Bergische ist und war ein Widerspruchsland – dazu beiträgt, dass es so viele und so alte Vereine gibt wie selten irgendwo. Deutschlands ältester noch existierender Männerchor (Die Meigener) und Laintheaterverein (Wohlgemuth) sind Ursolinger Institutionen.



2. Weltkrieg und Jetztzeit

Solingen als „Rüstungsstadt“ wird Ende des 2. Weltkrieges substanziell zerstört. Die gesamte Innenstadt liegt in Schutt und Asche. In der Tat waren im „Tausendjährigen Reich“ hier zahlreiche Rüstungsbetriebe aktiv und der Begriff Drittes Reich wurde populär durch die Schrift eines Solingers (Arthur Ernst Wilhelm Victor Moeller van den Bruck). Leider kam auch einer der Nazi-Massmörder, nämlich Adolf Eichmann, aus Solingen.

Für die meisten tradierten Betriebe der Besteck- oder Stahlindustrie ist inzwischen "Schicht", Ende, Aus, sie "segnen das Zeitliche". Solingen befindet sich im rapiden strukturellen Wandel und versucht (mit nicht unbedeutendem Erfolg), sich zum modernen Dienstleistungsindustrie-Standort zu entwickeln. So siedelt man zur Zeit ein Institut für Design und Innovationsmanagement an, deutschlandweit sehr erfolgreiche Handelsunternehmen wie Walbusch oder Strauss Innovation (inzwischen verzogen) agieren von Solingen aus, auch andere Versandhäuser wie die Ern-Gruppe oder Silag (auch verzogen). Bekannt auch das Unternehmen Kronprinz, Produzent eleganter Autofelgen und nahtloser Stahlrohre sowie Haribo, die Heimat der Gummibären (Gräfrath). Etliche Spezialunternehmen (z. B. Medizintechnik, chirurgische und tierärztliche Instrumente, Software) beliefern den Weltmarkt. Werbe- wie Eventagenturen (u. a. von Mannstein, Kogag) sind international wie auch national sehr erfolgreich, so mancher Event, Kampagne, Präsentation ist "made im Bergischen".

**Und noch ein bisschen Rückblick.
Um Ideen für die Zukunft zu finden.
Oder sei's auch nur, um das beste daraus zu machen.**

Chancen, Risiken, Möglichkeiten, Hemmnisse

Unglücke sind immer die Verkettung von Umständen, in diesem Falle meist Fehlern. Das Gegenteil, also Glück und Erfolg, auch immer ein Konglomerat verschiedenster Faktoren, die zusammenkommen. Im Falle des Aufstiegs der Klingenstadt Solingen sind es vor allem vier Umstände, die die Stadtentwicklung ermöglichten:

- Regen
- Topografie
- Kriege
- Kirche

Wie die Stadt heute – anfangs des 21. Jahrhunderts – ist, ist auf drei generelle Strömungen und Faktoren zurückzuführen:

- Historie
- Änderung des Lebensstils
- geografische Lage

Generalthema dieser Schrift ist die fundierte Auffassung und vehemente Aufforderung, Solingen müsse sich neu erfinden.

Um strategisch stringent, also gezielt und konsequent, eine eigene Position zu finden, Risiken und Chancen abzuwägen, sind heutzutage so genannte SWOT-Analysen ein oft benutztes Werkzeug, um Ideen zu finden, zu sammeln, Fakten zu analysieren und zu bewerten. SWOT steht für die englischen Wörter strengths, weaknesses, opportunities, threats – zu Deutsch: Stärken, Schwächen, Chancen/Gelegenheiten, Bedrohungen.

Die vier genannten positiven Umstände, die Solingen zu „Klingenstadt Solingen“ (wie es sich gerne sieht) machten – existieren sie noch als Förderer einer prosperierenden Solinger Weiterentwicklung? Nein, da muss man nicht lange diskutieren. Um so wichtiger ist die Frage,

was ist an ihre Stelle getreten?

Regen brauchen wir nicht mehr, um Wasserkraft und damit Energie zu erzeugen. Was aber sind neuerdings die Energien, die eine Stadt, eine Region, ein Wirtschaftskonglomerat nach vorne bringen?

Wenn es auch philosophisch ein wenig salopp und frei übersetzt ist, so darf dennoch gelten, dass vor allem

know-how / knowledge, Bildung, Wissen, Skills, „human assets“

das „neue Kapital“ sind. Daher die Frage:

Ist Solingen (schon) eine „Stadt des Wissens“? – In Bezug auf up-to-date-Wissenschaften.

Logisch, es geht nicht um das Wissen, wie man ein Taschenmesser zusammenbaut. Aber weiß man in dieser Stadt, wie man sich im neuen Trend von Elektroautos positionieren kann und nicht nur, wie man für bestehenden Automobilbau nützlich ist. Tausend andere Themen mehr. Ist Solingen eine Photovoltaik-Stadt? Wie steht es mit moderner Medizintechnik (früher war Solingen auch die Klingen- und Instrumentenschmiede für die

Chirurgie und andere nützliche ärztliche Künste)? Hat die Klingenstadt etwas mit Wellness am Hut? ... Und, und, und.

Konkurrenz überall: Auch andere Regionen Europas (und selbstverständlich auch im deutschen Binnenland) beanspruchen Schlagworte wie innovativ, Entwicklungsmöglichkeiten, „grün“-ökologisch usw. für sich.

Und so sind auch andere Regionen längst dabei, um genau die zu buhlen, auf die es in Zukunft angeht: Junge Familien, „Besserverdiener“, gut (aus-) gebildete Menschen, aktive Personen, die „power“ mitbringen.

Und in Solingen? Da ist, wie üblich, (noch nicht einmal) das, was Aufschwung und Aufmerksamkeit bringen soll, nach innen hin Konsenz:

Wie kann man, wenn man untereinander uneins ist, die Attraktivität der Stadt an jene glaubhaft vermitteln, die sich für sie begeistern sollen?

CONTENT PARTNER ⓘ

ANZEIGE

Freistaat Thüringen

Entwicklung & Fortschritt
"Erfindergeist ist Teil unserer Kultur"

Was treibt uns Menschen eigentlich an? Ein Startup-Gründer und ein Wissenschaftler über Innovation, Mobilität und den Grund dafür, dass uns nicht so schnell die Puste ausgeht. mehr...

www.das-ist-thueringen.de

Freistaat Thüringen

ARBEITEN LEBEN REISEN STUDIERN INVESTIEREN

In Erfurt erleben Sie Thüringen jetzt auch digital

"Musik ist wie Kampfsport"

Wie moderne Familie gelingen kann

Das ist Thüringen.

ARBEITEN IN THÜRINGEN NEWSROOM

Solinger Tageblatt

Lokalsport ▾ Rhein Wupper Fotos Politik E-Paper Anzeigen ▾ Abo & Service ▾ ☰ Mehr

gen > CDU kritisiert OB für Botschafter ohne Aufgabe

Redaktion

CDU kritisiert OB für Botschafter ohne Aufgabe +

Aktualisiert: 22.01.18 - 13:44

Haug: Inhaltslose Glamour-Veranstaltung.

Im Zusammenhang mit der Ernennung [dreier neuer „Solingen-Botschafter“](#) erneuert der CDU-Kreisvorsitzende Sebastian Haug seine Kritik des Vorjahres. Oberbürgermeister Tim Kurzbach habe es einmal mehr versäumt, den Titelträgern eine Aufgabe mit auf den Weg zu geben. Weil Kurzbach kein Profil definiert habe, lasse er die drei Aushängeschilder der Stadt mit ihrem neuen Titel allein, ergänzte CDU-Sprecher Raphael Sarlak. Aus Haugs Sicht hat der Oberbürgermeister aus dem Fehler des Vorjahres nichts gelernt.

Es sei zwar richtig, herausragende Leistungen von Bürgern anzuerkennen, erklärte Haug. Gut sei es auch, wenn solche Solinger über die Stadtgrenzen hinaus für ihre Heimat werben. [Wie Kurzbach die Dinge verbinde, sei aber –](#)

Aus einem Bericht des Solinger Tageblatts:

Drei Promis werben für die Klingenstadt

Solingen hat neue Image-Botschafter: Gestern Abend wurden sie feierlich ernannt.

Selbstbewusst von den Schönheiten Solingens berichten: Diese Bitte hat Oberbürgermeister Tim Kurzbach (SPD) den drei neuen Solingen-Botschaftern auf den Weg gegeben. Nach dem Auftakt im vergangenen Jahr, hatte Kurzbach gestern im Café Stückgut zum zweiten Mal Menschen den Ehrentitel Solingen-Botschafter verliehen, die durch besondere Leistungen aufgefallen sind:

Jonas Reckermann gehört mit vier Europameistertiteln und fünf Titeln bei deutschen Meisterschaften zu den erfolgreichsten deutschen Beachvolleyballern. Reckermann zeigte

sich gestern als überzeugter Wahl-Solinger. Selbst, wenn seine Begeisterung für Köln unüberhörbar bleib.

Gönül Zarnekow ist Star-Friseurin und hat schon bei der Oscar-Verleihung ihr Können gezeigt. In Hollywood ist sie eine feste Größe. Regelmäßig frisiert sie auch die Kandidatinnen der Tageblatt-Aktion „Miss Zöpfchen“.

Stephan Staats ist der dritte Solingen-Botschafter in diesem Jahr: Er kommt aus Solingen, ging aber vor einigen Jahren aus Deutschland weg. Er lebt nun in Neuseeland und auf den Meeren der Welt. Stephan Staats arbeitet als Schiffskoch und Küchenchef auf Hochsee-Yachten und bedient superreiche Promis und russische Oligarchen.

Oberbürgermeister Kurzbach kündigte an, sich regelmäßig mit den Solingen-Botschaftern treffen zu wollen und sich mit ihnen darüber auszutauschen, wie man die Stadt noch besser vermarkten könne.

Bei allem Respekt vor den „ausgewählten“ Personen, ob Sportler, Köche und Friseurinnen besser als Marketing-Profis die ungemein schwierige Aufgabe mal eben so locker nebenbei lösen können, eine Stadt, die nach außen und innen an Profil verliert, wieder als identitäts-stiftend aufzubauen, mag wohl nicht nur ich, sondern in der Tat viele in der Stadt sehr bezweifeln.

Denn ein eiserner und gewissermaßen erster Grundsatz des Vermarktens gilt immer für einen Brand, die Marke als Ausdruck von Vertrauen: Das Produkt muss beim ersten Mal überzeugend sein, wenn es zum zweiten Mal gekauft werden soll. Ein schöner Spruch über eine Stadt, der sich dann als „na ja, so es es ja gar nicht“ herausstellt, ist werbestrategischer Selbstmord.

Hat die geografische Lage Solingens Vorteile – oder (nur) Nachteile?

Dazu ist anderer Stelle etliches gesagt. Jeder ist frei, weitere Aspekte zu finden.

Keiner wünscht sich Krieg – aber mit Kriegswaffen (heute nennt man so etwas verbrämt „Rüstungsindustrie“) konnte und kann man gut leben. Solingen wurde reich damit. Allerdings mit einer Technologie, die ironisch gesagt ein wenig in die Jahre gekommen ist. Das rein wirtschaftlich hoch interessante an solchen Gerätschaften ist, sie werden immer wieder und immer wieder neu gebraucht. Weil, leider, Krieg ist immer.

Drehen wir es ins Positive um und sagen, aha – Erfolg ist, permanent benötigte Produkte herzustellen. Werden solche „Dauerläufer“ in breitgefächertester Spartenaufteilung und mit einem umfassenden Spektrum in solchem Maße produziert, dass die Stadt sich konjunkturell einigermaßen sicher fühlen kann? Da gibt es wohl kaum einen, der dies so behaupten würde. Gut ist, dass es in dieser Stadt eine wahrlich bunte Mischung erfolgreicher und gut laufender Unternehmen gibt. Aber jedes von denen ist im Einzelfall durchaus gefährdet. In der Summe mag das System zwar stabil sein, einem Mega-Trend jedoch gehört die Industriekultur Solingens derzeit nicht an oder wäre damit verbunden.

Bleibe der Begriff „Kirche“ als Konjunkturtreiber; in heutige Dimensionen übersetzt: Gibt es eine dauerhafte Unterstützung durch einen Trend oder eine Institution, die sozusagen „ewig Konjunktur hat“. Auch hier, kurzgefasst, nein, nichts zu sehen.

Cluster

Gesellen und Meistern der früheren Schwert- und Stahlwarenindustrie war es über Jahrhunderte verboten, aus Solingen auszuwandern und ihr Wissen mitzunehmen. Ein zwar brutaler, aber eigentlich auch notwendiger Schutz, um die Einzigartigkeit und damit die wirtschaftliche Stabilität der Solinger Industrie zu gewährleisten.

Und – es ist modern, neuzeitlich, es wäre heute wieder angebracht. Nicht, dass man die Berufe rund ums Messer- oder Besteckmachen schützen sollte, sondern dass man Solingen oder in Erweiterung auch andere nahe Städte im Verbund zu Wissens-Clustern machen sollte. Denn „assets“ (als symbolischer Begriff übernommen aus einer Bilanz; engl. sind assets die eigenen Vermögenswerte, in Geld oder Rechten) sind die Elemente, aus denen (wirtschaftliche) Zukunft gemacht wird.

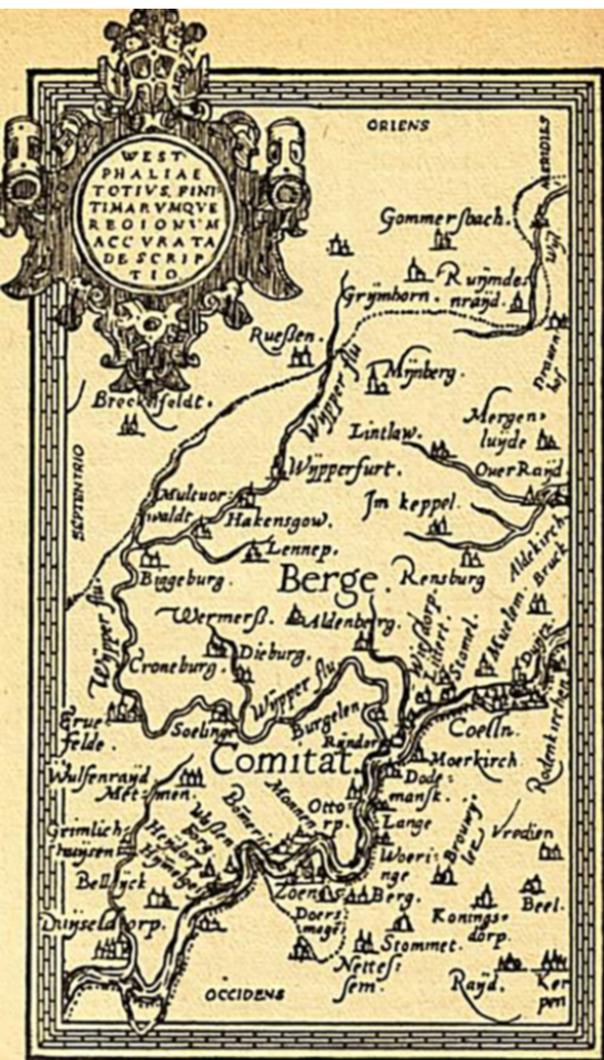
Und so gesehen muss sich Solingen da keineswegs ducken; im Gegenteil, es sind gute, sehr gute Ansätze vorhanden.

Die Schande, das Problem, das Dilemma ist und bleibt, dass über diese positiven Trends, über die damit verbundenen potentiellen Möglichkeiten viel zu wenig öffentlich gesprochen und informiert wird.

Solche Assets und Knowledge-Cluster gibt es in Solingen etliche; beispielsweise:

- ja, auch die alte Schneidwarenindustrie
- Metallverarbeitung in sehr vielfacher Form, Galvanik
- Süßwaren
- Versandhandel
- IT
- Apparate-/Maschinenbau, Medizintechnik
- Kreativität, Kunst, Events usw.

Egal, was man noch dazu zählen würde – nichts davon ist wirklich als Image der Lebens- und Wirtschaftsstadt Solingen über Insiderkreise hinaus bekannt oder es würde dafür geworben. Dabei wäre die überörtliche Kenntnis geradezu von existenzieller Bedeutung. Denn da, wo Fachkräfte wohnen, können sie auch arbeiten. Und wo sie arbeiten können, mögen sie auch wohnen. Eine Spirale, die sich selbst nach oben dreht – oder eben auch, wenn sie nicht angetriggert wird, ins Abwärts und Aus führt.



Wiege europäischer Industriekultur

Vergleicht man Landkarten aus der Zeit des 17., 18. Jahrhunderts mit den heutigen, fällt einem im Bezug auf das Bergische Land auf, dass die seinerzeit bedeutenden Städte heute eher Kleinstädte, „nur“ Dörfer oder Stadtteile geworden sind: Cronenberg, Hückeswagen, Gräfrath, Kaiserswerth, Werden, Lennep ...

Die entscheidende Frage lautet also,

wieso wurde vor allem Solingen (neben anderen bergischen Orten) ein so innovatives und hochproduktives industrielles Kernland Europas?

Eigentlich gab es historisch gesehen keine anderen Voraussetzungen wie auch in anderen Regionen Zentraleuropas. Auch woanders gab es kraftbringende Flüsse für Mühlen oder Hämmer, wurden Materialien herangebracht und weit hin versendet. Hier lebten keine anderen Menschen, ja, es gab sogar noch nicht einmal ein „Bildungszentrum“ – die Universitäten (also die „gelehrten Leute“) residierten in anderen Städten. Was war der Urknall des Bergischen Wirtschaftserfolges ????

Das interessante an dieser Frage ist, sie wurde nie gestellt, geschweige denn diskutiert und beantwortet. Der Verweis auf den Fleiß der bergischen Menschen würde ja andere Regionen beleidigen, deren Bewohner sicherlich weder dumm noch faul waren. Was also war es?

Eine mögliche Antwort ist: Genau jener Faktor, den wir heute so beklagen. Das Insichgekehrtheitsein, das Introvertierte, das Verbot, „in die Welt zu gehen“.

Denn noch einmal erinnert, die Grundlage vor allem der Solinger Industrie war Waffenhandel, Kriegsgerät. Bevor man Messer zum Tranchieren edler Speisen auf dem Teller entdeckte, wurden Messer als Tötungswaffen benutzt – oder allenfalls als technische Werkzeuge, siehe Steinklingen der früheren Menschen (hing aber auch vieles mit Jagen, also Töten, zusammen). Das Privileg der Kirche (lebens-bejahrend, friedlich, sittsam??? Hahahaha !!!), des Kölner Bistums, war, diese Kriegswaffen-Industrie unter Verschluss zu halten, zu kontrollieren. In der Tat durchaus „versteckt“ in den Wäldern des Bergischen Landes, aber dennoch nahe genug bei Köln gelegen (vor allem in dessen Deputat und Regierungsbereich), um steuerbar zu sein. Solingen, das ist im Ursprung industrielle Inzucht. Hier entstanden Produktionsmethoden, die später als Fließbandfertigung, „Assembly Lines“ auf Business-Englisch, bekannt wurden.

Zehn Jahre nach der Tortur der Eingemeindung und Bildung einer Zwangs-Großstadt beschließt der damalige Deutsche Reichstag in Berlin das „Lex Solingen“. **Anticounterfeit** heißt so etwas heute, **Produktpiraterie-Abwehr**, ein Mittel gegen Plagiate, Nachahmungen. Nebenbei: das Deutsche Plagiat-Museum siedelte nicht nur rein zufällig von Berlin nach Solingen. Solingen als Handelsname hat in der Tat absoluten Weltruhm. Schon um 1450 betrieb man hier im wörtlichen Sinne Marketing – mit Markenzei-

chen, den so genannten Meisterzeichen (damit der Ritter wusste, mit dieser Klinge kannst Du siegen).

Als Gewehre und später Kanonen die Klingen ablösten, wurde Solingen eine regelrechte Boom-Town mit Schneidwaren im zivilen Bereich und insgesamt in der Metallindustrie samt ihrer Infrastruktur wie z.B. Galvanik. Bestecke, Rasierklingen, medizinische Instrumente, Industriemesser, Maschinen, Maschinenteile – das waren die wesentlichen Elemente des Solinger Wirtschaftserfolges in etwa ab Mitte des 19. Jahrhunderts bis Ende des 20. Jahrhunderts. In dieser Zeit explodierte die Bevölkerungszahl, Solingen war „Arbeiterstadt“. Im Zweiten Weltkrieg wurden dann wieder zwangsweise zahlreiche Waffen oder Teile davon gefertigt.

(Groß-) Solingen war nie Universitätsstadt oder Verwaltungszentrum, nie Schwerpunkt Landwirtschaft oder berühmt für andere Produkte; Werkzeuge kamen/kommen aus Remscheid oder (jetzt Wuppertal-) Cronenberg; aus Barmen und Elberfeld beispielsweise Stoffe.

Doch einige durchaus bekannte Marken lassen sich gut und positiv mit dem Stadtnamen Solingen in Verbindung bringen. Ein paar Beispiele:

- Die Firma Bresshey mit Produkten wie den Faltschirm Knirps (später von der Solinger Firma Kortenbach & Rauh produziert) oder den Falt-Servierwagen Dinett
- Die Firma Krups mit Küchenmaschinen, allen voran Waagen, Kaffeemühlen, „3-Mix“
- Die Firma Rassepe mit landwirtschaftlichem Gerät (Pflüge usw.), aber (leider) vor allem nur im „Perde-Zeitalter“
- Die Firma Kronprinz, die nahtlose Rohre und Autofelgen produziert(e) und heute in anderem Besitz, aber noch existent ist
- Versandhäuser; damals z. B. das Engelswerk (Besitzer der Marke „Nirosta“ für nichtrostenden Stahl)
- Aber auch so Kurioses wie Hillers Pfeffermünz; eine Bonbonfabrik, der Solingen die einzige deutsche Süßwarenfachschule zu verdanken hat
- Besteckfabriken „ohne Ende“, allen voran natürlich das Zwillingswerk (Fa. Henckels), aber auch Abr. Herder, Wüsthoff, Drache, Windmühlmesser, Böker, Eickhorn, Hartkopf, Güde – und viele mehr. Einige existieren heute noch und können sich auch preislich behaupten.

Assets. Jetzt?

Kann man die Chancen Solingens in der Zukunft finden und festigen, wenn man sie in Solingen und für Solingen sucht?

Ich halte dies für die wichtigste aller Fragen, die man sich stellen muss, wenn man für Solingen als Stadtgebilde nach einer Zukunftsstrategie sucht.

Der damalige, bisherige, historische Erfolg Solingens lagte nämlich nicht (und lag zu keiner Zeit und mit keinem einzigen Aspekt) jemals in Solingen selbst. Weder war der binnenstädtische Handel ein wirklicher Boom und „Reichmacher“ noch war es irgendetwas, was mit dieser Stadt verbunden wäre – kein See, kein berühmtes Schloss, keine Kulturstätten internationaler Bedeutung, kein Kurort (nur mit einer kurzperiodischen Ausnahme in Gräfrath), kein Verkehrsknotenpunkt, keine Sehenswürdigkeit, für die sich eine

weite Anreise gelohnt hätte. Solingens Erfolg war – der Export; mal ganz unkonventionell interpretiert als „Verkauf über die Stadtgrenzen hinaus“.

In der heutigen (gesellschafts-) politischen Diskussion über das künftige Solingen wird jedoch immer nur in Scheuklappen gedacht: Bezogen auf Solingen; manchmal aufs Bergische oder die Anbindung an die „Rhein-schiene“ (= das Rheinland von Köln bis zum westlichen Ruhrgebiet). Aber eben nur in etwa so, als wäre diese Verbindung nach außen ein i-Tüpfelchen, Sahnehäubchen, fast schon ein frivol-neckisches kokettes Spielchen, welches nicht einer gewissen pikanten Unanständigkeit entbehrte.

Ein katastrophaler Fehler, ein grauenvolles Desaster ist das ständige Gerede und die nahezu krankhafte Fixierung auf eine Belebung der Innenstadt durch ein Wiederauflebenlassen des so genannten Einzelhandels – und der auch noch in möglichst molekularwinziger Struktur. Seit wann kann man Tote zum Leben erwecken?

Was ist mir als durchaus interessiertem Zeitungsleser, einem Menschen, der mit vielen anderen Solingern Kontakt hat, auch politisch ehrenrührig ernst gemeint aktiven Menschen, in Erinnerung geblieben, was als Pluspunkt in Solingen gelten könnte? Das ist, ehrlich gesagt, nicht viel. Um nicht zu sagen „verdammt wenig“.

Gelobt werden so allgemeine Eigenschaften wie „nah am/direkt im Grünen“. Beklagt werden aber genau so intensiv (wenn nicht noch dringender) schlechte Straßenverkehrsverbindungen; ein großes Ärgernis vor allem für die Pendler, die immerhin ca. 1/3 der berufstätigen Solinger umfassen.

Auf gutem Wege ist die Stadt bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Dies ist ausdrücklich zu loben, gleichzeitig aber auch fast schon eine Selbstverständlichkeit, wenn man seine Verantwortung gegenüber nachfolgenden Generationen ernst nimmt. Die Obusse (Oberleitungs-/Trolley-Busse) werden immer wieder gelobt: Vollelektrisch in der Stadt, von ihnen schon mal keine Diesel-Emissionen. Na ja, rein gedanklich könnte man sie auch alle „grünen“ Stromerzeugungstechniken zurechnen, was aber faktisch im derzeitigen bundesdeutschen Stromnetz nicht sein kann. Aber immerhin, die Busse sind umweltfreundlicher als dicke Stinker auf dichtbefahrenen Strecken.

Auch in Sachen regionaler Kultur ist die Stadt gar nicht schlecht aufgestellt. Veranstaltungen, Feste, Bands, Gesang, Tanz, Theater in nicht geringer Zahl, auch sehr namhafte Gastspiele sind übers Jahr zu besuchen.

Positiv ist – sieht man vom ewigen Pannenkandidaten Deutsche Bahn und seinen schrulligen Besonderheiten ab – generell die Fernverkehrs-anbindung. Zumindest zwei, aber eigentlich noch mehr, Flughäfen sind „vor der Haustüre“; Köln und Düsseldorf je nach Verkehrslage ca. 3/4 Std. Anfahrt, Frankfurt Check-in ist nach 1,25ständiger ICE-Direktfahrt erreicht.

In Sachen sonstiger Freizeit oder „Ausgehen“ wird es dann schnell eng. Die „gute, alte“ Kneipenkultur ist tot – aber das absolut nicht nur in Solingen, sondern zumindest deutschlandweit.

Ein paar Museen sind hier, das Deutsche Klingensmuseum als einzigartige Institution, ein überaus intensiv lobenswertes „lebendiges“ Industriemuseum (Landschaftsverband Rheinland), die noch intakte und arbeitsfähige Gesenkschmiede Hendrichs (Authentität 100% gewissermaßen). Bundes-



weit beachtet und einzigartig die Sammlung „verfemte Kunst“ (im Dritten Reich gebannte/verfolgte bildende Künstler) im Kunstmuseum Solingen. Und nicht zuletzt das zum Stadtgebiet gehörende Schloss Burg plus die immer wieder – auch sogar als Weltkulturerbe ins Spiel gebrachte – höchste deutsche Eisenbahnbrücke, die Müngstener Brücke sind Attraktionen von hohem Rang. Dem könnte man noch keck, weil unmittelbar ans Solinger Verkehrsnetz angebunden, die Wuppertaler Schwebebahn, einzig in der Welt, hinzufügen. Alles toll, ohne Frage, ohne Einschränkung – ja, das war’s dann aber auch im wesentlichen.

Doch entdeckt man darunter und dabei die wirklichen und überzeugend faszinierenden Assets, die Werte, auf die man die Zukunft Solingens bauen kann? Helfen politische verbale Allgemeinplätze, die nicht selten wie Durchhalte-Parolen überkommen – allem voran das Beschwören von Gemeinsamkeiten

und die Aufmunterung, man möge vieles positiver, optimistischer sehen und die Mahnung, doch endlich mal mit meckern, maulen, mähen und madig machen aufzuhören? Hilft’s? Nein.

Nach meiner Meinung aus einem einfachen Grunde nicht: Es ist der Blick auf das völlig falsche.

Wer vor einem Riesen-Berg steht, eisig und zerklüftet, und zu seinem Gipfel will, muss vor allem immer und immer wieder die Aufstiegsroute in der gefährlichen Wand, an und über riskante Klippen und Grate studieren; und darf sich nicht am Matsch stören, der gerade um seine Füße ist, weil er im Flachland auf den Berg zuläuft. Der Blick wäre aufs falsche gerichtet, gleichwohl die akutellen Gefahren und Stolperstellen zu umgehen und zu meiden sind. Doch dies ist sozusagen nur der Anfang, das Eigentliche kommt noch.

Und in diesem Sinne richtet Solingen – richten die Solinger mehrheitlich in ihren Diskussionen – den Fokus aufs falsche. Auf die (sorry für den krassen Ausdruck) Scheiße, in der sie stecken, nicht auf die Möglichkeiten, wieder spitze, an der Spitze zu sein.

„Testsieger: Solingen“

Nicht das, was wir innerhalb der „Stadtmauern“ Solingens haben, ist unser großes Plus, sondern die Lage Solingens in Relation zu einer Kultur-, Industrie-, Wirtschafts- und Freizeitregion, die identisch groß, aber noch vielfältiger als berühmte europäische Großstädte ist.

Wir haben ein Umland mit knapp 10 Mill. Einwohnern – wieviele „ziehen“ wir nach Solingen? Stunden-, tageweise oder zum hier wohnen?

Wir müssen nicht (nur) „uns“ etwas bieten, sondern den anderen um uns herum; denn verglichen mit Berlin, New York, London, Paris wären das alle UNSERE citizens, Bürger, Einwohner, all die Millionen lebten „in unserer Stadt“.

Wer „Solingen“ denkt und NUR Solingen meint, hat in einer globalisierten Multimetropolen-Welt schon geistig und im Nachgang wirtschaftlich verloren.

Die gleichen „Probleme“ der Profilierung, die Solingen in seinem Umland hat, haben hunderte, tausende „small entities“ (kleine Einheiten, Ortschaften) Cluster („Zusammenballungen“) überall auf der Welt auch. Wir müssen von den attraktiven lernen, wie man sich vermarktet. Und aufhören zu denken, wir wären einzigartig.

Wie groß ist eigentlich Solingen? Und wie sehr internationale Weltklasse?

Ich bin viel in der Welt herumgekommen, beruflich und privat. Kenne viele Dutzend Länder, mehr als nur ein paar ziemlich genau. Weltmetropolen und -städte sind mir aus Anschauung und Erleben durchaus vertraut.

Sehr oft schon habe ich in Diskussionen gesagt, Solingen und New York oder Rom hätten durchaus Gemeinsamkeiten. Dann grinst man – ok, blöder Witz, noch nicht mal gut, so what?. Und ich denke mir im stillen: Siehste, das ist Solingen, total introvertiert, total Scheuklappe, total ahnungslos.

Klar haben Rom und Solingen Gemeinsamkeiten. Beide Städte sind auf sieben Hügeln erbaut. Von Rom weiß man es. Von Solingen kein Schw... – warum eigentlich nicht?

Wenn man über die Zukunft von Solingen und vor allem über ein Solingen-Marketing nachdenken will (oder muss), dann sollte man nach solider Analytischen-Handwerksmanier damit beginnen, eine Ist-Bestandsaufnahme zu machen und im zweiten Schritt, das Existente zu beurteilen, in gut und schlecht, nützlich und bedrohlich. Fachleute kennen es auch als SWOT-Analyse und es ist ein rudimentäres, unverzichtbares Werkzeug bei strategischen Planungen und im Marketing. In Bezug auf Solingen mag das vielleicht schon jemand (Person oder Gremium) gemacht haben; allein, bekannt oder bewusst geworden ist es meines Wissens und meiner Erinnerung nach nie. Es scheint mir auch nicht irgendwo nachlesbar, als Dokument verfügbar zu sein. Der Verdacht liegt nahe, alle, die über Stadtentwicklung reden, haben genau diese unverzichtbare Grundlage noch nicht erarbeitet. Hoffentlich irre ich mich, ich befürchte jedoch, nicht. Zu Einzelbereichen – Wohnen, Stadtwerke – gibt es sie, aber eben als „Masterplan“ ??? Und eben wenn es sie gibt, warum kennt sie nicht jeder?

Es führt zu einem Kernübel Solinger Politik (die immer auch gleichzeitig Spiegelbild der jeweiligen Gesellschafts-Mentalität ist):

In Solingens Öffentlichkeit wird viel zu wenig über Fakten geredet; in dieser Stadt schlägt man sich zu 99 % Meinungen um die Ohren. Hier wird polemisiert, selten argumentiert. Der Versuch der Objektivierung wird meist durch sehr einseitig meinungs- und stimmungs-prägende Statements unterdrückt.

Wenn sich das nicht ändert, sieht's nicht nur duster aus, es bleibt auch duster im Sinne von „hoffnungslos“.

Das Muster ist immer das gleiche, seit Jahren und bei allen Themen. Erst wird (ob von einzelnen oder vielen, spielt keine Rolle) geklagt, es geschähe/bewege sich ja nichts, alles wäre furchtbar und man müsse nun endlich etwas tun (natürlich das, was derjenige oder diejenigen, die klagen, im Sinn hat und haben). Macht einer einen Vorschlag oder handelt gar – sofort ist der Rest der Solinger prompt dagegen. Ungeprüft, per se und schon

mal auf Verdacht vorab. Dann wird nicht das Nichtstun, Nichtvorhandene, Nichtgeschehene kritisiert, sondern eben die Dreistigkeit, dass einzelne (wiederum egal, ob Gremien oder Personen) etwas tun, was möglicherweise nicht mit den Kritikern abgesprochen war. Kommt daraufhin das Projekt, die Idee, das Werk zum Stillstand, wird nicht verwirklicht, dann – siehe oben, geht es wieder los, das Gemotze und Gemeckere, nichts geschähe. Ein Teufelskreis! Und das „schon immer“ und „jedesmal“.

Die absurdesten Diskussionen, unwürdig, widerlich, aus Sicht der Bürger „zum Kotzen“ sind so in der Vergangenheit bis in die Gegenwart geführt wurden. Über Themen, die der Vernunft verantwortlich denkender und handelnder Menschen eigentlich nicht würdig sind. Diskussionen – ja, Demokratie – selbstverständlich, Kontroversen – die Essenz für gute Lösungen! Aber wenn sie einen Mangel an Sachlichkeit haben, werden sie zum Grund, dass sich immer mehr Menschen von der Politik und „den da oben“ abwenden. Frust bis Verzweiflung, man hört es alle Tage allerorten.

Doch vor allem auch umgekehrt wird ein Schuh daraus, und das ist noch viel schlimmer. Kaum noch jemand, schon gar nicht unter den jüngeren Mitbürgern, will „in die Politik“. Parteien sind geradezu vergreist, um es krass auszudrücken. Egal, wie sie heißen, es könnten sinngemäß die ehemaligen, nicht mehr existenten „Grauen Panther“ sein. Nicht, dass bemühte, verdiente, es wohl wollende Politiker damit bezichtigt, beleidigt, beschimpft werden sollen. Genau umgekehrt. Es ist ein geistiges Armutszeugnis für die jüngeren Generationen, dass sie das wertvolle Erbe einer formal funktionierenden Demokratie schlichtweg mit Füßen treten, weil sie es missachten, nicht ausüben, ignorieren.

Zurück zum Städtevergleich. Rom das eine, aber New York? Es gibt erst einmal eine ironische, dann eine sehr seriöse Antwort. Der Joke, beide haben die gleiche Telefonvorwahl, 212. Und ganz im ernst: Erstens ist New York auch nichts anderes als eine Ansammlung von Dörfern, Stadtteilen. Hat also faktisch die gleichen „Schwierigkeiten“ wie Solingen. Wieso hört man – und das kann man auf tausende anderer Städte ausdehnen und übertragen – nichts über deren „innenpolitischen“ Konflikten. Auch in ungezählten anderen Städten liefen und laufen Zusammenschlüsse, „Zwangsvereinigungen“. Warum schaffen die das trotzdem – und wieso reden wir in Solingen ständig drüber? Ein großes Mysterium.

Und wenn man die Solinger Kunstszene betrachtet, dann ist die – jetzt kommt wirklich ein Hammer – kein bisschen schlechter als die in New York. Klar, dort treten mehr Weltstars auf als in der Klingenstein, da sind Größen, die nie nach Solingen kämen. Aber das ist, hochgerechnet und „wenn überhaupt“, fünf Prozent des Kulturbetriebes. Der Rest ist „Normalität“ auf einem Niveau, bei dem Solingen durchaus und locker mithalten kann. Das muss man sich einmal vor Augen führen: Wir haben Qualitäten wie in Weltstätten – und bemerken es mehrheitlich noch nicht einmal.

Und innerhalb der Stadt sind sehr wohl Firmen, die sich auf dem Weltmarkt behaupten oder behauptet haben. Dass hin und wieder mal eine davon pleite geht oder wegzieht, hat nichts primär mit Solingen zu tun. Wir sind nicht, wie immer wieder spöttisch angemerkt, Provinz!

Im Gegenteil, Solingen ist Weltstadt

Klingt kurios, man kann es leicht beweisen. Nehmen wir Berlin, London, Paris, New York. Und legen wir einen Ring um deren Zentren, den wir dann

als „Kernstadt“ bezeichnen. Und legen wir noch einmal eine Dimensionsbegrenzung um die jeweils urbane Zone, also Groß-Berlin, Groß-London und so weiter.

Und vergleichen wir dann City und Urbanität mit Solingen.

Heraus kommt erstaunliches. Von allen vier Welt-Großstädten sind die Kern- und City-Zonen in etwa gleich groß.

Legt man diesen Ring um Solingen, umfasst das einen Raum von Düsseldorf bis in den Süden Kölns, vom Rhein bis zum wunderschönen Oberbergischen. Wir in diesem geografischen, angenommenen und fiktiven flächengleichgroßen Solingen haben 2 City-Flughäfen, DUS und CGN, so viel wie London oder New York und irgendwann in einigen Jahrzehnten auch Berlin (Stichwort: Schönefeld). Wir haben einen sehr berühmten Fluss, den Rhein, so wie auch die genannten Weltstädte einen berühmten Fluss haben. Wir haben jede Menge Grünland, viel mehr, als die anderen Städte haben. Wir haben mindestens drei Opernhäuser, einen der europastärksten Rundfunk- und Fernsehsender, wir haben große Stadien, wir sind eine Medienmetropole, wir sind Freizeitrevier unter anderem mit herrlichen Seen.

Ziehen wir den Großring, rein geografisch, übertreffen wir die Weltstädte. Wer hat schon sechs Opernhäuser, 10 Fußballstadien, wo treten alle Künstler auf, die in Deutschland gastieren (zumindest fast alle). Von Dortmund bis Köln, vom Niederrhein bis fast ins Siegerland – mehr Industrie, mehr Virulenz, mehr Banken, mehr Kunst, mehr Medien, mehr „buntgemischte“ Bevölkerung haben die berühmten Glanzstädte nicht, wenn sie es überhaupt haben.

Wer „in Berlin“ wohnt, hat es meist zeitlich genau so weit zum Flughafen oder Hauptbahnhof, als wenn man in Solingen wohnt. Nur mit dem Unterschied, dass wir in Bezug auf „Groß-Solingen“ mehrere Flughäfen und dutzende Hauptbahnhöfe haben! Von Solingen aus muss man nur drei bzw. vier mal umsteigen, und man ist in Vladiwostok, im Osten Russlands! Solingen-Peking ist einmal Umstieg, ansonsten mindestens Direktverbindungen, auch mehrmals täglich: S-Bahn bis Düsseldorf, dann Flieger oder IC nach Frankfurt a.M., dann Flieger Nonstop. New York: von Solingen aus im Stundentakt erreichbar!

Besser kann man eigentlich nirgends in Europa wohnen als in Solingen. Fast zehn Millionen Menschen im „erweiterten Stadtgebiet“ und trotzdem so viel Grün und Landschaft, dass man sich tagelang verlaufen kann.

Nur: Solingen ist sich dessen nicht bewusst. Es gibt keinen Entwurf eines Masterplanes, der die Idee aufgreift, dass wir eine Welt-Metropolregion sind. Es regiert „Bergisch-Pepita“, klein-klein. Und es macht jede Chance, seine Vorteile in Chancen umzumünzen, im Ansatz zunichte.

Wir stellen uns politisch immer selbst ein Bein

Nun könnte man ja argumentieren, so dürfe man nicht denken, denn die Opernhäuser wären ja Eigentum anderer Städte und die Hauptbahnhöfe trügen andere Namen. Ja, habe ich behauptet, Solingen solle die „einverleiben“, fordere ich, die müssten sich umbenennen? Aber wer verbietet es eigentlich Solingen und Solingern, Düsseldorf als „ihren“ Flughafen zu betrachten und Dortmund-Hauptbahnhof als Reiseplattform zu benutzen,

die man leicht mit „Vorortzügen“ sogar in IC-Qualität von Solingen aus erreichen kann.

Es ist einem Solinger nicht verboten, ein Abo in der Oper Essen, dem Schauspielhaus Krefeld zu haben. Wer in Greater London wohnt, muss oft mühseliger zu einer Kulturstätte fahren! Anderthalb Stunden Anfahrt – wie viele US-Amerikaner und „Umland-New Yorker“ wären froh über so kurze Wege!

Und wenn wir dann auch noch argumentieren, nein, Kommunalpolitik müsse immer im Schatten des Kirchturms enden, allenfalls hätte „das Land“ (Nordrhein-Westfalen) das Recht auf solche überörtlichen Strukturüberlegungen, dann kann man doch, je nach aktueller mentaler Verfassung, nur noch in einen Lach-Flash ausarten, sich auf dem Boden kugeln, nach Luft japsen – oder in Heul- und Weinkrämpfe ausbrechen und Kummers sterben.

Nehmen wir das Kernland von NRW, also das Rheinland und Ruhrgebiet. Solingen liegt ziemlich zentral in diesem Bereich. Nach Ost-Südost schließt sich die „Grüne Lunge“, das Oberbergisches Land an. Alles zusammen genommen leben in diesem Areal rund 8 bis 10 Millionen Menschen – weitaus und viel mehr als jeweils in der Schweiz, in Österreich, Dänemark, Norwegen, in etwa so viel wie in Belgien, Tschechien, Schweden.

Hier leben also so viele Menschen wie in London, New York, Paris, Tokio – und in vielen (uns namentlich kaum bekannten) Städten Chinas. Ein Kreis, wie er hier gedacht ist, und der uns realitätsnah wie „halb Nordrhein-Westfalen“ vorkommt, ist woanders „innerörtlich“. Wir sind uns unseres Metropol-Charakters nicht im Ansatz bewusst.

Nordrhein-Westfalen, ein „Kunststaat“ aus politischer Willkür, nach dem verlorenen 2. Weltkrieg von den Besatzungstruppen geschaffen, hat aus DER preußischen Tradition die Aufteilung in Rheinland und Westfalen übernommen. Es existieren jeweils danach benannte Landschaftsverbände, Mittler zwischen Landesregierung und Kommunen. Warum machen wir nicht zwei „Großstädte“ daraus: eine heißt Rheinland, die andere Westfalen?

Manche ahnen oder wollen wissen, warum das heutzutage nicht funktionieren kann und wird: dann wären viele Politiker „entmachtet“ und sehr vielen gingen Einnahmen verloren. Deshalb haben sie gar kein Interesse daran, Kleinstrukturen abzubauen.

Ich sagte eingangs, diese in dem Script zusammengefassten Gedanken sollen keine Schuldzuweisung sein. Doch je weniger „die Politik“ bereit ist, in größeren Einheiten zu planen und zu handeln, „Regionen“ an die Stelle von Städten und noch kleineren Gemeinden zu setzen, um so schwieriger wird es für Mandatsträger, sich aus der vorgenannten Verdächtigung zu befreien.

New York ist groß und wird gerühmt für seine extrem vielfältige Kultur. Wer kommt da auf den Gedanken, wenn man „die Bergischen Drei“ vereint oder sogar eine rheinische Metropolregion schafft, dies wäre hier weniger der Fall? Das ist schlichtweg absurd, so zu denken – um nicht zu sagen, es ist abgrundtief dumm. Konkurrenz belebt das Geschäft. Wir müssen Wettbewerb im Inneren fördern, nicht Abrenzung im Kleinen betreiben.

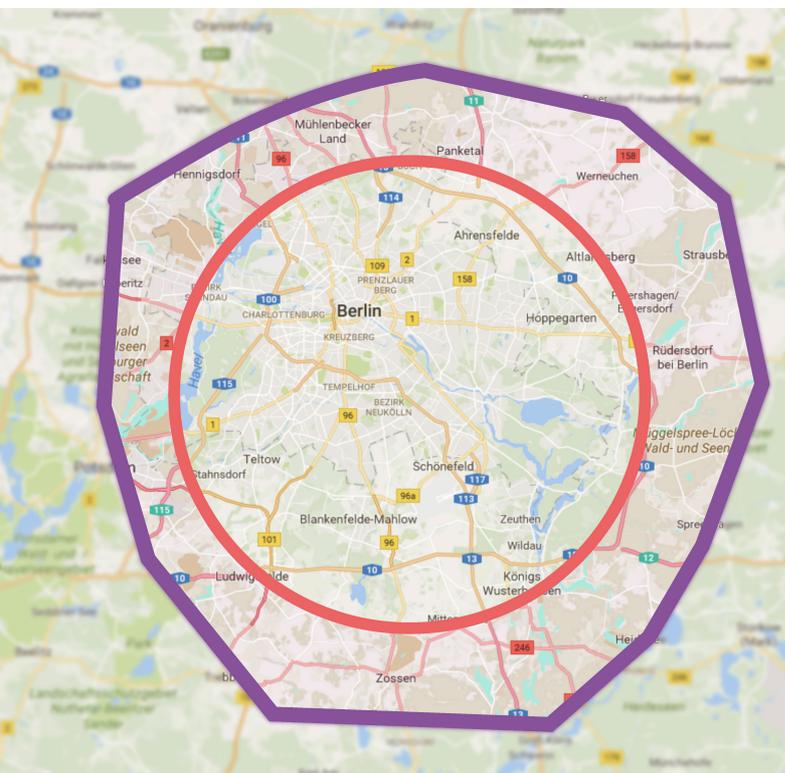
Millionenstadt Solingen

Agglomeration Klingenstadt

Von lat. agglomerare, „fest anschließen“, kommt der Begriff des „Ballungsraumes“ oder „Großraum“, wie es in Deutsch meist übersetzt wird. Im englischen heißt es auch „larger urban zone“; gemeint ist das Umland einer (größeren) Gemeinde/Stadt. Typisch ist dabei, dass die Gemeinden/Städte und ihre Infrastrukturen miteinander verwoben sind. Ob auf verkehrstechnischem oder kulturellem Gebiet, als Wirtschaftsraum oder durch funktionale Aufteilungen der jeweiligen Schwerpunkte oder Siedlungsstrukturen – etwa bei der Verteilung von Wohn- und Industriegebieten. Dennoch bleibt eine politische Selbständigkeit für lokale Angelegenheiten; solche des Großraumes müssen natürlich koordiniert oder im großen und ganzen geplant werden, damit sie effizient sind und Doppelinvestitionen oder sich konkurrierende Situationen vermieden werden – außer denen, die man bewusst herbeiführt oder aufrecht erhalten will, um per interagierender Kreativität Neues zu provozieren.

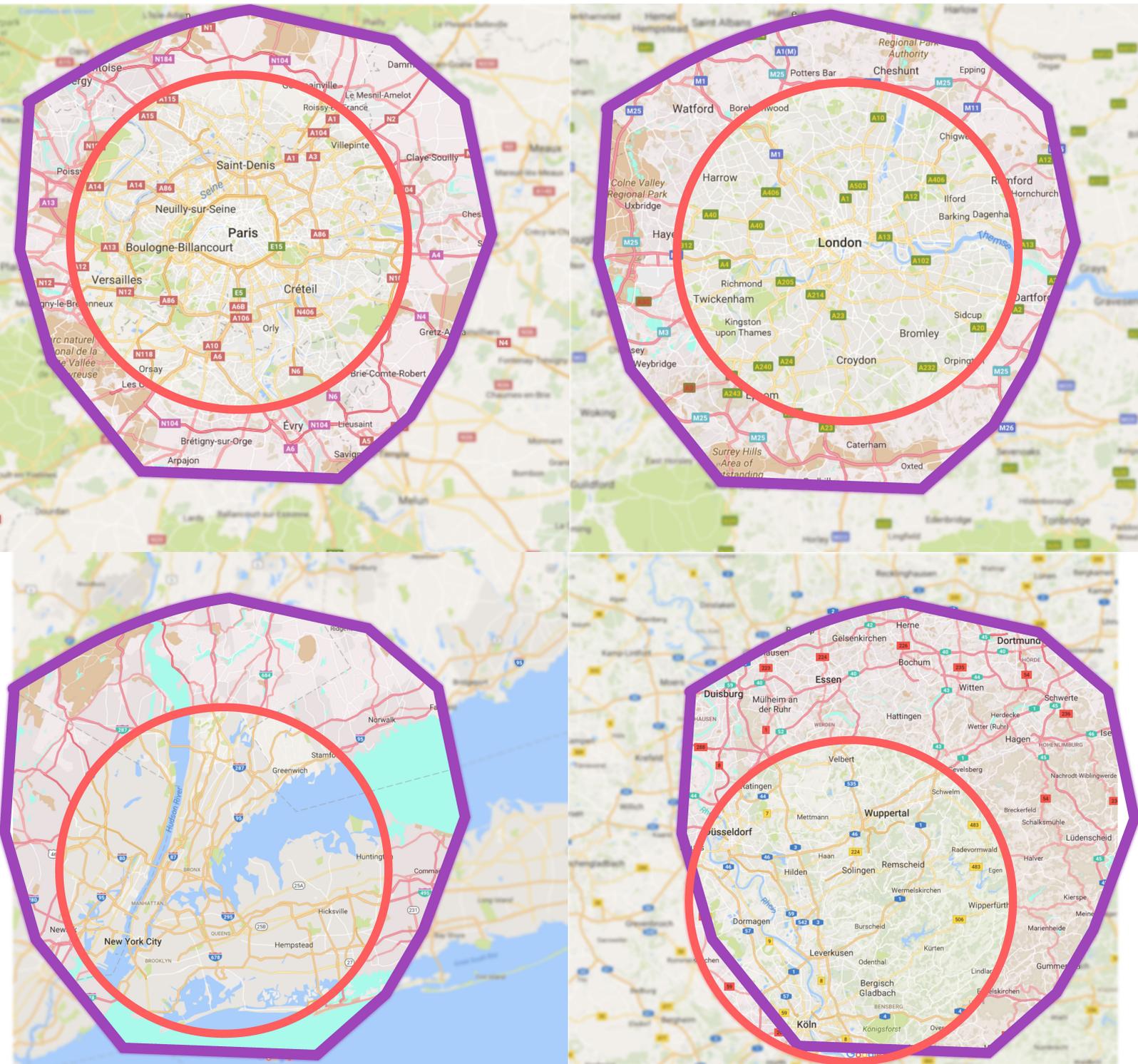
Nehmen wir als deutsche Maxi-Metropolregion bzw. Agglomeration die Bundeshauptstadt Berlin.

jwd – janz weit draußen



Der rote Kreis symbolisiert den Kernbereich der Stadt Berlin, die dunkellila-Linie ist der „Speckgürtel“ um Berlin; überwiegend selbständige Gemeinden oder Landkreise, aber rein strukturell mit Berlin aufs engste verknüpft. Leben – Einkaufen, Freizeit –, medizinische Versorgung, Energie, Nahverkehr, und vor allem natürlich auch Erwerb und Gewerbe, Arbeit und Wirtschaft sind ein völlig verwobenes System in diesem Kreis. Ansonsten aber ist das Gebilde eine urbane Insel umgeben von „plattem Land“ im Sinne von ländlicher, nicht-städtischer Struktur.

In ganz genau gleichem Maßstab passen die „Berliner Ringe“ auch auf London, Paris und New York. Unabhängig von differenter Einwohnerzahl scheint dies eine geografische Größe (Entfernungen) zu sein, die für ein urbanes Leben „machbar“ ist.



Legt man für Solingen diesen Flächenmaßstab zugrunde und betrachtet das Rheinland plus Ruhrgebiet als „Solinger Agglomeration“, dann haben wir plötzlich mehr Flughäfen oder Opernhäuser, mehr Museen und eine vielfältiger eIndustrie, aber auch bequemeren Zugang zu Freizeit, Sport, Bildung (Universitäten, Hochschulen) als die jeweiligen Weltstädte Berlin, New York, Paris oder London oder sind ihnen durchaus ebenbürtig !!! – – Weiß das eigentlich die Welt?

Konkurrenz machen und ausschließen

Aus vielen Beispielen zunächst einmal dies: In den letzten Jahren „kloppen“ sich die Städte Wuppertal und Remscheid, dicht aneinander liegend, eigentlich gemeinsam „Bergisch“, fast ineinander übergehend, wer und ob überhaupt ein Outlet-Center eröffnen dürfte. Der Streit ging vor Gericht. Und Solingen wollte dann als „lachender Dritter“ noch vorweg eins haben; was aber schief ging.

Man will sich also gegenseitig das Wasser abgraben, man ist neidisch, man bekriegt sich buchstäblich bis aufs Messer. Und das in einem Land, das nach außen laut, laut, laut verkündet, es stehe als Musterbeispiel für Integrationsbemühungen in der Welt (dazu später an anderer Stelle mehr und schlimmeres). Integration fremder Kulturen, ja, wir schaffen das! – Und zwei Städte in Nachbarschaft sehen sich als Konkurrenz an?

Das kann man dem „normalen Bürger“ weder vermitteln noch ist der gezwungen, so etwas ernst zu nehmen und (Lokal- und Kommunal-) Politik als seriös zu betrachten. Es ist eine bittere Niederlage für die Demokratie, dass wir in Kleinststrukturen denken, die der „geht mich nichts an“-Stimmung und jungen Menschen der Politik gegenüber im negativen Sinne ebenbürtig ist. Hier zeigen etablierte Kommunalpolitiker in der Summe ein Verhalten, das verabscheuungswürdig ist. Dass ein jeweils Einzelner in die Sachlage eingezwängt ist, und nicht anders handeln kann, mag er sich noch so unwohl fühlen, ist das eine. Dass es der Allgemeinheit schadet, ist das andere.

In Solingen hängt man ähnlichen Gedanken nach. Es ist eigentlich unglaublich, aber leider eine tägliche Posse: Da will man die Innenstädte der City mit Einzelhandelsgeschäften sanieren, obwohl Einzelhandel tot ist. Tot in der Form, wie er früher existierte.

Warum soll Solingen-City eigentlich eine Einkaufsstadt sein? Ich habe noch nie eine Antwort auf diese Frage gehört oder gelesen; ich bin ziemlich sicher, kaum einer hat sich diese Frage jemals gestellt. Was macht das für einen Sinn, hier Einzelhandel (wieder) anzusiedeln. WELCHEN Einzelhandel?

Warum baut man andernorts statt Kleinsthandel eher Outlet-Center, warum boomen sie? Weil Käufer heute in Massen wühlen und aus großen Mengen wählen wollen. Natürlich gibt es die, die das grässlich finden. Allein, es sind umsatzmäßig betrachtet inzwischen so wenige, das sie kaum noch ins Gewicht fallen.

Ja, Hufschmiede haben in Deutschland noch Existenz und gutes Einkommen. Kann man daraus schließen, Deutsche ritten überwiegend mit dem Pferd und mieden Autos? Klar, haben Einzelhandelsgeschäfte, kleine Läden, ihre Berechtigung. Sind es die Läden, die den Bedürfnissen der (weit) größeren Mehrheit gerecht werden? Sind sie Wirtschaftsfaktor, von dessen Wohl und Wehe das Land als gesamtes abhängt?

Wir streiten „wie die Kesselflicker“ darüber, ob es gerechtfertigt ist, ein Symphonieorchester zu finanzieren. Pro Aufführung Zuschauerplatz würde es ein gehöriges Sümmchen Zuschuss kosten. Mit gleichem Recht möchte ich dann hier anmelden, dass ich gegen jegliche Infrastrukturausgabe für den Einzelhandel protestiere, da ich als Bürger nicht bereit bin, den Inter-

essen einer deutlichen Minderheit eine Vorzugsbehandlung einzuräumen. Das ist glasklare Logik – und zeigt, wie „bekloppt“ Politik sein kann.

Ein Beispiel aus der Branche, in der ich mich beruflich getummelt habe. Schon 1990 habe ich als Journalist vehement und permanent darüber informiert, dass gedruckte Bücher rapide und massiv an Stellenwert verlieren, dass die gedruckte Zeitung in Not gerät und überhaupt, das Gedruckte in weiten Teilen aus unserem Leben verschwindet. Ach, welche Proteste gegen meine „lästerhaft“ genannten Worte! Ach, wie wollte man mich für solch einen Blödsinn, wie man meinte, in die Irrenanstalt einweisungswürdig halten. Auch ein in dieser Stadt wahrlich nicht unbekannter Verleger hat darüber gehöhnt und mir vorgeworfen, von seinem Metier keine Ahnung zu haben. Mit stiller Genugtung: Ich habe zu einhundert-kommanull Prozent recht behalten. Leider. Woher ich mir damals schon sicher war? Nun, ich hatte das Glück, die Labors von innen zu kennen, in denen Zukunft technisch konstruiert wurde und wird. Es ist wie beim Wetter. Strahlend blauer Himmel. Der Kenner sieht ein paar Federwolke und prophezeit, man solle beim Spaziergang den Regenschirm mitnehmen. Alle lachen und machen sich leicht-locker-luftig auf den Weg. Und kochen klatschnass, erkältungsgefährdet, zurück. – Die Zeichen der Veränderung zu deuten ist denen fremd, die Angst vor Veränderungen haben.

Das gedruckte Buch sei unverzichtbar, keiner wolle darauf verzichten hieß es einst. Tatsache ist, der Anteil des Bücherdrucks macht gerade mal sieben Prozent vom Gesamtdruckumsatz aus. Mit anderen Worten, würde der wegfallen, käme der Rest des grafischen Gewerbes davon nicht um. Zeitungen haben einen Anteil von rund 10 %; sie sind also längst nicht mehr Kernkompetenz der Jünger Gutenbergs. Digitaldruck boomt, längst spüren die Verleger die Konkurrenz der Do-it-Yourself-Büchermacher. In Zeiten, da buchstäblich alle ein Smartphone oder Pad/PC besitzen (über 90 % aller Haushalte in Deutschland), in denen drei von vier Deutschen täglich und regelmäßig surfen, in denen Online-Handel geradezu explodiert, in diesen Zeiten sind Buchhandlungen zwar schön, wunderschön, aber auch etwas für eine verschwindend (was wörtlich gemeint ist) kleine Minderheit. Und so wird es dem Einzelhandel gehen. Eine nette Marotte. Aber nicht mehr zum Zeitgeist passen. Allenfalls als Nische, elitärer Gegentrend, Refugium für Nostalgiker.

Der Umsatz des Verköstiger-Multis McDonalds und von Skychef, dem Caterer der Deutschen Lufthansa, beträgt jährlich jeweils über 3 Milliarden Euro. Dagegen gibt es in Deutschland ca. 300 im Michelin-Führer genannte Restaurants; macht „pi mal Daumen“ nur ein Zehntel von beiden aus; rechnet man alle anderen Caterer hinzu, kann man sich leicht ausrechnen, wohin Produzenten und der Großhandel liefert und wer „das Sagen hat“. Und im Einzelhandel sind es eben auch nicht die Individualisten, die Schub und Schwung bringen.

Städte leben vom Umsatz, nicht von Ladenlokalen

Städte oder sonstige „Einnahme-Einheiten“ (gemeint sind Steuern) können ebenso wenig wie Wirtschaftsbetriebe vom Geld, das in die Kasse kommt. Und nicht von Idealen und deren wünschenswerte Gemütlichkeit. Der Einzelhandel ist in der Summe (abgesehen von Discountern und einigen größeren Häusern) eine Verkaufsform, die irgendwie vom späteren

Morgen bis zum beginnenden Abend geöffnet hat. Weit überwiegend kann man nur in dieser Zeitspanne einkaufen.

Das ist genau die Zeit, in der die, die das Geld haben, es auszugeben, arbeiten gehen müssen, nicht in der Innenstadt, nicht in und an ihrem Wohnort sind – sondern „irgendwo beim Arbeiten“.

Kommen diese Menschen von der Tendenz her eher später am Abend – dazu ehrlich zugestanden auch noch ziemlich erschöpft – von der Arbeit zurück, macht der klassische Einzelhandel zu (im Gegensatz zu Ketten und Discountern). Man müsste sich eher schon hetzen, um noch einkaufen zu gehen. Von Lustkäufen kann wohl nur noch am Wochenende oder eben dann geredet werden, wenn man in Freizeit ist. Solingen aber ist keine Freizeitstadt, in der man nur so aus Vergnügen durch die City bummelt, zur Erholung. Nach Lust und Laune, zu shoppen, dazu ist Solingen als Stadt von wenigen Ausnahmen abgesehen nun wirklich nicht aus- und aufgelegt. Die wenige Ausnahmen – etwa „vor Weihnachten“ – dürfen da nicht den Blick auf den grundsätzlichen Mangel verstellen.

Bei vielen Diskussionen in Solingen hat man den Eindruck, die Solinger dächten, Online-Käufer sei eine verschwindende Minderheit, irgendwelche seltsamen Wesen, die nicht mit „bürgerlich“ und „Alltag“ und überhaupt „alle Sortimente“ in Einklang zu bringen sind. Welch ein unglaublicher Irrtum.

Einen Trend glatt verpennt

Kommt in der Zeitung, in einer politischen Aussage irgendeines Verbandes, kommunalen Gremiums oder als persönliche Empörung wieder einmal dieser unglaublich dämliche Satz vor, „der Online-Handel macht dem Einzelhandel zu schaffen“ (oder in der Variante „...gräbt ihm das Wasser ab“ und ähnlich), dann muss man den Solinger Einzelhandel (so er nicht Filiale, Kette ist) sagen: Leute, satt gepennt, in doofer Ahnungslosigkeit sich als Nicht-Unternehmer gezeigt, alle Kompetenz verloren!

Keinem einzigen Solinger Unternehmer oder Einzelhändler ist jemals verboten worden, auch einen Online-Handel zu starten. Tausende spezialisierte Geschäfte/Lieferanten haben im Online-Handel mehr als nur ein Zubrot gefunden, viele sind längst Online fest etabliert und verdienen dort ihr Geld. Jeder Solinger Unternehmer, jedes Solinger Unternehmen, hatte und hat das Recht, die Möglichkeit, die Chance, ins Internet-Geschäft einzusteigen. Wer's nicht tut – selbst schuld. ABER BITTE: Mund halten, nicht jammern!

Vielfach habe ich schon in Solinger Geschäften wegen nicht vorhandener Artikel – Art, Ausprägung, Größe ... wichtige Details – die hilflose, jämmerliche Antwort gehört „Nein, haben wir leider nicht da, können wir Ihnen aber bestellen“. Sorry, seh ich wirklich so doof aus, schaue ich so dämlich, als ob ich nicht selbst im Internet bestellen könnte???

Soll ich wirklich noch einmal in die Stadt fahren oder quer durch die halbe Stadt, nur um etwas abzuholen, was mir der Paketdienst ohne Mehrkosten direkt an die Haustüre liefert?

Natürlich kaufe auch ich im Einzelhandel. Im Urlaub. Wenn ich Zeit habe. Wenn ich guter Laune bin und irgendwo. Aber da kaufe ich nicht gezielt, sondern das, „was mich anlacht“.

Dutzende Male habe ich in Solingen das Experiment gemacht, mit einem gar nicht mal so kleinem Betrag in der Tasche durch die Stadt zu bummeln

und bereit, mich zum Kauf verführen lassen. Ein jedes Mal bin ich mit der kompletten Summe nach Hause gekommen.

Bei Amazon oder einem der unzähligen Spezialitätenhändler, ja selbst inzwischen bei Aldi (Trend: hochwertig) kaufe ich grundsätzlich mehr, als ich eigentlich wollte.

Weil sie mir als Kunden das Einkaufen zum emotionalen Erleben machen.

Freude beim Einkaufen in Solingen? Ich will das wirklich nicht ausschließen, aber wenn ich sehe, mit welchen (langen, finsternen) Gesichtern hier die Menschen beim Einkaufen rumlaufen, dann meine ich manchmal, es wären die Masochisten, die an dieser Stadt daran Gefallen fänden. Die, die sich im Mittelalter eigenhändig mit der Peitsche den Rücken blutig geschlagen haben. Gehen Sie einmal durch die Innenstadt Solingen und hören Sie darauf, ob jemand lacht ... - - - ???

Re-invent your business on the web

Ich erinnere mich gut – und mit Grausen – unzähliger, unsäglicher, unseeliger Diskussionen in der grafischen Industrie, als das Internet nicht nur erst in Konturen zu sehen war, sondern Fahrt aufnahm. Wie mit Engelszungen haben wir Journalisten und Dozenten damals „gepredigt“, welche dramatische Auswirkungen dies für die Druckindustrie, die Verlage, Zeitungen, Kataloge „und und und“ haben würde.

Gelacht haben sie, die Drucker, gehöhnt haben die Verleger – auch hiesige. Mit kam es immer so vor, als wären es Scharen Nackte, die mit bloßen Händen eine Armada schwer bewaffneter, panzergeschützter Krieger besiegen wollten – sie waren chancenlos, haben aber darüber gelacht wie die Blöden. Im Endeffekt ist es sogar noch eine Spur schlimmer gekommen wie in dramatischen Szenarien vorausgesagt, denn das Ende des Niedergangs ist noch nicht erreicht. Die Umstellung auf Online geschah bei 95 % aller Betriebe viel zu spät, viel zu zaghaft, viel zu ungeschickt.

Für Betriebe kann man auch den Begriff „Einzelhandel“ setzen. Die meisten Einzelhändler haben schlichtweg nicht die Phantasie gehabt sich vorzustellen, wie schnell sich die Gewohnheiten der Konsumenten und deren Ansprüche den neu geschaffenen Möglichkeiten des Internets anpassen.

Dessen Vorteile sachlich aufgelistet ist zugleich die Mängel-Liste des Einzelhandels – und damit ein stichhaltiger Beweis, warum Einzelhandel und damit „Innenstadt“ in der alten Form wohl nie mehr zurückkehren:

- 24 Stunden geöffnet
- ortsunabhängig (weltweit) verfügbar
- ins-Haus-Lieferung
- fast endlose Vergleichsmöglichkeiten
- keine Bindung an bestimmte Händler
- in der Summe ein „endloses“ Sortiment, selten Lieferengpässe oder Nichtverfügbarkeiten
- durch Foren und Bewertungen inzwischen bessere Beratung als im subjektiven (auf eigene Produkte oder Preisspannen fixierten) Einzelhandel
- skalierbare, oft fast beliebige Qualitäts- und damit auch Preis-Skala
- meist sehr kundenfreundliche Umtauschmöglichkeiten und oft auch Zahlungsalternativen

Persönliche Beratung

Meist zieht sich Einzelhandel auf diese Metapher zurück. Ja, sicherlich, diejenigen, die nicht „mit dem Internet“ umgehen und/oder gar nicht lesen können, mögen da Vorteile drin finden. Aber das sind inzwischen die wenigsten aus der Bevölkerung. Auch hat man vor Jahren noch mit felsenfester Überzeugung behauptet, für ältere Menschen seien die modernen Geräte und das Internet nichts. Zu einer Zeit, da längst die Zähler tickten, dass gerade Senioren (und vor allem ältere Frauen) die am stärksten wachsende Anwendergruppe war – auch da hat der Einzelhandel dramatisch satt gepennt. Man gehe heutzutage dorthin, wo viele Touristen sind: Vor allem ältere, vor allem Frauen sind es, die mit Handys und Tablets fotografieren und WhatsApps senden ohne Ende und sich auf Facebook tummeln.

Persönliche Beratung? Machen Sie doch wirklich einmal den Test und „fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker“ nach dem Zusammenhang von Nebenwirkungen, Nahrung und natürlichen Risiken Ihrer Medikation (vor allem, wenn sie drei, vier und mehr Sorten Pillen nehmen sollen). Schauen Sie in deren entsetzte Gesichter, wenn Sie auf Aufklärung pochen! Heraus kommt – nie und nimmer mehr, als sie auch mit zwei, drei Klicks auf sehr seriösen (weil von Pharmaindustrie, Ärzten, Apotheken betriebenen) Plattformen und Foren im Internet erfahren. Persönliche Beratung? Eine Lachnummer! Oder der finale Versuch des Einzelhandels, seine Kunden für doof zu halten.

Was ja nicht heißt, dass es im Einzelfall gut, sinnvoll, gewünscht und liebens- wie erhaltenswerte Tradition ist. Aber wenn ich abends um 21 Uhr im Gespräch bei einer Party mal schnell wissen möchte, ob es einen Küchenmixer auch mit Batteriantrieb gibt, wieviel so etwas kostet und ob das auch beim Campingurlaub mit Solar aufgeladen werden kann – ja, dann gehen Sie doch mal zum Solinger Einzelhandel und fragen! Im Internet brauche ich drei Minuten, und ich weiß es.

Wozu brauche ich Einzelhandel? Selbst die Märkte, die immer mit Frische und Bio und persönlich argumentieren, verlieren an Glaubwürdigkeit, weil dies Handelsketten und Discount-Riesen inzwischen auch tun – und oftmals im Detail viel besser machen. Online-Frischedienste liefern über Nacht. Schneller ist auch kein Markthändler!

-- Beispiele aus eigener Küche:



Integration. Gescheit, aber gescheitert

Rund ein Drittel der Solinger Bevölkerung ist irgendwie nicht-deutsch und oft gefühlt (immer noch) „fremd“. Die größte nationale Gruppe sind Türken. Sie haben inzwischen selbst ein an ein Ghetto erinnerndes Cluster errichtet, und das links und rechts des Rathauses. Dieses ist nun eingequetscht in türkische Geschäftszeilen.

Solingen bemüht sich ernsthaft, intensiv, ehrlich, vielfältig um Integration. Das hängt auch mit dem zum Symbol gewordenen Brandanschlag 1993 auf das Wohnhaus an der Unteren Wernerstraße zusammen. Wenn man einer Stadt keinen Vorwurf macht, sich bis an die Grenzen des zur Finanzierung Möglichen anzustrengen, dann Solingen; dies wird in Deutschland meiner Beobachtung nach so auch anerkannt.

Allein, viele der Türken (deutlich gesagt: Wahrlich nicht alle) scheinen dies weder zu wollen noch einen Sinn darin zu sehen. Pikanterweise ist eine der extremsten Moscheen Deutschlands, die nachweislich „Brutstätte“ für IS-Kämpfer war (inzwischen mit ziemlich viel Polizei und massivem politischen Druck wohl ‚stillgelegt‘), in unmittelbarer Nachbarschaft, symbolisch gesehen in Sichtweite des Rathauses und des Integrationsbüros.

Die türkischen Gaststätten sind gut besucht. Ich habe jedoch, in all den Jahren, in diesen Gaststätten keine „Einheimisch-Deutsche“ gesehen oder Afrikaner, Asiaten, noch nie Italiener. Darf man fragen: Türken wollen Deutsche oder andere Nationalitäten nicht integrieren, oder? Offen wird darüber gesprochen und berichtet, welcher Riss durch die türkische, in Solingen wohnende Bevölkerung geht, seit Despot Erdogan das Land in die Diktatur geführt hat. Innertürkische Gesinnungskämpfe „unter der Decke“ – abgeschirmt von der deutschen Öffentlichkeit. Da sind diejenigen unter den türkisch-stämmigen, oft mit doppelter Staatsbürgerschaft („auch-deutsch“) oder solo-deutschen Kultur- und Religions-Türken, hoch zu loben, die ein gern akzeptierter Teil der Solinger Stadtrealität geworden sind. Vor allem eine Reihe von Läden sind auch für urbergische Kunden attraktiv. Wie es hinter den Kulissen aussieht, fragt ja doch keiner, weil man sicher ist, es niemals zu erfahren. Insofern ja, könnte man dies Integration nennen. Aber besonders hoch aufhängen muss man es eigentlich nicht, denn so etwas gab es zu allen Zeiten in allen Ländern und heute weltweit in unzähligen Städten als völlig normales Alltagsgeschehen. Also, so etwas besonderes ist es nicht, eher etwas unaufgeregt völlig normales, wenn in einer Stadt sich „die Völker mischen“, oder die Religionen, Kulturen, Sitten und Gebräuche.

Es gibt ein türkisches Restaurant, das bei Deutschen beliebt ist. Man geht dort viel und gerne hin. Aber es liegt eben nicht dort, wo die Konrad-Adenauer-Straße zum Boulevard für türkische Cafehaus- und Friseur-Kultur wurde. Es ist also eine Realität, dass erstens Solingen auch eine „internationale Stadt“ geworden ist (in der Wahrnehmung und Beurteilung vieler Ur-Solinger) und andererseits die verschiedenen Kulturen eine vollkommen akzeptierte Additive im Stadtleben. Integration „gescheit gemacht“ und „trotz Bemühungen gescheitert“ sind also gleichzeitig vorhanden.

Nochmals, diese Stadt Solingen, Rat und seine Gremien wie auch die Verwaltung, kümmern sich intensiv um Integration. Viele Vereine, sehr viele, tun dies in einem so hohen Maße und mit solchem Engagement, dass jegliche Kritik davor nur angebracht wäre, wenn es um wirkliche Fakten gin-

ge, die man verbessern könnte. Nein, das alles verdient Lob und Anerkennung. Es ist stetig und intensiv. Vor allem, als „die Flüchtlingswelle“ kam, hat es hier Hilfen und ein Bürgerschafts-Engagement gegeben, das vorbildlich war. Solingen ist also alles andere als „fremdenfeindlich“; auch wenn das düstere Klischee vom „Solinger Brandanschlag“ mit dem konstruierten braun-fremdenfeindlichen Hintergrund immer noch durch die Medien spukt.

Nur bewirkt gewollte und „verordnete“ Integration eher wenig, vielleicht sogar in der Summe „nichts“. Diejenigen Menschen, die sich in Solingen integriert haben, nachdem sie aus anderen Ländern hier ansässig wurden, haben dies zu einem überwiegend großen Teil auch außerhalb dieser Aktivitäten, in der Regel vollkommen aus eigenem Antrieb getan. Solingen hat derzeit weder ein „Ausländer-“ noch ein „Türken-Problem“. Viele Menschen vieler Nationen sind inzwischen so selbstverständlich Solinger und Teil des Solinger Lebens, dass es derzeit null Diskussionen darüber gibt.

Was aber nicht im Gegensatz dazu steht, dass es auch eine durchaus beachtliche Gruppe von Menschen gibt, die nicht integrationswillig oder integrationsfähig sind. Mit diesem Widerspruch muss man fertig werden. New York wird es ja auch, und mit dem wollen wir uns ja vergleichen, nicht wahr?!

Nur können wir nicht erwarten, dass viele der Migranten, die hier leben, auch ein Interesse daran haben, den Einzelhandel in der Innenstadt zu beleben – es sei denn, die von ihnen gegründeten und geleiteten bzw. betriebenen Läden leben von geringer Miete. Diese „Bazar-Mentalität“, die man im Urlaub doch so liebt, wird in dieser Stadt als Bedrohung angesehen. Eine pure Schizophrenie. Da fahren Deutsche, auch die Solinger, irgendwohin in Urlaub, wo es möglichst billig ist und kaufen dort, wissend, dass es Plagiate sind, die billigen nachgemachten Klamotten mit den geklauten Designs und Labels internationaler Marken. Man rast in die Supermärkte, um das Sonderangebot zu erhaschen.

Wenn aber dann in der Stadt statt hochpreisigem Einzelhandel die 1-Euro-Shops, die billigen Türkenfriseure, die nervigen Handy-Läden, die Discount-serve-Yourself-Bäckereien, die Tand- und Trödel-Läden mehr werden, dann setzt das große Klagen ein. In der Presse, der Politik, der Bevölkerung.

1/5 der Solinger (Kinder eingeschlossen) gelten als arm. „Wohlhabend“ mag ein Drittel der Bevölkerung sein. Woher, bitte, soll denn das Geld kommen, wo, bitte, sollen denn die Kunden sein, die hier jeden Tag und unentwegt in hochwertigen Boutiquen Klamotten und Allerlei kaufen? Wo ist in Solingen das Klientel, welches eine Innenstadt mit illustren Läden in großer Zahl „ernähren“ könnte? Wo ????

Wieso schwafeln dann Politiker immer wieder und immer noch von einer Reanimierung der Innenstadt mit einer Geschäftsstruktur, für die es gar keine Bewohner, keine Bevölkerungs-Infrastruktur in Solingen gibt? Sind die blind? Weiß einer eine andere Antwort als „ja“??? Mich erschreckt es, wenn vor allem idealistischen Parteien zugehörige Gerneschwätzer Sprüche kloppen, die mit der erkennbaren oder schnell ermittelbaren Realität kaum bis nichts mehr zu tun haben.

Aber ich gebe denen nicht die (alleinige) „Schuld“. Schuld sind wir, die Normal- und Durchschnittsbevölkerung, weil wir zu faul und zu arrogant

sind, uns selbst die Mühe zu machen, politische Posten zu besetzen, damit sie nicht von den von uns verachteten politischen Nullnummern besetzt werden. Nicht die sind das Problem; das Schweigen und die Teilnahmslosigkeit der so genannten Bürgerlichen Gesellschaft ist das Kernproblem.

Politologen und Historiker sind sich einig, diese Konstellation „hat Hitler ermöglicht“. Mir schwant, es könnte auch eine nächste dramatische Umwälzung in diesem Land verursachen. Früher oder später.

„major shifts“ – grundlegende Veränderungen

Drei generelle Trends und massive Veränderungen werden für deutsche Städte, also auch Solingen, von zentraler Bedeutung sein.

Sich auf diese – und eben nicht auf die Vergangenheit – einzustellen ist Aufgabe einer zukunftsgerichteten Marketing-Strategie, um das Produkt „Stadt Solingen“ lebensfähig zu halten.

Erstens: soziodemografische resp. ethno-kulturelle „Neu-Durchmischung“ der Bevölkerungsstruktur

Im Laufe des Wachstums deutscher Städte und überhaupt der politischen Landkarten, der Geschichte Europas hat es diese „Wanderungen“, also Migration, Emigration und Immigration (Aus- und Einwanderung) schon immer, fast sogar permanent gegeben. Diese waren um so konfliktärmer, je weniger es dabei um religiösen Fundamentalismus, um Kirche und Glauben ging. Und umgekehrt – aus diesem Grunde ist es ja gerade die Religion (des „Hardcore“-Islams), die ganz generell in der deutschen Mix-Kulturgesellschaft zu zunehmenden Spannungen führt. Nicht das private Ausüben von Religion ist das Problem, sondern die willentlich (und oft vordergründig bis perfide-falsch) mit Religion verknüpften aggressiven politischen Brandstiftungen machen uns zu schaffen.

Wie Frage, wie wir denn als Gesellschaft in absehbarer Zukunft mit dem Mix der Religionen umgehen wollen, wird – weil extrem brisant bis explosiv – fast durchweg „unter den Tisch gekehrt“. Man lässt das Thema am besten unangetastet; das jedenfalls ist das Signal, das auch vom Schweigen Solinger Kommunalpolitik ausgeht (einzelne Personen, Politiker, sind von dieser Lethargie ausgeschlossen; sie sind engagiert pro Toleranz unterwegs. Aber sie sind in der Minderheit).

Zweitens: Wir erleben einen epochalen Wandel im Bereich des städtischen (Einzel-) Handels

Dies wiederum hängt mit Erstens und Drittens zusammen, mit der Inhaber- und Verkehrsinfrastruktur der Innenstadt und mit einer zunehmend im Durchschnitt älter werdenden Bevölkerung. Ältere Menschen geben ihr Geld schwerpunktmäßig eher in Hobbies, Reise oder notwendigerweise der Apotheke aus, aber weniger für Mode oder Elektronik und sonstigen Einzelhandelsfachgeschäften; Essen kommt manchmal auf Rädern, gegessen wird beim preiswerten Mittagstisch oder man kauft es dort, wo man auch den Rest für den Haushalt bekommt, nämlich beim Discounter.

Drittens: Industrie 4.0 wird vehement umfassend Realität, 5.0 (die Virtualisierung) steht vor der Tür und ist keineswegs ferne Zukunft.

Solingen als Stadt ist das Produkt des Wachstums und der Infrastruktur einer damaligen Mono-Industrie, der Herstellung von Schneidwaren vielerlei Art, Bestecken, Maschinen. Wenn sich die Arbeits- und Organisationsbedingungen der industriellen Fertigung – personeller Einsatz eingeschlossen – ändern, dann muss das zwangsläufig auch Auswirkungen auf Stadt als Arbeits- und Wohnort und/oder ihren Standortfaktor haben.

Zu den Themen im folgenden weitere Details.

„Wat woll'n die hie?“

Statt Chance wird die kulturelle Gemengelage eher als Problem gesehen

Eine globale Welt ist keine Einbahnstraße. Nicht nur, dass man von einem Ort (nehmen wir an, Solingen) aus „in die Welt hinaus“ kann – nein, dazu gehört auch, dass die Welt nach Solingen hineinkommt – und manche meinen ängstlich zu fühlen, hineindrängt. Mit der Globalisierung war und ist nicht nur Handel „mit und zwischen aller Herren Länder“ gemeint, sondern auch eine gigantische Völkerwanderung. Beiläufig haben wir zur Kenntnis genommen, dass zum Beispiel in der EU Siedlungs- und Niederlassungs- bzw. Handelsfreiheit gilt. Die Italiener und Griechen sind uns ja schon alleine wegen der Pizza und dem Gyros ganz sympathisch – aber mit den Türken hat da so mancher seine Probleme. Was auch umgekehrt gilt.

Viele Ex-Türken, vor allem Kinder in der zweiten oder dritten Generation, sind völlig normaler, total identitärer, sozusagen unaufgeregter Teil der Solinger Bürgergesellschaft. Abgesehen davon, dass Deutsche wohl nie lernen, türkische Namen auszusprechen, kommt man gut miteinander zurecht – oder sollte man sagen: Aneinander vorbei?

Die „Vermischungszonen“ sind auch trotz enorm hohen Anteil türkischstämmiger Bürger oder solche mit türkischer Nationalität resp. doppelter Staatsangehörigkeit (in Solingen über 10%) recht rar. Eigentlich kommt er über eine einzelne Gaststätte und ein paar wenige Einzelhandelsläden kaum hinaus. Seit Erdogan die Türkei diktatorisch spaltete, ist das Misstrauen gegenüber allem türkischen und allen Türken eher gewachsen. Der Stadtbezirk Mitte ist eigentlich ein „türkisches Viertel“, während Ohligs auch sich selbst zuweilen als italienisches/sizilianisches Dorf wahrnimmt.

Verzweifelte Reparaturarbeiten

Solingen ist bundesweit anerkannt als eine Stadt, die offiziell und faktisch, mannigfaltig viel für Integrationsmaßnahmen tut. Ich sage Maßnahmen, weil eine Maßnahme – ein Event, eine Veranstaltung, eine kleine Gruppe von ehrlich Bemühten und unentwegten Optimisten – alleine und automatisch ja noch nicht durchgeführte, gelungene Integration ist.

Die Anstrengung hat auch mit dem bundesweit, sogar weltweit für erdbebengleiches Aufsehen provozierenden Brandanschlag 1993 zu tun, bei dem in einem Haus fünf Menschen starben und 15 Menschen teils lebensgefährlich und entstellend verletzt wurden.

Von beiden Seiten – der Opferfamilie wie auch der offiziellen Seiten der Stadt Solingen – folgten Bemühungen der Versöhnung, an denen sich jede Kritik verbietet und die höchstes Lob verdienen. Allein, über kurzfristige Emotionen und eine Art Selbstberuhigung gingen sie in ihrer Wirkung kaum hinaus – abgesehen von persönlichen Einzelfällen, aber es sind derrer eher wenige.

Jährlich gibt es ein nettes Fest „Kultur braucht Vielfalt“, das schon vom Wording her offenbart, wir man gedanklich das Pferd von hinten aufzäumt.

Wer zählt die Völker, nennt die Namen, die gastlich hier zusammenkamen ... ?!

FRIEDRICH VON SCHILLER (1759-1805): „Die Kraniche des Bykus“

„Kultur ist Vielfalt“ oder „Vielfalt der Kulturen“ wäre die programmatischere Variante. „Kultur braucht Vielfalt“ klingt so, als müsse man die Vielfalt erst schaffen oder der Kultur zu diesem Recht verhelfen. Wieso? Sie ist doch längst Realität! Und das seit Jahrzehnten in Solingen.

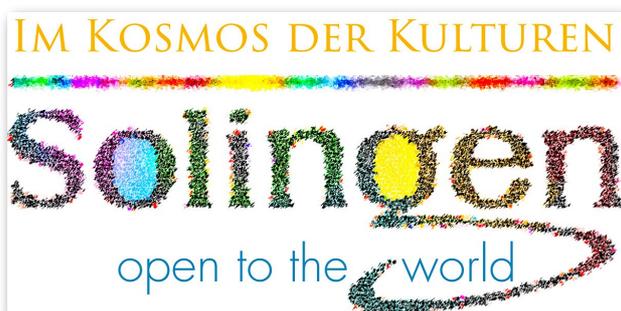
Wieder einmal kommt die Selbsthemmnis Solinger Politik extrem stark zum Ausdruck: Man strebt Ideale an, statt das Gegebene als Basis zu nutzen und es zu fördern.

Mag sein, dass dies auch die erklärte Absicht von Rat und Verwaltung ist, wahrgenommen wird sie in der Öffentlichkeit nicht. Denn für eine wirklich Unterstützung der bestehenden kulturellen Vielfalt, für eine Aktivierung von Kunst und Kultur – fehlt schlichtweg Geld. Das wenige, was läuft, kann man als ein Fördern auf Sparflamme bezeichnen. Die Bürger können den Spruch „die Stadt hat kein Geld“ nicht mehr hören und wenden sich innerlich ab.

Mir ist völlig klar, dass es Äpfel mit Birnen verglichen ist, wenn man sagt, hier wird für Asylbewerber in kürzester Zeit eine Infrastruktur geschaffen und die Anfrage einer Künstlergruppe, tausend Euro Zuschuss zu erhalten, geht mit schalen Worten leer aus. Aber wie macht man das einem potentiellen AfD-Wähler klar?



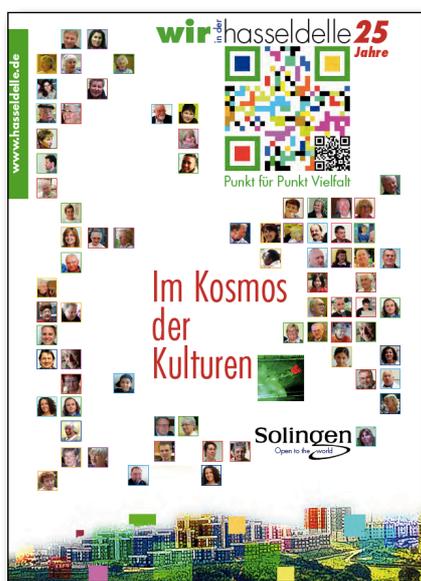
Solingen: CultureCity #1



Der einzige Weg, der mir einsichtig ist, Integration (zu diesem Wort an anderer Stelle detaillierte Bemerkungen) zu fördern ist, Solingen wesentlich stärker als bisher als kosmopolitische Kulturstadt zu fördern.

Denn Solingen mag in vielem „Provinz“ sein, in einem ist sie es wahrlich nicht: Im Bereich von Kunst und Kultur.

Da muss sie sich nicht vor anderen Städten verstecken, hier brodet eine Kreativität, die ist in New York auch nicht intensiver, wenn auch vielleicht numerisch umfangreicher.



„Auf der grünen Wiese“ entstand die Siedlung Hasseldelle. Das mit dem Grün lieben die Bewohner bis heute, zumal auf den Wiesen Wälder wuchsen. Dass es eine „Satellitenstadt“ war, stört manchen bis heute. Weil die Infrastruktur einfach nicht stimmig war und ist. Deshalb galt die Siedlung vielen Solingern seit Anbeginn als „Klein Manhattan“. Ein Stigma, das sie nie so richtig los werden konnte. Dabei ist es wirklich nicht wahr. Sicherlich, da wo Sozialwohnungen und „Einquartierungen“ stattfinden, herrscht nicht nur eitel Freude und Sonnenschein. Aber der Mix – „bürgerliches“ Wohnen, Eigentumswohnungen, Eigenheim-Bungalows – hat sich als Stabilisierungsfaktor absolut bewährt. Auch wenn nicht alles ideal ist.



Leben, um zu arbeiten. Arbeiten, um zu (über)leben.

Mit den Auswirkungen der Industrie 4.0/5.0, nämlich der Ent-Personifizierung von Produktionsabläufen (Roboterisierung) und der durch Netze ermöglichten rasanten Dezentralisierung beschäftigt sich die Stadtgesellschaft noch überhaupt nicht. Dabei wird es gravierende, „erdrutschartige“ Auswirkungen auf die Arbeits- und Einkommensstruktur haben. Keiner hat auch nur den Schimmer einer Vorstellung davon, was wir machen, wenn demnächst im industriellen Bereich keine „Arbeitenden“ mehr benötigt werden (oder nur noch in geringem Umfang). Sind wir bereit, eine totale Servicegesellschaft zu werden und Müßiggang als Lebensinhalt zu sehen. Ist Sozialhilfe schon ein gutes Modell für eine gar nicht so ferne Zukunft des überwiegenden Teils der Bürger?

Politiker „können“ gar nicht Zukunft, da ihr Betrachtungs-, Bemühungs- und Erwartungshorizont nach Einschätzung aller seriösen Zukunftsforscher „maximal eine Legislaturperiode oder einen Wahlkampf lang“ beträgt. Zukunftsgestaltung „der Politik“ zu überlassen ist daher so klug, wie auf dem Sterbebett ein zigsemestriges Studium zu beginnen.

Industrie 4.0

Ein alter Hut. Seit 100 Jahren unverstanden.

Kommt davon, wenn man Kybernetik nicht erst nimmt.

Als Wort ein Hype, als Szenario eine scheinbare weltuntergangsgleiche Bedrohung. Ist jetzt das Ende des arbeitenden Menschen gekommen. Überrollen uns Computer? Sind es die neuen Medien, oder die Handys, oder das Internet und überhaupt – was ist denn Industrie 4.0?

Ein Begriff, der so sinnleer (um nicht zu sagen blödsinnig ist) wie manches, das aus modischen Gründen gerade mal hip ist. Die ständigen Upgrades der Software waren irgendwann mal Vorbild für eine Zählung weiterer epochaler Sprünge – wobei die Spanne einer Epoche von einst mindestens Jahrzehnte auf oft nur wenige Jahre geschrumpft ist.

Industrie 4.0 hat auch einen anderen Namen, der könnte hilfreich sein, für die meisten verwirrt er jedoch noch mehr:

Das Internet der Dinge.

Gemeint ist etwas, was es heute schon längst gibt, jedoch von nicht analytisch denkenden Menschen nicht wahrgenommen wird:

Auf der Basis einer Vernetzung (egal, wie diese digital-elektronisch und funktional-technisch aussieht) werden Informations- und Sensor-Impulse bzw. -Werte mittels Software (also festen Algorithmen, definierten Regeln) zu „Befehlen“ für Aktionen: „Roboter“ bewirken irgendetwas, sie „tun“, was sie laut Programm tun sollen.

Jede Waschmaschine, die man heute kauft, ist Industrie 4.0 und Kybernetik, ein selbstregelndes System. Schon lange. Und jedes Flugzeug, dem man sich anvertraut, auch – oder der IC-Steuerkopf bei der Bahn. Ach ja, jedes seit 10 Jahren gekaufte „stinknormale“ Auto übrigens auch: Da greift kein Mensch mehr ein, um die Feinsteuerung der Antiblockierbremsen vorzunehmen, das geht im Hundertstelsekunden-Takt vollautomatisch.

Nur: derzeit muss man den Fuß auf einen Hebel setzen, um die Bremse auszulösen. Industrie 4.0 schlägt vor, dass dies ein Sensor oder viele davon machen. Das selbstfahrende Auto eben. Was es übrigens auch schon ziemlich lange gibt: als Transportwagen bei Güterumschlagplätzen (z. B. Containerhäfen) und in Regallagern und dergleichen. In jeder modernen Apotheke auch, wo schwuppdiewupp das Medikament durch ein Rohr herangerauscht kommt.

Hinter allem steht die Idee und der Begriff der Kybernetik – der „Herrschaft des Steuerns“.

Auf gut deutsch: Wer hat das Sagen, um einen Befehl auszulösen. Vor allem aber, Kybernetik ist nichts Technisches; die intellektuellen Diskussionen der 70er Jahre des vorigen Jahrhunderts haben den Begriff deshalb mit großem Enthusiasmus durchdekliniert – aber wer denkt und diskutiert heute noch intellektuell? Erst 40 Jahre her – und schon wieder vergessen. Damals, es klingt makaber, war man geistig viel weiter mit Industrie 4.0 als man es heute ist.

Kybernetik gilt auch für Vogelschwärme und Volkswirtschaften, für Mode und Kriege, für jeden Garten, Wald, Wiese oder sonstige Biotop; für Regierungen und Parteien, Religionen und andere gesellschaftliche Strömungen. Wer hat das sagen? Wer sagt dem Fisch- oder Vogelschwarm, ob rechts- oder linksrum? Keiner! Der Schwarm steuert sich selbst. Und, ach nee, ach ja, siehe da: Derzeit fabulieren selbsternannte neunmalklugen Unternehmensberater-Gurus über Schwarm-Intelligenz von Unternehmen. So'n Stuss aber auch, weil jedes Gebilde von mehr als einem Ding war schon immer Schwarm – ein Pingpongspiel der Anstöße zu Aktivitäten. Kann ja sein, dass in einem Biotop (im Garten, im Wald) sich die eine Pflanze(nart) gegenüber anderen durchsetzt – doch ohne deren Anwesenheit oder Vergehen, ohne unglaublich komplexe chemische Regelkreise wäre die dominante niemals eine solche geworden. Das gilt auch für Regierungen und jedes wirtschaftliche Unternehmen, jede Organisation: Aufstieg ist immer nur auf den Schultern anderer möglich.

Nur hat sich eben die Technik insgesamt so verändert,

dass im Sinne von Kybernetik (Herrschaft über Steuerungs-Impulse) eine in der Tat grundlegende Veränderung eintreten kann. Galt mehrheitlich bislang der Grundsatz, Menschen seien die letztendlichen Entscheider, so kann man nun die Entscheidung – – wollten Sie gerade sagen, Computern übertragen?

Welch eine tragische Blindheit! Denn mindestens noch einige Jahrzehnte werden wir definitiv nicht die sich selbst programmierenden „Roboter“ und damit Software, Computer haben. Das, was programmiert wird, stammt (jetzt und noch lange) aus Gehirnen lebender Menschen oder Aufzeichnungen verstorbener. Insofern reagieren alle Computer total „human“.

Nur die Art oder die Orte, die „Herrschaft“ der menschlichen Impulsgebung haben sich verändert. Grundlegend – so dass wir es fast wie eine 180°-Wendung empfinden. Beispiel: Ein Flugzeug fliegt durch unruhiges Wetter, der Pilot „rudert“ am Steuerknüppel; diese Impulse werden zu Sensoren und Motoren übertragen, längst nicht mehr durch Seile direkte, sondern digitale Impulse indirekt. Aber es bleibt: Der Pilot gibt das Kommando (vor), die Maschine führt aus. Dies gilt oder galt im übrigen so eigentlich für alle Maschinen und maschinelle Systeme, egal, was ihre Funktion ist.

Nun aber sitzen Hunderte von Fachleute, unter ihnen Piloten, zusammen und definieren, wie ein Flugzeug reagieren soll, wenn es durch schlechtes Wetter fliebt. Hier nennt man es dann „Programmieren“, der relativ normale, selbstverständlich scheinende Ausdruck dafür ist übrigens Lehren & Lernen. Auch in einem (guten) Unterricht gibt der Lehrer Regeln vor, was wann wie richtig sei, und Schüler lernen es. Ersetzen Sie „Schüler“ durch „Software“, und sie haben für den Rest Ihres Lebens Kybernetik plus Industrie 4.0 verstanden.

Industrie 4.0 meint, es werden Regeln, die sich Menschen ausdenken, der Software und damit den Maschinen, Robotern, komplexen „biotopischen industriellen Systemen“ regelrecht beigebracht, eingepaukt – programmiert! Die Intelligenz einzelner Fachleute wird – siehe Schwarmintelligenz – gebündelt und verstärkt Programmen auf den Weg gegeben.

Nun sitzt der Pilot gemütlich und regungslos im Cockpit, die Maschine arbeitet völlig souverän selbst schwerstes Wetter ab. Und wozu sitzt der Avionaut noch vorne? Nur aus dem Grund, damit die Passagiere keine Angst haben. Denn im Notfall besteht ohnehin null Chance auf Eingreifen durch Menschen, das zeigen die Untersuchungsergebnisse fataler Crashes gleich reihenweise.

Seinen Sie doch froh, dass Ihre Waschmaschine weiß oder selbst herausfindet, wie die Hemden zu waschen sind. Sonst blieben sie schmutzig oder schrumpfen, knittern. Warum müssen Sie unbedingt selbst herausfinden, dass der Joghurt im Kühlschrank alle ist und die Babywindel voller Nässe? Lassen Sie das doch Industrie 4.0, Sensoren, Robotern, selbststeuernden Systemen, Informations- und Kommunikations-Cluster selbst machen – nebst entsprechender Reaktion: Fernsehprogramm unterbrechen, Banner einblenden: „Baby wickeln!“ – Postbote klingelt, die neue 12er Packung Joghurt ist da, obwohl Sie noch gar nicht entdeckt hatten, dass ... – und nicht anders, auf allen Gebieten, vor allem komplexen, „geht“ Industrie 4.0.

Muss man Angst davor haben, nun arbeitslos zu werden?

Es ist nicht zu beobachten, dass Frauen nun massenhaft vor Langeweile sterben, nur weil sie seit einigen Jahrzehnten die Wäsche in einem Zehntel der Zeit erledigt haben als noch Jahre zuvor. Es ist nicht eingetreten, dass Männer auswandern, nur weil sie nicht mehr 60 Wochenstunden am Hochofen stehen, sondern nominell 40 Stunden im Büro sind (was soviel heißt wie permanent 60 Stunden unterwegs). Will sagen: Es wird doch keiner arbeitslos, nur Art und Sinn, Inhalt und Nutzen von Arbeit verschieben sich sehr radikal, fundamentär, rigoros und vehement.

Nachdem Maschinen die Überwachung von Menschenleben auf medizinischen Intensivstationen übernommen haben, kann man einen Fehler machen oder human sein. Der Fehler: Nun kann ein Arzt und eine Pflegeperson drei-, vier-, sechsmal so viele Patienten betreuen. Womit Ärzte und Pflegepersonal „überflüssig“ werden. Oder man kann die Arbeitsentlastung als Chance sehen, endlich zu tun, was „auf der Strecke geblieben ist“: psychologische Betreuung von Patienten und Angehörigen, viel bessere physiologische Konditionierungen im Genesungsprozess.

Wer in der Produktion Personal spart, hat es für Service übrig – das ist die Generalformel, die hinter allem (in Verbindung mit Industrie 4.0) steckt. Das ist eine Frage von Konzept und Moral, von Cleverness und Weitsicht. Insofern ist Industrie 4.0 eine Befreiung von sklavischer, eintöniger, belastender Arbeit und Schaffen von Freiräumen für Kreativität und (wieder mehr) unmittelbare Kontakte und total entspanntes Arbeiten – so man es will oder noch kann, weil man über Jahrzehnte selbst zur dumpfen Arbeitsmaschine umerzogen wurde. Als makabres Bonmot ergibt sich daraus: Vor Industrie 4.0 haben alle Angst, denen klar ist, dass sie nichts können, was nicht auch eine Maschine, eine Software, eine Steuerungseinheit mit Sensoren, Chips und Drähten könnte.

Doch wer kreativ ist, phantasievoll, offen für Neues und neugierig, was man noch alles erreichen kann, wenn man nicht durch Arbeiten daran gehemmt ist, für den ist Industrie 4.0 das Paradies. Weil alle Phantasie dann in einem höheren Maße als bisher in Realität verwandelt werden kann. Weil man als einzelner in der Lage ist zu erreichen, wozu es ehemals vieler bedurfte. Man hat immer mächtigere „Waffen“ im Sinne von Werkzeugen, die mehr können, als Geist und Körperlichkeit einer einzelnen Person bewerkstelligen könnten. In Kombination mit heute verfügbaren gigantischen Innovationen – genannt seien als Beispiele die Medientechnik und 3D-Proto-Modelling (bekannt als 3D-„Drucken“) – lassen sich damit Dinge machen, die niemals zuvor möglich waren. Eine total gigantische Chance !

Industrie 4.0 ist nicht neu. Doch die derzeitige Hysterie zeigt (wieder einmal), was passiert, wenn man schleichende Entwicklungen und scheinbar exotische Themengebiete schlichtweg über Jahrzehnte ignoriert. Dann wird man davon eines Tages total überrannt. Nicht Industrie 4.0 ist die Bedrohung, vor der wir stehen, sondern unsere eigenen gesellschaftspolitischen Versäumnisse, uns intensiv mit zukünftigen Entwicklungen frühzeitig auseinanderzusetzen.

Solange in unserem System Lehrer Schüler unterrichten, die selbst niemals praktisches Arbeiten gelernt haben – geschweige denn Kybernetik! –, solange es Politiker gibt, die auf lokaler Ebene Städte fordern, die so sind wie früher und damit lebensunfähig, solange Gewerkschafter von ihren alten, längst nicht mehr existenten Berufen geprägt sind und nicht ein Studium der Futurologie durchlaufen haben (was immer das sein mag), solange wir mehrheitlich glauben, was ein Mensch weiß, sei nicht in Software zu formulieren, solange wir Computer als etwas betrachten, was nur unser Werkzeug und Hilfsmittel und nicht der Kern unserer Aktivität, Mobilität, Vitalität sind, solange werden wir über Industrie 4.0 völlig falsch diskutieren und sie niemals begreifen.

Machen Sie ein Gedankenexperiment:

Sie sind Königin, König, allein regierender Potentat in einem riesigen, reichen Land und haben beliebig viele Diener, Handwerker, Wissenschaftler zur Verfügung. Was fangen Sie damit an? Was sind die Werke, die Sie initiieren?

Solange Sie diese Frage nicht beantworten können, werden Sie an Industrie 4.0 verzweifeln und nicht begreifen, was Sie Ihnen nutzt. Die experimentelle Frage ist auch keine Kinderei, sondern ein Test, ob Sie noch zukünftig Management-Qualifizierung haben. Wer, was auf einen zukommt, nicht als Chance begreift – wie soll dieser Mensch andere begeistern und führen können, an der Nutzung der Möglichkeiten teilhaben?

Dass Industrie 4.0 vor allem für wenig qualifizierte Menschen, früher „Hilfsarbeiter“ genannt, keine bis kaum Verwendung hat, ist seit 40 Jahren und länger definitiv bekannt. Es ist nicht zu erkennen, dass in unserem Land in dieser Zeit eine ernsthafte, anhaltende Gestaltungs-Diskussion stattgefunden hätte, wie wir mit diesem gesellschaftspolitischen Zündstoff umgehen wollen, wie wir uns darauf vorbereiten, dass „Arbeiten“ in Zukunft nicht mehr die Art ist, Geld zu verdienen. Sondern „arbeiten lassen“.

Über was beschwerten wir uns, wenn wir nun von Industrie 4.0 sozusagen überrascht werden und erschrocken? Über nichts anderes als unsere eigenen Versäumnisse.

INDUSTRIE_KULTUR 5.0+

Die Entwicklung künftiger Lebens- und Arbeitsformen, Handelsbeziehungen und Konsum-Paradigmen sind einerseits vorgezeichnet: Tendenzen und Trends von heute geben Hinweise auf ein ge- und verändertes Morgen. Andererseits dynamisieren sich Veränderungen, so dass in mancherlei Hinsicht der Effekt einer nicht-linearen Entwicklung (Sprünge, Revolutionen, rapide Umwälzungen) empfunden wird; dabei werden wohl mehr Menschen (und Firmen, ja sogar Staaten) abgehängt als es Gewinner gibt – dieser Schereneffekt ist längst überdeutlich.

Der digitalen Revolution folgt die konsequente Verwirklichung der umfassenden Globalisierung, des „global village“: Alles hängt mit allem zusammen.

Das hat Auswirkungen auf

- Berufe, Arbeitskonditionen, Erwerbsmöglichkeiten, Unternehmertum
- politische, gesellschaftliche, soziale Strukturen

Es ist also ein Hyper-Thema, das alle formenden Kräfte in allen Ländern und lebensgestaltend aktiven Menschen angeht.

Die wesentlichen Eckpunkte, die sowohl für die Politik wie insbesondere auch die Gewerkschaften von Bedeutung sind, sind in der Industrie schon längst „verinnerlicht“ – doch noch hinken Gesellschaft und Rechtsstaat dem gefährlich hinterher. Auch in Deutschland.

- Unternehmen werden mobiler, sie wechseln mehr als bisher Standorte, Verfahren, Konstellationen, Kooperationen, Kunden-Lieferanten-Beziehungen;
- Berufe wandeln sich weiterhin rapide; die Künstliche Intelligenz – kybernetische Systeme – sind längst Realität, aber auch erst in den Anfängen; ihre Auswirkungen werden an Tempo dramatisch zunehmen;
- Arbeitsverhältnisse wie früher und heute noch werden zur Ausnahme; Ländergrenzen oder noch kleinere Gebietseinheiten machen in einer globalen Handels- und Produktionswelt keinen Sinn mehr;
- „Think global, act local“ ist Fakt, doch bald wird es heißen „Be global“; das gilt auch für Produktionsbereiche, weil immer mehr Spezialisten über digitale Netzwerke orts- und zeit-unabhängig wirken können, während parallel die Roboterisierung weiter intensiv zunimmt.

Eingebettet in diese beschleunigte Veränderung ist ein eminent wichtiges Schlüssel-Thema, das heute (noch) mit Begriffen wie Migration, Integration, nationale, ethische, religiöse und kulturelle Herkünfte oder Identitäten bezeichnet wird.

- Eine Arbeits- und Lebenswelt, die einerseits keine festen Arbeitszeiten (fixierten Arbeitsanfang und -ende) kennt, kaum bis keine Wochentage, vor allem aber keine Ortsbindungen mehr, sind diesbezügliche Regelungen schlichtweg obsolet.
- Nationale Grenzen verlieren rapide an Bedeutung oder werden zu mehr oder weniger ernsthaften Kriegs- und Krisen-Auslösern; damit verbunden ist:
- Es wird keine Schwerpunkt von Migration und „Fremdsein“ mehr geben, weil das Wechseln von Kultur- und Lebensräumen, Staaten und religions-geschichtsgeprägter Religionen zum Normalfall wird; auch Menschen heutiger „gutgehender“ Industriestaaten (wie Deutschland) werden zum „Auswandern“ gezwungen sein, weil ihre (gut bezahlten und aussichtsreichen) Jobs überall auf der Welt sein werden und können.

Daraus ergibt sich: Wir müssen alles, was mit begrenzt-lokaler Identität zu tun hat, neu überdenken und auf Dauer anders regeln.

Alles in allem: In 20, 30 Jahren wird die Situation von heute, von 2020 wie „altertümlich“ wirken. Heißt, in der Spanne eines einzigen (Arbeits-) Lebens wird es zu mehr dramatischen Veränderungen kommen als die Zeiten vor uns „von Generation zu Generation“ bewirkt haben.

Wie sehr sind wir – in der heutigen Berufswelt, in den gesellschaftlich gestaltenden Funktionen – auf diesen erkennbaren und garantiert unausweichlichen Wandel vorbereitet? Oder wollen wir warten, bis alles zu spät ist?

Die Veränderungen sind nicht IRGENDWANN + IRGENDWO. Sie sind jetzt, 2017 und folgend, im Bergischen Land real (wie auch sonst auf der ganzen Welt). Längst sind Länder, die wir vor 50 Jahren noch aus deutscher Sicht

„Entwicklungsländer“ bezeichnet haben, reicher oder ähnlich reich und vielfältig wie Deutschland. Wir haben also gute Chancen, auf Augenhöhe mitzuhalten, auch und vor allem auf der Basis unserer eigenen Industriekultur. Doch eins ist klar, es gilt nicht, diese zu ERHALTEN, sondern es ist zwingend notwendig, diese GEZIELT UND RASCH zu verändern. Sonst könnte es sein, dass in weiteren 50 Jahren Deutschland Unterstützung zum Überleben aus den Ländern erhält, die nicht an der Schwerfälligkeit ihrer eigenen Traditionen verendet sind ...

Denken radikal ändern

Wie sehr wir mit dem konventionellen Denken brechen sollten – nein, müssen! – zeigen ein paar Zitate aus einer Anfang 2018 vom Institut „2bAHEAD“ (Slogan: „tomorrowing your business“) vorgestellten Studio über den Kundendialog:

- *Kundendialog hieß in der Vergangenheit die Kommunikation zwischen zwei Menschen – dem Kunden und dem Angestellten eines Unternehmens. In Zukunft meint es den Dialog zwischen Künstlichen Intelligenzen.*
- *Kundendialog heißt für Kunden maximale Individualisierung bei minimalem Aufwand. Ihr Kommunikationsverhalten ist von individuellen und situativen Entscheidungen geprägt. Sie erwarten Individualität, Menschlichkeit, Einfachheit, Geschwindigkeit und Automatisierung. Letztlich wollen sie so wenig Aufwand wie möglich – sprich gar keinen Aufwand.*
- *Nicht jeder Kunde ist gleich. Nicht jeder Kunde hat dieselben Konsum- und Kommunikationsbedürfnisse in derselben Ausprägung. Vielmehr gibt es unterschiedliche Kunden mit unterschiedlichen Ansprüchen. Dies ist keine Neuheit. Seit Jahrzehnten werden Kunden in Bedürfnisgruppen eingeteilt, welche zu Kundensegmenten zusammengefasst werden. Die klassische Marktpyramide besteht aus dem Economy-, Standard- und Premiumsegment. Mit der rasant zunehmenden Verlagerung von Geschäftsmodellen in die digitale Welt verliert diese Segmentierung zunehmend an Bedeutung. In einem ersten Schritt bedeutet dies, dass das Standardsegment Schritt für Schritt erodiert und der Economy- und der Premium-Bereich an Bedeutung gewinnen.*
- *Dieses Bedürfnis nach Flexibilität schlägt sich auch im Kommunikationsverhalten der Kunden nieder. 2025 erwarten Kunden über jeden von ihnen gewünschten Kanal mit einem Unternehmen in den Dialog treten zu können – egal ob über Apps, E-Mails, den stationären Handel oder Bots. Dabei legen sich Kunden nicht auf einen Kommunikationskanal fest, sondern nutzen den Kanal, der am ehesten ihren individuellen und situativen Bedürfnissen entspricht. Abhängig ist ihre Entscheidung für einen Kanal von ihrer Umgebung, ihren Gewohnheiten und ihrem Gemütszustand. Auch ihre Technologieaffinität, ihr Vertrauen in Technologie, ihr Wille, selbst aktiv zu werden und ihre Bereitschaft Daten freizugeben, beeinflussen ihre Entscheidung.*

Wenn man sich die Zeit nimmt, alleine über diese Aussagen – zu denen sich noch Dutzende addieren ließen – nach- und vorausdenken, dem wird klar, welche gravierenden Veränderungen das Bestehende in einer Stadt, in einem Staat, in einer Gesellschaft, in Handel und Industrie, in der Regionalität und Globalisierung mit sich bringen wird.

Handel im Wandel

Der Einzelhandel – zuweilen (früher) auch „Nahversorgung“ genannt – dient der Deckung der täglichen Bedürfnisse des Lebens, des Haushalts.

So weit, so falsch inzwischen.

Die Frage, ob Discounter Einzelhändler sind, ist nicht mehr zu beantworten. Sie haben sich selbst einen eigenen Typus geschaffen. Klar kann man bei Aldi, Lidl, Edeka, Rewe und Co. Milch und eine Knolle Sellerie kaufen, fertige Hähnchenfrikadellen oder eine Pulle Schnaps, aber genauso auch einen BH oder eine Bratpfanne, einen Rasenmäher oder Malstifte für die Kinder. Sortiment, für die man einst drei, vier und mehr so genannte Einzelhandels-Fachgeschäfte aufsuchen musste.

Und wer ins Internet schaut, nicht nur alleine bei Amazon, der ok, das muss man nicht mehr weiter ausführen.

Was uns zur grundsätzlichen Frage führt, die vor allem in Solingen noch nie öffentlich diskutiert wurde:

Was ist eigentlich Einkaufen, was bedeutet das für den einzelnen Menschen?

Die alte Antwort „Bedürfnis-Befriedigung“ mag noch auf die Packung Kräuterquark und die Tomaten zutreffen – doch halt, auch da ist heute alles anders als einst. Einst kaufte man Quark und Kräuter oder ging in den Karten, schnitt Kräuter klein und mischte sie unter die eine Sorte Standard-Quark. Es gab eine Sorte Tomaten. Heute steht man vor zig Varianten Kräuterquark, von Tomaten ganz zu schweigen. Mit buchstäblich Tausenden Artikeln könnte man das Beispiel fortsetzen. Es zeigt:

Einkaufen ist mehr und mehr, heute fast immer die Befriedigung von Ansprüchen (und nicht von Bedürfnissen). Es ist einerseits „Lust“, Erleben – und mehr: ...

Erneut aus vorweg genannter Studie zitiert:

Der Weg in das stationäre Geschäft wird darüber hinaus durch die Suche nach einem besonderen Erlebnis getrieben. So kann der Test der Regenjacke im Regenraum der Shopping-Mall, das Probeliegen auf der neuen Couch oder der Test der neuen Soundanlage für manche Kunden ein Grund für den Besuch des stationären Geschäfts sein. Dieses ist dabei vor allem als „Marktplatz“ auf dem sich Menschen treffen zu verstehen, Workshops machen und Räume mieten. Der Kauf von Produkten ist nebensächlich, die soziale Interaktion, das Erlebnis steht im Mittelpunkt. 2025 sehen Shopping-Center völlig anders aus als heute und werden auch nicht mehr Shopping-Center genannt. Gleichzeitig treibt das Bedürfnis des Kunden nach dem Erleben des Produkts auch die Ausbreitung von Virtual Reality. Eine Ergänzung des stationären Handels um eine Bildebene, die wiederum technologieaffine Kunden anzieht.

Das extrem Tragische ist, in Solingen klingen solche Texte wie Science fiction, wie eine Phantasie über ferne Zukunftswelten. Dabei ist genau das, was hier beschrieben wird, weltweit längst Realität. Außer in So... ?? :-((

Dabei kommt es noch viel, viel „schlimmer“, wenn man es aus der Sicht des konservativen stationären Handels betrachtet.

Mittlerweile hat sich die Leistungsfähigkeit des Internets massiv verbessert – es ist nicht mehr notwendig, Apps herunterzuladen, um Funktionen zu nutzen. Die Zukunftsperspektive von Apps: Sie werden sukzessiv von conversational agents – Digitalen Assistenten – abgelöst. ... Sukzessiv wird die Mehrheit der Kommunikation in Zukunft von digitalen Assistenten übernommen. Sie sind 2025 für Kunden die einfachste und effizienteste Art und Weise mit einem Unternehmen zu interagieren. ... Die wachsende Leistungsfähigkeit künstlicher Intelligenz, insbesondere von Machine Learning und NLP, treibt im Kundendialog den Einsatz von Conversational Agents. Dies sind computergestützte Dialogsysteme, welche die natürlichen Interaktionen zwischen Menschen imitieren. Dabei wird die natürliche Sprache als Kommunikationsform genutzt. Sowohl über das geschriebene als auch das gesprochene Wort können Kunden mit diesen Agenten in Interaktion treten. Dabei können Conversational Agents nicht nur Input aufnehmen, sondern auch Output generieren und im Anschluss an den Dialog bestimmte Aufgaben ausführen. Eine der bekanntesten Formen von Conversational Agents sind Chatbots.

Es wäre schade, wenn Sie bei dem vorstehenden Text „abschalten“, ihn nicht mehr verstehen. Denn es ist ein untrügliches Zeichen, dass Sie absolut nicht mehr auf der Höhe der Zeit sind, das Heute nicht mehr verstehen und damit erst recht nicht die nahe Zukunft.

Was für Sie möglicher- und dummerweise wie wirres Zeug klingt, ist für andere ein Mausklick – mit dem sie das bestellen, was es heute schon ganz billig und massenweise zu kaufen gibt. Beispielsweise Lautsprecher-Systeme mit Kommunikations- und Dialog-Interaktionsfähigkeit. Sie heißen Siri (Apple) oder Alexa/Echo (Amazon) und sind weltweit bereits zigmillionenfach im Einsatz. Es gibt sie schon in der dritten Gerätegeneration. Sie sind umfassende „persönliche Assistenten“.

Eben, es gibt sie in der Welt, und in So... ??? – Immer wieder diese blöde Frage!

***Die Stadt als Erlebnisraum –
aber bitte keine Innenstadt als Einkaufszone,***

genau das ist die Schlussfolgerung, die sich aus den vielen (wirklich sehr vielen) Studien, Prognosen, Empfehlungen rings um die Welt und nicht zuletzt in und aus Deutschland. Denn Einkaufen wird in überschaubarer Zukunft für viele (wenngleich auch nicht alle) anders aussehen:

In Zukunft empfehlen Bots dem Kunden ein für ihn passendes Produkt. Bis dato zählten Produktempfehlungen zu einer festen Tätigkeit des Unternehmensmarketings. Sie waren damit insbesondere vom kommerziellen Interesse des Unternehmens getrieben. Dem gegenüber standen allein peer recommendations, welche allerdings wenig zielgerichtet und eher zufällig waren. Bots verändern die Machtverhältnisse bei Produktempfehlungen, sie nehmen keine Rücksicht auf die Bedürfnisse des Unternehmens, sondern nur auf jene des Kunden. Letztlich entscheiden sich Kunden nur noch in ausgewählten Situationen für oder gegen ein Produkt. In vielen Fällen übernimmt der Bot. Schließlich werden Unternehmen die 2025 mit Bots mithalten wollen, ihren

Kunden das für sie passende Produkt anbieten und nicht jenes, welches ihnen am meisten Gewinn oder Reputation einbringt.

Um es persiflierend (oder extrem real?) darzustellen, dieser scheinbar satirische Text:

PIZZA BIG BROTHER

KUNDE; Hallo, ist da Giovannis Pizza-Service?
 GOOGLE: Nein, hier ist Google Pizza-Service
 K: Sorry, dann habe ich wohl die falsch Nummer gewählt.
 G: Nein, Google hat die Nummer gekauft.
 K: Ok, dann möchte ich ...
 G: Wollen Sie das übliche?
 K: Das übliche, woher kennen Sie das?
 G: Gemäß der letzten 12 Anrufe ist es Margerita. Darf ich vorschlagen, dass Sie diesmal eine Vegetata bestellen?!
 K: Nein, ich hasse Gemüse.
 G: Aber Ihr Cholesterinwert ist nicht gut.
 K: Wie können Sie das wissen?
 G: Aus Ihrem H-Profil. Wir haben ihre Blutwerte seit 7 Jahren.
 K: Ok, ich will aber die Vegetate nicht, habe meine Medizin schon intus.
 G: Die nehmen Sie aber nicht regelmäßig.
 K: Wie kommen Sie denn darauf?
 G: Vor 4 Monaten haben Sie online 30 Tabletten gekauft.
 K: Ich hbe noch aus einer anderen Quelle eingekauft.
 G: Das ist aber auf Ihrer Kreditkarte nicht abgebucht.
 K: Habe eben bar bezahlt.
 G: Von Ihrem Bankkonto wurde nicht genug Bargeld bezogen.
 K: Ich habe noch andere Geldquellen.
 G: Das wäre steuerlich undeklariertes Einkommen.
 K: Mir reicht es, fertig mit Google, FaceBook, Twitter, WhatsApp, ich wandle aus auf eine einsame Insel ohne Telefon und Media.
 G: Dann müssen Sie aber zuerst Ihren Pass erneuern. Er ist vor 5 Jahren abgelaufen

Was bizarr, für manche wie Horror klingt, ist für andere – die globale Wirtschaft – ein absolut erstrebenswertes Ziel. Und nicht nur für die, sondern auch sehr viele Konsumenten sehnen sich danach. Deshalb noch einmal ein Zitat aus der Studie:

Durch intelligente Bots werden aus Kunden „super humans“. Bots haben ein unendliches Gedächtnis und unendlich viel Zeit und Möglichkeiten der Datenauswertung. Gleichzeitig treiben sie seitens der Kunden rationale Entscheidungen. Die Folge: Kunden befinden sich mehr und mehr auf Augenhöhe mit Unternehmen.

Amazon sei bereit, auf Jahre hinaus auf Profite zu verzichten, um einen Markt zu erschließen und beweise dies einmal mehr auf dem deutschen Lebensmittelmarkt, meint der Branchenkenner. Am Ende werde Amazon damit erfolgreich sein. Heinemann prognostiziert: „Der Online-Anteil beim Verkauf von Lebensmitteln kann in den nächsten zehn Jahren zehn Prozent erreichen. Wie es heute aussieht, wird sich Amazon mindestens 50 Prozent davon sichern. Wenn Rewe und Edeka nicht bald wieder Gas geben, könnten es sogar 80 Prozent werden.“



Core Competence ./ Diversity

Konzentration oder Vielfalt

Jede „Corporate“ (deterministischer Ausdruck für eine „Vereinigung“, egal ob Firma bzw. Konzern, Organisation, Gemeinde) muss sich, wenn sie sich vermarkten, also in Relation mit der Allgemeinheit (dem „Markt“) treten will, eine Grundsatzfrage stellen:

Wofür stehe ich, was charakterisiert mich/uns?

Ein probates Mittel, sich der Antwort zu nähern ist die Entscheidung, ob man „für eine bestimmte Sache“ (Wert, Umstand, Eigenschaft usw.) steht oder eine Art „Gemischtwarenladen“ ist. Beides zusammen geht nicht, obwohl es immer wieder versucht wird. Aber es führt zu massiven Konflikten und regelmäßig zum Scheitern jeglichen Marketing-Konzeptes. Damit ist keine „Markenführung“ (Fachbegriff: Branding) möglich.

Ein Beispiel, das die Unverträglichkeit klar macht: McDonalds kommt auf die Idee, einen Teil ihrer Imbiss-/FastFood-Abhockräume (genannt „Restaurant“) zu einem Gourmet-Tempel zu machen. Das mag als Gag gut sein, als Konzept wird es wohl kaum Glaubhaftigkeit erlangen. Denn schon der von McDonalds selbst gewählte Begriff MD-„Restaurants“ kollidiert ja mächtig mit den Erwartungen und Vorstellungen einer bürgerlichen Gesellschaftsschicht. Fritten auf Papier geschüttet, so zu essen, wie man es bis vor kurzem versucht hat, Kindern abzugewöhnen – das ist kaum Restaurant, bei dem die unterschwellige Erwartung von „vornehm“ immer mitklingt oder zumindest mitklang.

Eine Stadt, die ganz sie selbst ist, indem sie sich permanent im Wandel befindet? Auch das geht nicht zusammen. Solingen beruft sich auf seine Historie der Qualität bestimmter Produkte, trägt mit Stolz den Namen „Klingenstadt“ – und feiert dann mit gleichem Stolz jedes Jahr „Leben braucht Vielfalt“, auf dem sie zeigt, dass sie eine Vielkulturen-/„Vielvölker“-Stadt ist. Ich frage mich ernsthaft, ob jemand, der kriegs-notwendigerweise als Immigrant nach Solingen kommt, irgendetwas mit der Klingenstadt-Gefühlsduselei anfangen kann und sich nun, die Kriegsheimat hinter sich lassend, als „Bergischer“ fühlt? – Wohl doch eher kaum anzunehmen.

Eine Stadt der Integration, der Erneuerung, eine „grüne“ Stadt im doppelten Sinne zu sein, mit grünem Lebensumfeld ebenso wie mit ökologischem Bewusstsein – ja, das geht. Aber dann geht nicht, Industrie und industrielle Arbeitsplätze in den Vordergrund zu stellen. Dann müssen auch viele, viel mehr „grüne“ Arbeitsplätze her. Eine kulturell offene Stadt, aber dann muss auch viel mehr multikulturelles Geschehen sozusagen an jeder Straßenecke bemerk- und erlebbar sein.

Eine „alte“ Stadt sein, oder eine, die sich für die Zukunft richtet. Eine Politiker, der jetzt sagt „Beides bitte!“ sollte man nie mehr wählen. Weil diese Person das Dilemma verschlimmert, statt es zu beseitigen hilft.

Treibende Kräfte

Kondratjew-Zyklen als Ideengeber

Als die DDR noch existierte, gab es dort die häufig anzutreffende Parole „Von der Sowjetunion lernen, heißt siegen lernen“. Stimmt, wenn man es ein wenig abwandelt: Von einem Russen lernen, heißt für die Zukunft gewappnet zu sein.

Der sowjetische Wirtschaftswissenschaftler Nilolai Kondratjew (auch früher als Kondratieff geschrieben) schuf die Theorie von den „Langen Wellen“, die als treibende Kraft epochalen Wachstum auslösten.

1. Um 1800 war das die künstlich zu schaffende, industrielle **Energie**, erst in Form von Dampfmaschinen, dann abgelöst und weiter vorangetrieben durch Elektrizität. Das wirkt bis heute fort.

Mit dieser industriell erzeugten Energie wurde man weiter als jemals zuvor standort- und von anderen Faktoren abhängig; zugleich war sie teils dramatisch preiswerter als menschliche oder tierische Arbeitskraft; ihre Gleichmäßigkeit und Zuverlässigkeit machte die „Maschinisierung“ von Produktionsabläufen möglich und begründete die Massenproduktion.

2. Ab ca. 1850 brachte die **Mobilität** einen enormen Aufschwung; erst die Eisenbahnen, dann die Automobile; später auch der Luftverkehr.

Das war der Anstoß zu einer Globalisierung; der Austausch von Gütern und die Reisemöglichkeiten – egal zu welchem Zweck – sind heute definitiv Grundlage und unabdingbar notwendig für das wirtschaftliche Wohlergehen der gesamten Welt.

3. Um 1900 revolutionierten die **Chemie** und **Elektrotechnik** sowohl die Landwirtschaft (Nahrungsmittelerzeugung) wie auch die industrielle Produktion und das persönlich-private Leben.

*Im Rahmen der „Elektrisierung“ war es vor allem auch die **Kommunikationstechnologie** (Telefon, Radio, später Fernsehen) und andere **Medienmöglichkeiten** (Drucken, Kino usw.), die ganz neue Branchen Produktgruppen, Lebensgewohnheiten usw. schufen. Nicht zu vergessen, dass die schnell und in vielen Gebieten flächendeckende Beleuchtung buchstäblich den Tag-Nacht-Rhythmus aufheben konnte. Chemie z. B. in Form von Konservierungsmöglichkeiten machten ganz andere Ernährungsmöglichkeiten und Märkte möglich.*

4. **Petrochemie** und die **Automobilindustrie** brachten der nationalen (vor allem auch deutschen) wie globalen Wirtschaft ab ca. 1950 einen epochalen Schub. Plastik (Kunststoff) in vielen Spielarten wurde möglich und schuf ein völlig neues Verständnis und „neue Welten“ an Konstruktionsmöglichkeiten, Preisniveau, Einsatzfeldern – bis dahin, dass es heutzutage katastrophale, teils irrwitzige Umweltvergiftungen mit sich brachte.

Deutschland und seine Autos – das war eine wesentliche Säule des „Wirtschaftswunders“. Die mit der individuellen Mobilisierung verknüpften Bran-

chen und Industrien sind gigantische, zig-millionenfache Arbeitsplatz-Garanten. Wenn wir heute über 3D-Druck jubeln, dann ist der ja nur möglich, weil es dafür Kunststoffe gibt, reine Petrochemie.

5. **Informationstechnologie** ist seit rund 1985, spätestens symbolisch 2000 die treibende Kraft. Umgangssprachlich kann man sagen, „ohne Computer läuft gar nichts mehr“.

Dass Netze und Computer die Arbeitsweisen, die Produktion, die Internationalisierung revolutionierten und Globalisierung explodieren ließen, ist das eine. Eine gesellschaftspolitische Super-Mega-Atombombe ist geplatzt: Während zeitlebens der bisherigen menschlichen Kulturgeschichte Gruppen von Menschen zu Völkern, Kulturen, Ethnien, Kulturkreisen zu subsummieren waren, die gleiche oder aneinander gewöhnte Werte (Moral und Ethos eingeschlossen) – die also durch eine kollektive Identität gekennzeichnet waren – laufen wir in eine unübersichtlich, nicht mehr „steuerbare“ Individualisierung. Es gibt keine zwei Menschen mehr auf der Welt, die gleiches Wissen, gleichen Medienkonsum, gleiche Ansichten und gleiche Werte sowie Intelligenz haben. Wir kennen nur noch temporäre Cluster, die sich gewissermaßen von Stunde zu Stunde, von Tätigkeit zu Tätigkeit, von Situation zu Situation zu neuen kurzfristigen „Schicksalsgemeinschaften“ zusammenfinden – auf das sofort danach ein jedes Individuum wieder eigene-andere Wege geht. Damit sind Menschenmassen unberechenbar geworden. Ein riesen-, riesen-, riesengroßes Problem für Politik und Werbung gleichermaßen.

6. **Was kommt jetzt, in den nächsten Jahren? Immer deutlicher werden zwei Faktoren sichtbar, die für die nächsten 20, vielleicht 50 Jahre charakteristisch und damit entwicklungs-bestimmend sind:**

- **„well-being“**, das weite Feld von Gesundheit und „Wohlfühlen“ in jeglicher Hinsicht (vom Entspannen und Relaxen – Urlaub beliebiger Dauer, seien es Stunden oder Tage – über Lust an Sport/Bewegen bis hin zu Freizeit und Feiern);
- **Dezentralisierung und Atomisierung der Arbeit** sowohl in zeitlicher Hinsicht (individuelle Arbeitszeiten)

wie auch örtlich-physisch (von Home-Office bis Tele-Arbeit und/oder mobiler, Ort/Stelle-wechselnde Arbeitseinsätze), viel mehr Projektarbeiten und damit selbständiges Arbeiten („Ich-AG“), prekäre Arbeitsplätze; sowie internationale Vernetzungen – und das alles mehr und mehr auf rein immaterieller, digitaler Basis/Kommunikationstechnologien.

Die Individualisierung wird auch extrem beherrschenden Einfluss auf den Konsum haben:

- **Ansprüche statt nur Bedarf;**

- *widersprüchliches Konsumverhalten der einzelnen (morgens beim Discounter das Sonderangebot, abends gönnt man sich noch eine zusätzliche Flasche Schampus);*

- *Bindung kaum noch an Orte, Geschäfte, sondern eher an Marken, Trends und Erlebnis-Plattformen (virtuell oder real).*

SPD Sozial. Gerecht. Stark für Solingen.

Josef Neumann Mdl. Petra

SPD in Solingen SPD vor Ort SPD im Rat Unser Oberbürgermeister

Unser Oberbürgermeister



Solingens Oberbürgermeister Tim Kurzbach ist angetreten, Solingen zu einer wachsenden Stadt in der boomenden Metropolregion Rheinland zu machen. Seit seiner Wahl hat sich bereits viel bewegt – und in den kommenden Jahren läuft das größte Investitionsprogramm seit dem Wiederaufbau.

Was heißt das für die Stadtentwicklung von Solingen?

Das ist relativ leicht zu beantworten – und ebenso relativ intensiv erschreckt man sich auch. Weil es nämlich kaum vorhanden ist in dieser Stadt.

- ★ Wir brauchen eine Atmosphäre der Innovation; ein Gründerzentrum (das landauf, landab inzwischen ziemlich üblich ist), ist nützlich, reicht aber bei weitem alleine nicht aus. Wir brauchen echte intellektuelle Plattformen, die vor allem Geistesarbeitern und Freelancern – und das heißt immer mehr in der internationalen Verflechtung – ein inspirierendes Umfeld gibt. Wohnen und Arbeiten waren in Solingen schon immer verknüpft, das sind also hervorragende Voraussetzungen, die wir schon kennen. Aber reicht die Stadt in ihrer gesamten Infrastruktur aus, um junge Menschen hier herzulocken. In einer Stadt, die schon fast zusammenbricht, wenn sie mal ein neues Schwimmbecken bauen muss; von Spaßbad mag ja nun wirklich keiner erst zu reden wagen. Ist eine ehemalige Eisenbahntrasse zum Radfahren ausreichend, um bewegungshungrigen Menschen den Kick zu geben, Wohnen in Solingen „megakrass geil fett“ zu finden, Alter?
- ★ Alles, was mit Well-Beeing zu tun hat, ist in Solingen auf low-level-Niveau angesiedelt; dabei hätte diese Stadt im Grünen so viel Potential, irres zu bieten: Bungee-Springen von der Müngstener Brücke. Solange jeder in Solingen bei solch einem Gedanken zuckt und die Hände über dem Kopf zusammenschlägt wird das auch nichts mit der Ansiedlung von Arbeitskräften, die auf Weltniveau Arbeit abliefern, und dafür auch mega-angeturned abhängen wollen.
- ★ Der Ausbau des schnellen Internets (Glasfaser, back-bone-Nähe) ist lobenswert und richtig; aber auch nur die Voraussetzung, Basis, der Anfang. Wir brauchen privatwirtschaftliche oder seitens der Stadt geförderte start-up-Möglichkeiten, die nicht dem Regulierungsdrang eines Gründerzentrums unterliegen; wir brauchen Raum für Wachstum, Entwicklungen, Zusammenschlüsse, Temporäres, das nicht planbar ist und sich ad hoc ergibt. Es gibt in Solingen das Kompetenz-Zentrum für 3D-Druck, ein superguter Anfang. Aber verdammt noch mal, warum hat Solingen nicht die welt- oder euorpaweit erste Hochschule für 3D-Druck? Wieso kommt hier keiner auf die Idee, dafür zu kämpfen?
- ★ Und, und, und ... – es kommt auf eins raus: Stahlwaren-Qualität war gestern. Wenn Solingen keine „intellektuelle Stadt“ wird, oder eine Erholungs-Oase (und beides vielleicht sogar in Kombination), dann verliert es massiv an Bedeutung. Schaffen kann man das nicht in drei, fünf Jahren. Aber man schafft es in den nächsten zwanzig, dreißig, fünfzig Jahren überhaupt nicht, wenn man nicht heute damit beginnt. Und das heißt: Es muss denkbar sein in dieser Stadt, man muss drüber reden dürfen, man soll massiv darüber phantasieren, ohne dafür ausgelacht und scheel angesehen zu werden. Was bisher leider allzu oft allzu vielen Menschen geschah.

Ach so, das nachzutragen ist enorm wichtig: Es ist völlig egal, ob so etwas in Wald, Gräfrath, Burg, Höhscheid, Ohligs oder Mitte geschieht. Hauptsache, es geschieht überhaupt.

Resumé „Geisterstadt Solingen“

Wenn wir Solingen als „Geisterstadt“ sehen, als eine, die in Wirklichkeit gar nicht so ist, gar nicht so existiert wie es den ersten Anschein hat, oder die nicht wirklich fassbar ist, dann in zweierlei Hinsicht:

Solingen ist seit seiner Vereinigung vor nunmehr fast einhundert Jahren nicht wirklich zur Stadt zusammengewachsen; die ideelle oder sogar ideologische Klammer der „Bergischen“ ist nicht mehr spürbar, steht nur auf dem Papier und ist zur Metapher verkommen.

Das Solingen der Zukunft hat keine Chance, wenn es in seinen heutigen Denk-, Verwaltungs-, Handlungs- und Options-Einheiten bleibt, die Kleinheiten sind. Solingen muss „neu gedacht“, neu konzipiert werden und sich so aufstellen, als wäre es ein Teil einer Metropolregion, die der von Weltstädten ähnlich, gleich, manchmal sogar überlegen ist.

Solingen ist zu klein, um groß zu sein. Und denkt zu klein, um attraktiv zu wirken.

Das formale und rechtlich selbständige Gebilde namens Klingenstadt Solingen hat viele Mängel (und die jetzt einmal im Sinne einer Ist-Analyse gesehen, nicht als Vor-Urteil):

- Die Stadt hat keine in allen Bereichen und Ortsteilen durchgängige Identität
- Die Stadt hat eine Struktur wie die umliegenden Städte auch und daher keinerlei Besonderheiten, auf die man weiteren Ausbau oder Stärkung fixieren könnte.
- Sie ist nicht groß genug, um selbständige Finanzkraft zu entwickeln, die eine wirklich nachhaltige Entwicklung zulässt.
- Sie wird im Kontext von Land, Bund, Europa nicht als eigenständig wahrgenommen, sondern dem Bergischen Cluster untergemengt.
- Eine Anbindung an die „Rheinschiene“ ist logisch und vielleicht sogar unausweichlich; bislang jedoch ist sie nicht wirklich fundamental existent, was den politischen Rahmen angeht.
- Obwohl eigentlich im Umland die Verkehrsbedingungen optimal sind, hat das Stadtgebiet im inneren erhebliche Probleme im Detail und viele verkorkste Strukturen; der innerstädtische Verkehr ist schlichtweg ein Gewürge.
- ... man könnte so weitermachen, Punkte aufführen, die eher Sorge machen und zum Teil unlösbar erscheinen, kaum dass man (viele) Punkte findet, bei denen man laut jubeln kann, Leute, schaut her, hier ist etwas, was wirklich klasse, super, einmalig, beneidenswert ist.

Was also ist zu tun?

Zunächst gebe ich eine Formel wieder, die gebetsmühlenartig in Solingen wiederholt wird:

EIN SOLINGEN-GEFÜHL SCHAFFEN. Ein neues, ein überzeugendes, ein viele Leute begeisterndes.

Und dann kommt der (mein) Unterschied zu dem, was und wie ich es bisher wahrgenommen habe.

Bislang klang es immer so, als solle dieses Solingen-Gefühl akademisch steril, politisch korrekt und vor allem gesteuert finanzierbar gefunden,

geschaffen, eingeführt und umgesetzt werden. Es sollte, vereinfacht gesagt, „von oben herunter vorgegeben“ (um nicht zu sagen „diktiert“) werden.

Eine hausgemachte Katastrophe

Der Oberbürgermeister hat sich dafür stark gemacht, ein besseres und in diesem Sinne ein neues Solingen-Marketing zu erarbeiten; es sei „Chefsache“, betont er oft.

Ein katastrophaler Fehler – fast schon einer von einer epochalen Dimension. Marketing kann man betreiben, wenn man ein USP hat, wenn wirklich etwas da ist, was als Profil von außen wahrnehmbar ist, was sich von anderem unterscheidet, was zum Geist der jeweiligen Zeit passt, was das Zeug zum Trendsetter hat.

Nach allem, was ich (als aufmerksamer Beobachter) in der öffentlichen Präsentation und Diskussion mitbekommen und wahrgenommen habe ist, dass dieses „Solingen-Marketing“ gewissermaßen dieses Profil erarbeiten soll.

Was perfekt zum Geflügelten Wort passt, ein Pferd von hinten aufzuzäumen. Es ist so, als entwerfe man eine Verpackung, von der man noch nicht weiß, welchen Inhalt sie haben soll.

Paris besteht nicht nur aus Eiffelturm und geliebt wird hier nicht mehr oder weniger. Doch dieses Klischee reicht, um einen milliarden schweren Tourismus am Laufen zu halten. In London sind Tower und Bridge, eine Einkaufsstraße und rotberockte Wächter wahrlich nicht alles – aber es fahren jedes Jahr Millionen Menschen hin, um die Klischees zu fotografieren. Man könnte endlos weitermachen: der Gardasee, die Riviera, Rom, Athen, Kreuzfahrt-Schiffe, das Matterhorn, Mallorca, Keukenhof ... – alles Klischees.

Was das mit Solingen zu tun hat? Viel!

Denn ohne Kurzformel, ohne USP (= auf Anhieb erinnerungsfähiges und klar erkennbares Profil, Einzigartigkeit, Eigenheit, Abgrenzung zu anderem) ist nichts attraktiv für andere Menschen. Ziehen sie nicht dort hin, geben sie kein Geld dafür aus, wollen sie nicht haben – interessiert sie nicht.

Daher eine ganz simple Frage:

WAS IST EIGENTLICH DAS KLISCHEE, DIE KURZFORMEL, DIE WIR ALS „TYPISCH SOLINGEN“ VERMARKTEN WOLLEN?

Man könnte auf den irreführenden Gedanken kommen, zu nehmen, was ja erstens schon längst da ist, offizieller Städtenamenzusatz ist, in der Vergangenheit der „Bringer“ war: Klingenstadt.

Ja - - - welche Klingen? Kauft die Weltbevölkerung in großem Maße Schwerter? Sind eigentlich noch Rasierklingen Mangelware und demnach heiß begehrt? Sind Bestecke in Zeiten von Fast- und Street- und Fingerfood eigentlich noch eine Begehrlichkeit, um zu heiraten, damit man sie als Hochzeitsgeschenk erhält?

Solingen — äh, Klingen, Messer ???

Aktuell: Fehlanzeige!

Die „in“-Messer, die als „must have“ gehandelten Klingen sind eher derzeit Japanische Messer; sie gelten als Weltspitze, nicht Solinger Messer.

Tausende von Kochsendungen jährlich im Fernsehen. Und die hinterwäldlerischen Solinger Messerhersteller bekommen es nicht hin, dass die Bevölkerung weiß, ein Steak ist nur gut, wenn es mit einem Solinger Messer geschnitten wurde. Ja, ja, ja, es gibt Ansätze und Versuche, auch intensive Bemühungen einiger weniger Unternehmen – und dies sei ausdrücklich positiv erwähnt und gelobt – so etwas zu inszenieren; egal in welcher Form. Bekommen Sie dabei Unterstützung von der Stadt? Nein, nein, nein. Und da beginnt ein hohes Maß an Schuld im Sinne nicht wahrgenommener Verantwortung für die Lokalpolitiker. Es ist aber zugleich eine Schande, dass die wenigen verbliebenen Messer- und Besteckfabrikanten sich nach wie vor als Konkurrenten betrachten und nicht in der Lage sind, eine Solingen-Kampagne zu starten. Diese Kurzsichtigkeit ist wirtschaftlich tödlich.

Jeder – symbolisch gesagt – auf der Welt kennt die Schweizer Offizirmesser. Wo wurden sie erfunden? Die Antwort ist klar, in Solingen. Was hat Solingen daraus gemacht? Nichts, rein gar nichts. Schande!

Weiß man in der Welt, dass Solingen „Markenstadt“ ist, dass hier sowohl Marketing schon im Mittelalter erfunden wurde wie auch Weltmarken hergestellt wurden, Krups, Kronprinz, Rassepe, Knirps und mehr.

Ich bin wirklich viel in der Welt herumgekommen und wenn ich gefragt wurde, woher ich komme, gab es als Reaktion auf die Antwort „Solingen“ allenfalls mal die Gegenfrage, „ah Solingen, ist das nicht die Messerfabrik mit den Zwillingen“. Viele halten „Solingen“ für eine Fabrik, nicht eine Stadt.

Und dann fragen Sie mal jemand in Ostfriesland und Thüringen, in Vorarlberg oder im Piemont, wo Solingen liegt. Jeder Zehnte mag sich noch zu „irgendwo da im Ruhrgebiet“ durchringen – aber auf die Hilfestellung „zwischen Köln und Düsseldorf“ kommt auch meist nur ein schüchternes „aha“, weil man zwar vom Karneval gehört hat, ihn geografisch aber nicht einordnen kann.

Wir liegen im Herzen Europa, wir sind ein Kernland europäischer Industriekultur, wir waren eine industriell sehr bedeutende Region – und „kein Schwein“ kennt uns auf der Welt – außer ein paar Ausnahmen.

Weil wir kein USP mehr haben (USP heißt Unique Selling Proposition, ist ein absolut gängiger, sozusagen Basis-Fachausdruck im Marketing und der deutsche Begriff dafür ist Alleinstellungsmerkmal, man könnte auch sagen Einzigartigkeit oder eben individuelles Profil). Da gibt es nichts, womit oder wodurch sich Solingen „verkauft“ – im Sinne von „für andere Menschen attraktiv sein“. Und das letzten Endes, denn nur um das geht es ja, mehr Geld in die Stadt bringt oder mehr Geld den Einwohnern zum Verdienen hier lässt.

Wollen wir das mit Klingen schaffen? Da muss doch wohl keine Antwort mehr drauf geben, oder ??? !

Was also ist zu tun?

Drei Lösungsansätze, gebündelt

Es mag historisch genügend plausible Gründe geben, warum die heutige „Zuständigkeits-Struktur“ in der Bundesrepublik Deutschland ist, wie sie ist. Zu Zeiten, da man eher lokal agierte (dachte & machte), war das sicherlich nicht schlecht – sonst wäre Deutschland nicht immer wieder so erfolgreich gewesen.

Doch nun, da die Globalisierung längst kein Schlagwort, sondern Realität ist, da auch aus EU-Sicht eher in Regionen/Clustern gedacht wird als in kleineren Verwaltungs- und Polit-Einheiten, sind die Parteien aufgefordert, auch diese Partikularisierung zu überdenken – will sagen, neu zu gestalten.

- Bezirksvertretung („Stadtteil“)
- städtischer Rat/Verwaltung
- Regierungspräsident
- Landschaftsverband
- Land (NRW)
- Bund (Bundesrepublik D)
- Europa/EU
- und letztendlich auch die UNO und andere internationalen Institutionen und Verträge weltweit rechtlich verbindlich.

Das alles mag, wie gesagt, gute Gründe haben. Es hat aber auch die sehr schlechte Eigenschaft, dass sich keine Ebene mehr traut oder sogar keine mehr befugt ist, wirkliche innovative Reformen und Vereinigungen in Gang und durchzusetzen.

Denn auf allen Ebenen gibt es ja nicht nur ein einzelnes Gremium, es müssen unter Umständen ein halbes Dutzend und mehr andere Gremien in die Beschlüsse eingebunden werden.

Viele Bürger haben den Eindruck, dies führe zur Unregierbarkeit. Viele Politiker geben diesem Eindruck recht, dürfen oder wollen es aber so deutlich nicht offen sagen – oder haben gar kein Interesse daran, weil dieses Geflecht natürlich auch Einnahmequellen schafft, die manchem sehr gefallen.

„Spaß“ im Sinne von „Lust am Staat“ und „Bock auf Politik“ macht das kaum noch jemandem; die Folgen sind eine aggressive Polarisierung oder eine Abwendung von jeglicher Norm, Moral, Ignoranz von Respekt – also zu einem permanenten und vielseitigen Radikalismus.

Wir reden gerne über die Radikalisierung unter dem Deckmantel des Islam, IS ist derzeit eine solche Reizvokabel. Dass sich aber via Facebook & Co längst auch bundesdeutsche Bürger radikalisiert haben – indem ihnen Staat und Ordnung, Gesetze und Ethik auf gut Deutsch „scheißegal“ sind – wird zwar gelegentlich bedauert, die Bedeutung dieses Wütens aber kaum erkannt, geschweige denn seriös thematisiert und Konsequenzen daraus gezogen.

Wenn es also nicht gelingt, Politik und deren Be- und Entschlüsse, gesellschaftliche Strukturen auch formaler Art wieder flexibel und anpassungsfähig zu gestalten – ja, warum sollen wir uns dann überhaupt noch über Zukunft oder „Marketing für Standorte“ unterhalten. Wenn alles unmöglich

wird zu verändern, dann verändern solche hohlen Phrasen nach „bessere Präsenz in der Öffentlichkeit“ auch nichts.

Dennoch – der Versuch einer persönlich einleuchtenden Perspektive sei (im folgenden) gewagt.

Die Ursache für Qualität vermarkten, nicht Qualität als solches

Warum wurden Solinger Produkte erfolgreich? Neben äußeren Umständen, im Geschichtsteil grob dargelegt, ist es vor allem ein (einziger) Kernpunkt: Solinger „Macher“ waren innovativ, konstruktiv, verbissen detailversessen

Solingen ist eine Innovationsstadt!

Klingt großspurig, und viele Solinger werden laut lachen, wenn sie es zum ersten Mal hören, aber man kann der These nicht widersprechen: „Typisch Solingen“ und „typisch Solinger“ ist, wenn man „knöstert“, so lange probiert, bis etwas zur eigenen Zufriedenheit klappt. Solinger Mentalität ist, zu improvisieren, damit man sich perfektionieren kann. Solingern „hält et genau“, es hält ihnen genau. Es war und ist Ehre in der Mentalität (dem „mind set“) der Solinger, wenn sie etwas machen, dann machen sie es richtig und gut. Weswegen die anderen immer „knöttern“, murren und schimpfen, schurigeln und meckern, es ginge ja noch besser (wenn man ihren jeweiligen Ratschlägen folgen würde).

Warum schaffen wir nicht in Solingen – bevor wir überhaupt an Marketing denken – die Voraussetzungen dafür, dass dies auch wieder eine wirkliche Innovationsstadt wird? Durch PR und Dokumentationen, durch Veranstaltungen und Kongresse, durch Personen und Prozesse – durch „gelebte Politik“ und viele Details im gesellschaftlichen, bürgerlich-normalen Alltag.

Ein solcher Innovations-Cluster wird ja schon in Ansätzen ernsthaft und durchaus geschickt bearbeitet: Nachhaltigkeit. Ein anderer könnte „Integration“ sein, wenn man endlich aufhören würde, darunter ein „ins Deutsche eingliedern“ zu verstehen. Es geht nicht darum, bislang Fremdes „deutsch zu machen“. Integration ist das spannungsfreie, auf hohe ethisch-moralische Werte ausgerichtete MITEINANDER individueller Ansichten, unterschiedlicher Religionen und Kulturen, differenter Lebensweisen. Wenn die, die nach hier kommen, sich dieser liberalen Offenheit und Freiheit nicht anschließen wollen, dann sollten wir ihnen sagen, dass sie nicht willkommen sind. Wir haben in Deutschland ein bewährtes und nach objektiven Kriterien gutes Grundgesetz, das eine solche Vielfalt, ein friedfertiges Miteinander, seit über 60 Jahren unser Land prägt. Wir brauchen keine neuen Gesetze. Wir müssen aufhören hinzunehmen, dass manche das Grundgesetz ignorieren. Wir müssen weder politisch rechter noch linker werden, sondern wieder das Grundgesetz ernst nehmen und leben.

Und im Geiste dieser Freiheit kann, soll, muss, möge Innovationsgeist eine neue Zukunft auf längst vergangener Basis haben. Das stimmt zufällig gerade mit dem Koalitionsvertrag der CDU/FDP-Landesregierung NRW überein – was wunder, es ist ja auch nicht mehr als logisch und bitter notwendig. Ein Land, das nicht mehr wie NRW früher auf Bodenschätze seine Prosperität gründen kann, muss andere Assets suchen – beispielsweise und sehr naheliegend eben „mentale Schätze“, Know-how, Wissen und Wissenschaft, Forschung und Experiment, Entwicklung und smarte Produk-

tivität. Solche Themen sind politik-unabhängig, sie müssen Bestandteil einer jeden politisch-gesellschaftlichen Weltanschauung sein.

Doch um (schlagwortartig formuliert) „Innovations-Region“ zu sein, müssen in Solingen, im Bergischen noch verdammt viele dicke Bretter gebohrt werden. Die Zusammenarbeit oder Verbünde von Unis und jede Menge anderen Lehrinstitutionen ist das eine, Gebäude- und Verkehrs-Strukturen, Wohn- und Freizeitangebote und -konditionen müssen für eine solche „offene Stadtkultur“ optimiert werden – um nur einige zu nennen. Das ist ein Prozess über Jahre und Jahrzehnte. Aber die Dauer ist kein Grund, nicht damit anzufangen. Im Gegenteil, jedes Jahr, das vergeht, ohne dass an solche Veränderungen gearbeitet wird, bedeutet symbolisch in Kürze zwei und drei Jahre zusätzliches Hinterherhinken, Zurückgebliebensein, Rückständigkeit.

Betrachtet man globale Entwicklungen – ohne diese hier umfangreich darzulegen – stellt man fest, dass das Zeitfenster für Deutschland, „modern“ und „fortschrittlich“ zu sein, gar nicht mehr so weit offen und schon gar nicht mehr so lange offen ist.

– Noch boomt der deutsche Export, vor allem durch Technologie, Maschinen, komplexe Systeme/Lösungen/Verfahren, aber auch Chemie und Verkehrslösungen. Doch vieles von dem wird mehr und mehr „computerisiert“ und damit werden die „guten alten deutschen Tugenden“ des handwerklichen und mechanischen Könnens nach und nach abgelöst und überflüssig. Noch ist keine Panik zu befürchten, aber perspektivisch sind die Veränderungen durchaus existenziell bedrohlich.

– In Sachen individueller netzbasierter „smarter“ Kommunikation ist Deutschland längst ein rückständiges Entwicklungsland. Die Türkei und Teile Afrikas, ganz Asien und punktuell Städte und Länder in der früher oft als „3. Welt“ bezeichneten angeblichen wirtschaftlichen Diaspora sind „moderner“ mit individuell genutzten Kommunikationslösungen unterwegs als good old Germany.

– Online-/Internet-Commerce ist „big business“, boomt, verändert die bisherigen Handelsstrukturen radikal und offensichtlich unumkehrbar. Wenn Deutschland, wenn der deutsche Mittelstand nicht schnell und massiv in diesen Trend einsteigt, droht ein tödliches Desaster. Viele Sparten, Unternehmens- und Vertriebsformen sind schon tot, bei vielen Produkten haben sich alle Konditionen dramatisch geändert – auf wieviel Sterben wollen wir noch warten, bis endlich klar wird, dass wir eine historische Chance versäumt haben???

Solingen ist und wird Musterstadt für schnelle Netze, also „aufgebohrtes Internet“. Super, gut, schön, richtig, lobenswert . . . aber – und jetzt? Wo ist der Hype, wo ist die Begeisterung, wo sind die Planungen, Perspektiven, wo sind die Angebote, dass sich hier nun Menschen und Firmen ansiedeln sollen – und können ??? Wo ???

Hier haben wir nun mal ein Pfund, mit dem man wuchern könnte, und gelinde gesagt, „keine Sau interessiert“ in dieser Stadt. Das ist Solingen. Mensch, Solingen!

Prinzipien in Marketing und Werbung

Vergleichbar sind Marketing und Werbung mit anderen scheinbar „unendlich pluralistischen“ Kommunikationselementen, beispielsweise Texte und Musik. Aus 24 Buchstaben (in anderen Alphabeten ein paar mehr) oder 7 Grund- und 6 Halbtönen (oder ähnlich überschaubaren Systemen) kann man unendlich viele Worte, unendlich viel Musik schaffen. Und obwohl es unendlich viele Marketing- und Werbeauftritte und -realisierungen gibt, sind sie letztendlich auf wenige Grundregeln zurückzuführen.

Warum sollte „Stadt-Marketing“ oder Marketing im politischen Bereich etwas anderes sein als in Wirtschaft und Industrie? Wir haben es doch beide Male mit den gleichen Menschen zu tun. Und Menschen reagieren immer so, wie Menschen nun einmal reagieren. Da spielt es keine Rolle, ob man einen Sportverein oder Klopapierrollen, Fertignahrung oder einen „Lebens-, Lern- und Wirtschaftsraum Stadt“ vermarktet.

Politiker mögen ob dieser Aussage laut und vehement aufschreien und meinen, dies sei aber etwas ganz anderes. Schade. Werber lächeln über eine solche Behauptung nur und sagen schulterzuckend-ironisch „Ja, eben!“. Marketing, das der derzeitige Papst macht, unterscheidet sich nicht von Marketing für Coca-Cola: Es schafft Werte, Gefühle, Überzeugungen, für die man sich einsetzt. Indem man dazu steht, indem man etwas kauft. – Was bietet Solingen, um „gekauft oder geliebt“ zu werden?

Marketing

Ganz generell kann dieser für viele etwas sperrige Begriff sehr einfach mit „Verhalten am Markt“ übersetzt werden. Marketing macht man, ob man es will oder nicht, denn auch unterlassenes Marketing hat im Wirtschaftsleben konkrete Konsequenzen. Marketing ist längst nicht mehr nur das unmittelbare „Vermarkten“ von Diensten und Produkten im Sinne von Anpreisen und Verkaufen oder Vertrieb im Sinne von Bereitstellen und Liefern. Marketing ist die Systematik, die Denk- und Handlungsmotive von Menschen systematisch so zu beeinflussen, daß daraus ein aktives Kaufverhalten mit Bindung an eine bestimmte Marke wird. Marketing ist, einer anderen einfachen Definition zufolge, auch als „Aufbau und Pflege einer Marke als Orientierung beim Kauf“ zu übersetzen.

Um dies zu bewirken, heißen dazu die wichtigsten Regeln:

Give People visions and they will ask for the solutions.

Erst das Leitbild, dann die Lösung oder Leistung.

Ideen und Vorschläge sind besser als alternativlose Zwänge und sog. „Lösungen“, die meist nur eine zerbrechliche Kaschierung von „Vogel friß oder stirb“-Angeboten sind.

Ein Medium hat gegenüber der Materie (in Form des gezeigten, realen Produktes) den Vorteil, Gedanken und Phantasien übertragen zu können. Daher sollten Medien generell nicht überstrapaziert werden, um Realabbildungen des Produktes zu zeigen. Sondern der Logik folgen, daß etwas kaufen zu wollen zunächst einmal eine Idee ist. Medien, gedruckt oder

elektronisch, liefern also Ideen, Ideale, Inspirationen und nicht in erster Linie Waren oder Dienste.

Change the customers mind before you sell the product or service.

Nur Verlangen schafft Nachfrage; es muss Begehrlichkeit geweckt werden.

Beschäftigen Sie erst das Gehirn der Nutzer, nicht nur deren Nerven oder Finger – ein wohl entscheidender Hinweis zur Gestaltung vor allem von Internet-Auftritten. Nicht wie oft jemand klickt oder wie hoch eine Auflage ist, sind primäre Erfolgsindikatoren von Publikationen, sondern die Tiefe und Nachhaltigkeit ihrer Wirkung. Das freilich läßt sich nur indirekt feststellen; in tutto ist aber die Entwicklung der Absatzzahlen, des Umsatzes nach wie vor der beste Gradmesser.

Your customers don't know what they could expect.

Nicht warten, bis Nachfrage entsteht! Begehrlichkeit erzeugen!

Verblüffen Sie! Die Idee, daß sich eine Zielgruppe etwas ganz wünscht oder explizite Lösungen erwartet, hat längst ausgedient. Natürlich besteht permanent ein Wunsch nach Verbesserung, doch der ist so generell, daß er sich in den olympischen Evergreen „schneller, höher, weiter“ einreihen läßt. Logisch, alles soll schneller, einfacher, preiswerter werden – was denn sonst? „Das Bessere ist der Feind des Guten“ weiß das Sprichwort, doch kluge Marketer wissen: „Das Unerwartete ist der Sieger über das Gewöhnliche“.

Technology can do tomorrow what yesterday was impossible.

Schaffe Möglichkeiten zu tun, was gestern noch unmöglich schien.

Nutzen Sie das Internet anders, als Sie andere Medien nutzen und einsetzen. Die größte Differenzierung zu anderen Medien ist die Interaktionsfähigkeit das Infogaining: Jeder sucht sich selbst etwas aus. Das ist die Konkretisierung dieser Empfehlung, Technologie in neuen Dimensionen, mit neuen Funktionen einzusetzen. So zu nutzen, daß sich Verhaltensänderungen ergeben und vor allem Zeit und Mühe gespart wird. „Keep it simple!“ – die einfache Regel bestätigt sich selbst.

Sell the sizzle, not the steak.

In jedem Menschen steckt ein Visionär:

Nutzen Sie, was (sich) Menschen in der Phantasie ausmalen können.

Werden Sie niemals zu konkret, zu direkt, zu banal. Bauen Sie einen Mythos auf. Ihren eigenen! Besonders erfolgreiche Firmen berichten regelmäßig davon, daß die raffiniertesten Anwendungen und Möglichkeiten ihrer Produkte von ihnen niemals vorausgesehen wurden und daß erst die Kunden auf die Ideen gekommen sind, die die Potentiale der gegebenen Möglichkeiten jeweils in besonderem Maße ausnutzen. Es ist völlig natürlich, daß Verbraucher, Käufer, User (Nutzer) eine Sache oder eine Möglichkeit anders einsetzen oder damit umgehen, wie es die Erfinder und Anbieter eigentlich und ursprünglich gedacht haben. Das gilt in besonderem Maße auch für neue Medien, und deshalb kann man vor allem für netzbasierte, interaktive Medien gar nicht definitiv voraussagen, wie sie sich entwickeln und wozu sie noch genutzt werden.

Oder hätten Sie Mitte der 80er Jahre geweissagt, daß das Telefonnetz nur noch zu einem Bruchteil zum Telefonieren, immer mehr aber für Datenaustausch benutzt wird? Die Erfinder der Videorecorder haben in den 1970ern

geschätzt, man würde sich einen Recorder mit höchstens 5, 6 Cassetten kaufen und diese immer wieder überspielen. Statt dessen „sammeln“ die meisten Videobänder! Alle neuen Medien wurden vor allem durch Pornographie technik-flügge – nicht nur unbedingt durch tradierte kommerzielle Anwendungen. Selbst der Computer (von computare, lt. Rechnen) wird kaum noch für Rechenaufgaben, dagegen weit überwiegend für Text und Grafik benutzt.

Irrtümer, die zu denken geben

Computare, Rechnen = also rechnet ein Rechner. Dass man Text rechnen kann, dass jede Form eine Berechnung ist, dass Bilder immer schon Berechnung waren, dass Logik aus Formeln und Abwägungen aus Algorithmen – also auch Formeln – bestehen, hat man zu Anfangszeiten der Rechner glatt übersehen. Und die Bedeutung der Computer falsch eingeschätzt.

Zitate aus dem Netz gefischt:

„500 Dollar?“ gluckste der damalige Microsoft-Chef Steve Ballmer, nachdem Apple-Chef Steve Jobs 2007 das erste iPhone vorgestellt hatte. „Das ist das teuerste Telefon der Welt. Und es spricht Business-Nutzer überhaupt nicht an, weil es keine Tastatur hat. Damit ist es keine besonders gute Mail-Maschine“.

“Das Internet wird wie eine spektakuläre Supernova im Jahr 1996 in einem katastrophalen Kollaps untergehen“ . Diese ganz offensichtlich falsche Vorhersage stammt ausgerechnet von Robert Metcalfe, dem Gründer von 3Com und Erfinder der Ethernet-Verbindung, die heute der Standard für kabelbasierte Netzwerke ist.

"Ich denke, dass es weltweit einen Markt für vielleicht fünf Computer gibt". Das prognostizierte Thomas Watson, Chairman von IBM, im Kriegsjahr 1943. Und dann war es ausgerechnet IBM, das dem PC, wie wir ihn heute kennen, zum Durchbruch verhalf und ihn zum Massenprodukt machte.

"Es gibt keinen Grund, warum jeder einen Computer zu Hause haben sollte" behauptete Ken Olsen, Gründer von Digital Equipment Corp. im Jahr 1977. Naja, so ganz Unrecht hat Olsen ja nicht einmal, mitunter reicht ja auch ein Tablet.

"In zwei Jahren wird das Spam-Problem gelöst sein" versprach Bill Gates im Jahr 2004. Wie viele Spammails haben Sie heute erhalten? Derzeit macht Spam zirka 90 Prozent des weltweiten Mailverkehrs aus.

Ich habe die Länge und Breite dieses Landes bereist und mit den besten Leuten geredet, und ich kann Ihnen versichern, dass Datenverarbeitung ein Tick ist, welcher dieses Jahr nicht überleben wird. - Der Chef des US-Verlages Prentice Hall, 1957

Es gibt keinen Grund, warum irgend jemand einen Computer in seinem Haus wollen würde. – Ken Olson, Präsident, Vorsitzender und Gründer von Digital Equipment Corp., 1977

Also gingen wir zu Atari und sagten, 'Hey, wir haben dieses erstaunliche Ding sogar aus einigen Ihrer Teile zusammengebaut, was halten Sie davon, uns zu finanzieren? Oder wir geben es Ihnen. Wir wollten es einfach tun. Zahlen Sie unser Gehalt, wir kommen und arbeiten für Sie'. Und Sie sagten, 'Nein'. Dann gingen wir zu Hewlett-Packard, und sie sagten, 'Hey, wir brauchen Sie nicht, Sie haben das College noch nicht abgeschlossen.' – Apple Computer Inc. Grün-

der Steve Jobs über seine Versuche, Atari und HP an seinem und Steve Wozniak Personal Computer zu interessieren.

OS/2 wird die Plattform der 90er werden. – Bill Gates, 1989

Klar, alles Zitate aus der IT-Welt.

Aber wer wollte bestreiten, dass sie nicht sinngemäß übertragbar sind auf Politik und Gesellschaft, ganz allgemein auf Technik, Lebens- und Arbeitsstil, auf Mobilität und Kommunikation in all seinen Facetten?

Quod erat demonstrandum, was zu beweisen ist:

Es gibt nichts Neues mehr. Alles, was man erfinden kann, ist schon erfunden worden. - Charles H. Duell, US-Patentamt 1899

Tut mir leid, aber ich kann mir beim besten Willen nicht vorstellen, was U-Boote im Krieg bewirken könnten – außer, dass sie ihre Besatzungen dem Erstickungstode aussetzen. - H. G. Wells, Schriftsteller, 1901

Dieses Telefon hat einfach zu viele Mängel, als dass man es für Zwecke der Kommunikation einsetzen könnte. Das Gerät ist wertlos für uns. - Ein frühes (1876) internes Papier der Western Union zum Thema Telefon

Nach Öl bohren? Sie meinen Löcher in die Erde bohren und hoffen, dass Öl rauskommt? Sind Sie verrückt? - Ein Banker, der dazu aufgefordert wurde, eine der ersten Ölbohrungen in den USA zu finanzieren

Rutherford B. Hayes, US-Präsident von 1877 bis 1881, kommentierte die Idee des Telefons so: "Eine erstaunliche Erfindung. Aber wer sollte sie jemals benutzen wollen."

„Gitarrenbands geraten aus der Mode, Mr. Epstein.“ Das musste sich der Manager der Beatles, Brian Epstein, 1962 anhören. So begründete die britische Plattenfirma Decca Records nach einem Vorspielen der Beatles, warum sie die Band nicht unter Vertrag nehmen wollen.

Zwölf Verlage begingen diesen Fehler und lehnten Joanne K. Rowlings 1995 vollendeten Roman „Harry Potter und der Stein der Weisen“ ab. Heute sind die Harry-Potter-Bände die meistverkauftesten Bücher der Welt.

„Ich glaube an das Pferd. Das Auto ist eine vorübergehende Erscheinung!“ Diese Fehleinschätzung stammt von keinem geringeren als Kaiser Wilhelm II., König von Preußen

„Maschinen, die schwerer als Luft sind, können niemals fliegen.“ Lord William Kelvin, britischer Physiker, 1895

Und nun stelle ich mir ganz einfach die Frage, wieviele solche Irrtümer täglich in Soingen begangen werden. Im persönlich Bereich einerseits, in der Wirtschaft. Aber auch in Politik, Verwaltung, Gesellschaft.

Gleichwohl keiner sie alle und immer im einzelnen kennen kann, aber das Gefühl, dass man ihrer hier schon viel und oft begegnet ist, lässt keinen los.

Und dazu paßt, was Stanley M. Davis und William H. Davidson, ein Wirtschaftswissenschafts-Autorenduo, im Buch ›Vision 2000‹ formulieren: »Der beste Ort, um die Basis für Veränderungen in der Organisation zu suchen, ist das künftige Geschäft, und der schlechteste ist die gegenwärtige Organisation.« Sie bemerken ernüchternd: »Die gegenwärtige Organisation könnte allerdings gut vorhersagen, was Sie daran hindern wird, die Organisation zu entwickeln, die Sie brauchen.«

Aus einem meiner Essays:

DER MENSCH KANN NICHT ANDERS

Der Mensch kann nicht anders. Er vergleicht das Neue mit dem Alten. Das Auto nannte er Kraftdroschke. Es ist aber mehr als eine motorisierte Pferdekutsche. Fahrräder werden Drahtesel genannt. Lokomotiven heißen Dampfrosse.

So, wie bei der Technik, haben sich die Menschen schon immer geirrt, wenn es um die Bedeutung neuer Medien geht.

Ein Deutscher (Rudolf Hell) erfand das Prinzip des Fax. Er nutzte es für die Übertragung von Zeitungsseiten. Er bot es Siemens zum Kauf an. Damit es auch im Büro eingesetzt werden kann. Die lehnten ab. Mit der Begründung: Es gibt doch Telex. So blieb es beim Nischendasein in der grafischen Industrie.

Als Computer aufkamen, waren die Japaner gezwungen, sich eine Technologie zu suchen, die Schriften übertrug, weil die Amerikaner ihnen keine Computer lieferten, die ihre vielen tausend Zeichen darstellen konnten. Fax ist heute weltweit ein Standard-Medium.

Also, was muß man wohl in Deutschland tun, damit man seine Ideen durchsetzt? Ha! Man muß sie den Deutschen vorenthalten! Vielleicht macht man es ja den Menschen zu leicht? Was zu kaufen und zu haben ist, verachten sie. Wenn etwas wie von selbst geschieht, werten sie es gering. Aber verdammt, wenn die Computer nicht funktionieren, schimpfen sie wie die Rohrspatzen.

Wenn sie funktionieren, sagen sie, Computer seien eigentlich überflüssig.

Na ja, das ist es vielleicht! Wer etwas so leicht, so schnell, so einfach bekommt, ist doch kein Held! Und wir wollen doch alle Helden sein!

Also muß man die Grenzen immer weiter hinausschieben, das Ganze immer noch komplexer und komplizierter machen, – damit man sich damit brüsten kann, es geschafft zu haben.

Das Ende der Gemeinsamkeit. Das Ende von Hier und Jetzt.

Gesellschaftspolitische Trends im Kontext der wichtigsten Ursache bewertet

Auf den Seiten zuvor ist im wesentlichen von Solingen die Rede. Das klingt fast so, als sei in Solingen alles anders als anderswo.

Das ist so, und das ist so wieder nicht. Als Unternehmensberater habe ich in über 45 Berufsjahren gut 2.000 Unternehmen kennengelernt, aller Größen, vieler Branchen, vor allem eben der Medien- und Kommunikationsindustrie. Hatten sie alle eine Gemeinsamkeit?

* Ja * nämlich ihre Unterschiedlichkeit;

* Nein * nach der ewig-gültigen 80/20-Regel machten 80 Prozent identische Fehler (und waren unterm Strich gesehen weit überwiegend eher erfolglos) und nur 20 % hatten den Mut, kreativ-konstruktive Wege zu gehen, die zwischen Experiment und Wagnis, Vision und radikalem Bruch mit Regeln pendelten.

Die jeweils Gegenteiligen, die auf Sicherheit gehen wollten, erst einmal abwarteten statt auch mal etwas „in den Sand zu setzen“, die sich an ihrer Vergangenheit orientierten und vorsichtig taktierten – waren zum Schluss die Verlierer.

Firmen? Nein, auf der ganzen Welt geht das so. In allen Belangen, in allen Bereichen, zu allen Zeiten. So banal und abgedroschen der Satz ist, so oft genug gehört er wiederholt und „gepredigt“: Die Welt dreht sich immer weiter, will sagen, die Welt hat jeden Tag andere Konditionen als Herausforderung für die Menschen. Die Veränderung ist das Beständige – wer hätte diesen Satz nicht schon „bis zum Erbrechen“ gehört.

Und erfolgreich waren und sind die, die den Mut haben, irgendwann einmal mit der Vergangenheit zu brechen. Und das Glück haben, dafür den richtigen Zeitpunkt zu erwischen. Die die Vision haben, wie sie in eine veränderte, sich weiter verändernde Welt passen oder umgekehrt, die bereit sind, an der Veränderung aktiv mitzuwirken. Indem sie das Wort „Lösung“ wortwörtlich nehmen: Sich von der eigenen Vergangenheit lösen Neues zu beginnen. Oder sich neu zu erfinden.

(Abermals, wie war das mit „Re-invent Your Business .-. on the web“?!)

Dabei ist man keineswegs verloren in einem unübersichtlichen Chaos. Auch in der turbulentesten Revolution gibt es Strömungen, Trends, „Mechanismen“. Das Ursache-Wirkungs-Prinzip gilt immer, für alles.

Und einer der mächtigsten Trends ist derzeit und für die kommenden Jahrzehnte:

Der Ersatz der Fakten durch bloße Meinungen. Noch nicht einmal Ahnungen

„The Community of ones“ ist Realität. Ein scheinbarer Widerspruch („Die Gesellschaft der Einzelnen“).

Formal gesehen, hat uns die Medien-, Kommunikations- und Informations-Technologie paradiesische Zustände gebracht. Doch:

Inmitten der technischen Möglichkeiten, jederzeit beliebige Verbindungen aufzubauen – Erreichbarkeit und Reihweite „total“ – schwin-

det permanent die Wirksamkeit der Botschaften, die Kraft der ‚messages‘, die Sinnhaftigkeit des Contents (Inhalts) – weil jeder individuelle Datenquellen hat. Wir sind nicht mehr – werden nie mehr sein – eine Gesellschaft der in etwa gleich Gebildeten, Informierten, Denkenden.

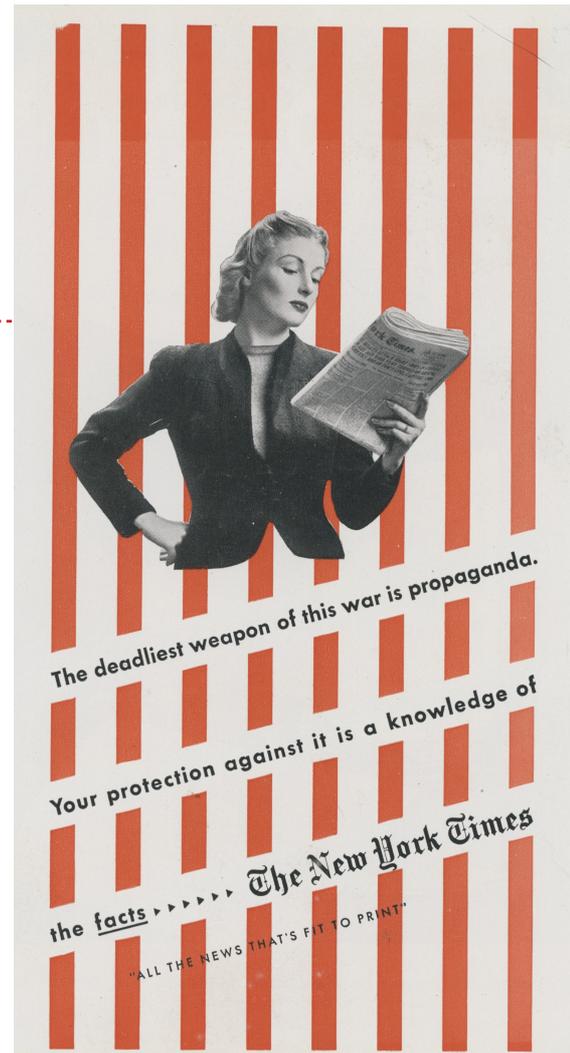
Kommunikation, ob privat oder geschäftlich, „pull“ oder „push“, wird zur leeren Hülse. Wie eine Frucht ohne Saft, ohne Vitamine, ohne Nutzen. Wir müllen uns mit Informationen zu, allein wir haben fast keinen Vorteil daraus. Warum?

Viel zu lange haben wir geglaubt, Informationstechnologie (und Medien, die ganze IT-/Computertechnik) seien eine „Lösung“. Doch wofür? Und wie? Warum? – Auf solch einfache Fragen hat man im allgemeinen kaum eine Antwort. Dagegen wird das Dilemma immer größer:

- ▶ Werbung scheitert. Weil sie nicht mehr ihre Aufgabe, ihren Sinn erfüllt. Sie ist nur noch sehr selten inspirierender Impuls. Meist ist sie lästiges Geschwafel, sie nervt. Millionenaufwendungen sind in den Sand gesetzt.
- ▶ Die Menge der uns erreichenden Informationen mehrt weder unser Verständnis noch Wissen; im Gegenteil: die Unsicherheit, etwas nicht zu wissen und in Folge dessen falsch zu machen, nimmt dramatisch zu. Statt aufgeklärt zu sein, haben immer mehr Menschen immer mehr Angst.
- ▶ Je mehr wir durch mediale Nachrichten, News, Special Reports über die Welt (und uns, das Leben ringsum) wissen, desto komplexer und komplizierter erscheint es uns. Infos sind keine Aufklärung mehr, sondern die pure Verunsicherung. Bis wir „abschalten“ und lethargisch werden.
- ▶ Die Reizüberflutung, die Informationslawine machen uns definitiv *summa summarum* nervös, also krank. Wir arbeiten täglich hunderte von Emails ab, um uns am Abend als ausgelaugt zu fühlen oder zu resignieren: Trotz Anstrengung und Stress kaum etwas wirklich Substanzielles erreicht.

Noch mehr ließe sich anführen, die Tendenz ist klar, das Problem erkennbar: Das bloße Kommunizieren auf irgendwelchen medialen Wege, die pure Botschaft als solche ist für uns (berufstätige, unternehmerische) Menschen weder Hilfe noch von Nutzen, wenn nicht bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind.

Und genau darauf muss sich eine Stadt(gesellschaft) einstellen, wenn sie fit sein oder werden möchte für eine wahrnehmbare Rolle in der Zukunft.



1. Ende der formal-deterministischen Zielgruppen

Es gibt keine zwei Personen gleichen Wissens mehr. Daher ist das Ende der Massenkommunikation gekommen. 1:1-communication ist „must to have“ – zielgruppenfragmentiertes Marketing ist Pflicht. Die Segmentierung von Information und Werbung muss viel weiter gehen als bisher. Vor allem muss sie sich an neuen Fakten orientieren. Die Weltbevölkerung teilt sich nicht mehr nach politischen, religiösen, wirtschaftlichen Gruppen. Sondern nach emotionalen Clustern.

- ▶ Papier wird zum ex- und hopp-Gegenstand: Computer informieren, Drucksachen animieren. Früher war das umgekehrt. 80 % des Weltwissens ist jünger als ein Jahr. Drucksachen sind nach einem halben Jahr zur Hälfte schon veraltet.
- ▶ Die Welt wird virtuell. Die Realität findet in Datenbanken statt. Wir leben nicht in Kontinenten und Ländern, sondern in Netzen und durch unsere Provider. Fällt der Strom aus, sind wir tot.

2. Unser Verhalten bleibt dem faktisch Möglichen weit hinterher

Die Medienindustrie ist auf diese Entwicklungen gut vorbereitet und dafür gerüstet. IT/Computer + Netze, Programme und Format-Standards: Medienkonvergenz (Poly- oder Multi-Media) sind real ökonomisch möglich. Einzig die Werber sind noch weit hinter der Entwicklung her und scheuen diese Vielfalt oder 1:1-Kommunikation. Viele Werbetreibenden und Marketer übrigens auch – vor allem (geistig) ältere.

- ▶ Wir brauchen eine Generationen-Revolution: lasst die „digital natives“ („Digitale Eingeborenen“ = junge Menschen, die mit dem Internet und Mobiltelefon/PDA aufgewachsen sind) „ihr eigenes Ding drehen“ – und lasst die bürgerlich-gebildeten weiterhin in Büchern träumen. Die Welt ist ohnehin vielfach gespalten. Trennt sie endlich auch konsequent nach Kommunikations-Welten.
- ▶ Vor allem die (Zeitung-, Zeitschriften- und Literatur-) Verlage machen derzeit einen sauschlechten Job. Sie kapieren nicht, was vorgeht. Und sind daher weder ein gutes Vorbild noch ein akzeptabler Partner für die Werbe- und Kommunikations-Wirtschaft.

3. Polymedia ist Alltag

Die nächsten Jahre werden gekennzeichnet sein durch eine rasche Medienkonvergenz. Es wächst zusammen, was digital zusammenpasst – Multimedia wird Realität. In vielen Berufen. In der ganzen Kommunikation. Als Teil des alltäglichen Lifestyles.

- ▶ Es muss eine massive „Nachschulung“ aller Berufstätigen in „Kopferker-Berufen“ stattfinden: vom Top-Management bis zu jedem einzelnen Mitarbeiter, der in irgend einer Art und Weise intern oder extern kommuniziert. In jeder Branche, jeder Organisation, Behörde – überall.
- ▶ Schulen, Universitäten, Ausbildungsstätten und Lehrpläne müssen massiv auf diese neue Realität angepasst werden. Der jetzige Rückstand weitet sich zur wirtschaftlichen Katastrophe für rohstoffarme Länder. Bis auf viel zu wenige Ausnahmen ist das, was wir als IT im Lehr- und Ausbildungsplan und -Bereich vorfinden, schlichtweg digitale Steinzeit. Gerade mitteleuropäische Industrieländer haben längst den Anschluss zur Weltspitze verloren (von einigen, aber eben zu wenigen Ausnahmen abgesehen).

4. Nicht „lesen“, sondern „gucken“ oder „hören“ kennzeichnen Medienkonsum

Egal wo, die Lese-Fähigkeit von Menschen sinkt rapide. Jugendliche können kaum noch mit Text/Sprache umgehen, ältere haben kaum noch die Zeit für „lange Texte“. Info-Hopping, Zapping, Medien-Surfing sind Lifestyle. Je stärker die „immer als neu“-Reize, desto schneller muss sich das „immer alles neu“-Karussell drehen.

- ▶ Texte sind zwar nicht out. Aber diejenigen, die sie verwenden können, werden weniger. Multimediale Ergänzung macht also Sinn (one content – multimedial formatting).
- ▶ Medienkonvergenz verlangt Medienkompetenz – und umgekehrt: nur wer medienkompetent ist, kann polymedial agieren (gaining & broadcasting, selbst empfangen & senden/versenden).

5. Medien sind „Lifestyle-Tools“. Kommunikation dient dazu, „Held zu sein“.

Mediennutzung hat nur einen Zweck: die Unität des „homo communicatis“: der „moderne Mensch“ erwartet, alles-jetzt-hier erledigen zu können. Er verlangt, durch digitale Kommunikation und Medien-Devices „allmächtig“ zu werden. Alles ich – hier sofort.

- ▶ Medien (und deren Content) sind längst schon nicht mehr Einbahnstraßen mit Dokumentationen, Präsentationen, „Dargebotenem“. Sie sollen und müssen interaktiv sein – eine unmittelbare Funktionalität und Kommunikation zulassen.
- ▶ Medien sind „Sublimations-Instrumente“ – sie ersetzen andere, bisherige Gewohnheiten, Verfahren, Möglichkeiten. Das, was man früher durch Ortswechsel (hinfahren, hingehen) erledigen musste, können heute Medien besorgen. Zeiten und Entfernungen können gleichermaßen überwunden werden. Die Digitalisierung macht Aufzeichnung, Versendung, Verarbeitung fast schon nach Belieben möglich. Multi-Media (Polymedia, Medienkonvergenz [also das Zusammenwachsen] ist längst Realität.

6. Medien sind die Verbindung zur Welt – eine Nabelschnur

Die Folge ist, wer andere erreichen will, muss mit der richtigen Informat im richtigen Medium in der richtigen Aufmachung zur richtigen Zeit beim richtigen Empfänger sein. Ohne dem wird man nicht (mehr) wahrgenommen.

- ▶ Die Kommunikation über eine Ware oder Dienstleistung, über sein eigenes Tun wird (oft, sehr oft) wichtiger als das eigentliche Produkt, der Service, die Tätigkeit oder der konkrete Nutzen selbst. „Tue Gutes und rede darüber“ wird zum zentralen Paradigma. Und leider auch die Umkehrung: „Rede so lange über etwas (Böses), bis man sich daran gewöhnt hat und es normal erscheint“. Die Urteilsfähigkeit einzelner Menschen über einzelne Dinge, Vorgänge, Zusammenhänge, Personen, Umstände lässt im umgekehrt proportional zur Informationsflut ab: je mehr Infos, desto weniger Klarheit.
- ▶ Wahrnehmung von Informationen ist unmittelbar mit ihrer Aufmachung, ihrer medialen Form (Text, Bild, Film, Ton – oder eine Kombination davon), dem Verbreitungskanal und anderen Faktoren abhängig. Nichts setzt sich mehr aufgrund seiner inneren, eigentlichen Güte durch. Wis-

sen ist ein Zustand, wenn jemand beschließt, weiter zu lernen. Die Welt ist nicht mehr real – sie wird nur noch im Spiegel der Medien(darstellung) wahrgenommen. Und umgekehrt: Was in den Medien zu sehen und hören ist, IST Realität – unabhängig von der wirklichen Realität des vermeintlich Echten und Wahren.

7. Die gesamte Wertewelt (der Individuen und ,der Gesellschaft') verschiebt sich massiv.

Technik wird un-sexy. Sie hat zu funktionieren. Basta. Multifunktionalität, funktionale Qualität und „immer mehr, immer besser“ sind keine Sensation mehr, sondern das Selbstverständliche, ohne dem es nicht geht und was jeder erwarten darf. Was dabei auf der Strecke bleibt – und immer mehr zum big business wird – ist die Emotionalität des Menschen. Die Sehnsucht nach Direktheit, Geborgenheit, Verstandesein, Unbekümmertheit – also nach Wohlgefühl explodiert geradezu! „Kompliziert“ oder „un-cool“ (alter Begriff: ärgerlich, abzulehnen) ist nicht etwas Komplex-Schwieriges, sondern das, was nicht auf direktem Wege Wünsche erfüllt. Und umgekehrt.

- ▶ Mit einer an Dramatik nicht zu überbietenden Massivität brechen bisherige sozio-demografische, politisch-kulturelle, weltbildlich-wirtschaftliche „Kulturen“ oder „Völker“ in sich zusammen, indem sie sich zu neuen Clustern, den „communities“ gruppieren. Chemiker würden sagen: Die Substanzen nehmen spontan und abrupt einen anderen Aggregatzustand an. Sie wandeln sich grundlegend, verlieren ihr bisheriges Wesen und werden zu etwas Neuem. Alle „alten“ Merkmale der Gruppierung von Menschen (Sprache, „Volk“, Staatszugehörigkeit usw.) werden durch Kommunikation + Medien ausgehöhlt, ad absurdum geführt und völlig nutzlos. An ihre Stelle treten spontane Cluster unvorhersehbarer Größe irgendwelcher Menschen gleicher Interessen. Diese Cluster sind oft nur virtueller Natur und von kurzer Dauer. Das ganze erinnert an das Dilemma der Atomphysik („Heisenberg'sche Unschärferelation“) von einem Atom (= einzelnen Menschen) nie mehr als eine Eigenschaft gleichzeitig feststellen/messen zu können. Zeitbruchteile später kann wieder alles ganz anders sein.
- ▶ Der logische Widerspruch „community of one“, die „Einzelmensch-Gruppe“, wird Realität – zugleich absurd-unfassbar und doch handfeste, folgenschwere Realität: Werbung und Kommunikation, Wirtschaft und Politik kommen nicht mehr an früher noch einigermaßen genau definierbare „Zielgruppen“ heran. Das eine Merkmal taugt nicht mehr, ein anderes abzuleiten (Beispiel: Arbeiter, alt, relativ arm, verwitwet = schaut welchen Sport...?, hört welche Musik ...?, isst was am liebsten ...?). Die Umkehrung daraus: 1:1-Marketing bzw. „Communication on demand“ ist die einzige Möglichkeit, diesem Dilemma zu entgehen.

8. Werte korrelieren mit der Maslow'schen Bedürfnispyramide: Welcher emotionale Drang/Zwang ist derzeit aktiv?

Preise sind der Wert einer Sache oder Dienstleistung. Wer Umsatz machen will, muss auf Werte achten und diese pflegen. Wer am Markt ernst genommen werden will, muss sein Profil klar zeigen und es leben. Der werte-armen Gesellschaft muss man Wertvolles, Bedeutungsvolles, Sinnvolles entgegensetzen. Denn wir entwickeln uns zu „communities by communication“.

- ▶ Keine Entwicklung zeigt Kontinuität (außer vielleicht genau dieser). Es baut sich deshalb ein immer größer werdendes Dilemma auf, dessen Lösung keinem bekannt ist: um interessant zu bleiben, muss man Beste-

hendes ständig verändern. Eine ständige Veränderung führt aber zur Desorientierung einschließlich der Gefahr, das Interesse daran zu verlieren. Ein circulus vitiosus („Teufelskreis“) mit maximaler Sprengkraft.

- ▶ Bislang galten andere Personen als Vorbilder, denen man nacheiferte (wer es denn wollte). Und: Autarkie (Selbständigkeit, Persönlichkeit, Stärke) galt als Ideal. Neu und wohl zukünftig: Was „angesagt“, „cool“, „in“ ist, entnimmt man den Medien (ungeprüft, wer es warum wann wie wo in die Medien einschleust). Ob eine Person „Klasse hat“, lässt sich erst feststellen, wenn man sie mit einem Trend verglichen hat, der im Medium der eigenen Wahl (des momentanen Vertrauens) veröffentlicht ist (und dieses Medium kann durchaus auch durch die Meinung der Clique, der Gang, der ‚Religion‘, der Fan-Gemeinde sein, der man sich zugehörig fühlt, ersetzt werden). Ergo: Glaube keinem Medium, das Du nicht selbst manipuliert hast ... :-)

9. Welche Medien-Rolle spielt man selbst?

Medienkonvergenz ist Arbeits-Alltag. Jeder Berufstätige muss medien-kompetent sein. Jedes Unternehmen ist ein „Verlag“ – es lebt einzig und allein durch die strukturierte Aufbereitung und Verbreitung von Informationen. Egal, was es herstellt oder anbietet.

- ▶ „Persönlichkeitsbildung“, „Profilierung“, „Charakterstärke“, „selbst sein“ – das kann man je länger, desto konsequenter nur, wenn man sich aus der Manipulations-Macht, der Gehirnwäsche entzieht, die Medien ständig mit uns vorhaben und anstellen. Medien wollen uns massiv mental beeinflussen – Kommunikation ist nie wirkungslos! Die große, fast schon größte Not heranwachsender Menschen – und umgekehrt, die Erklärung, warum immer mehr ältere Menschen nicht mehr „erwachsen“ werden –, sind Angst+Ratlosigkeit+Unvermögen, sich eine eigene Meinung zu bilden, daran zu glauben, sie zu verteidigen und sich mit ihr glücklich zu fühlen. Mit anderen Worten, es fehlt am Mut, sich zu irren. Statt dessen hetzt man (viel zu oft, viel zu viele) durch die Medien und ihren Verführungen hinterher.
- ▶ Umkehrt: Kommunikation und Medien sind ja nicht per se, von vorne herein Teufelswerk. Schließlich gelten sie als Wegbereiter unserer heutigen Kultur. Anzunehmen, dass sie auch weiterhin im positiven, nützlichen Sinne dienlich sein können. Wie aber bedient man sich ihrer, ohne Gefahr zu laufen, missachtet, missverstanden zu werden oder Gegenteiliges der beabsichtigten Wirkung zu provozieren? Abermals heisst die Schlussfolgerung: Medienkompetenz ist eine Schlüsselqualifikation.

10. Content, ergo sum

Von wegen, ich denke (cogito), also bin ich (ergo sum). Denken ist flüchtig. Man „ist“ nur, wenn man medial etwas zu bieten hat, was wert ist, die ursprünglichen Beschränkungen von Zeit+Raum zu überwinden! Medientechnologien, Produktions- und Distributionswege verursachen immer weniger Kosten. Der Inhalt (Content) wird immer teurer – durch seine Qualität und damit verbundene (internationale) Rechte (Copyright u.ä.).

- ▶ Noch gibt es nicht einmal im Ansatz Lösungs-Gedanken, wie man den Widerspruch überwinden soll, das einerseits Kommunikation (worin das Wort comune, Gemeinschaft, steckt; Kommunikation = eine Gemeinschaft herstellen oder stützen) „frei“ und „ungehindert“ sein muss. Und

andererseits alles, was man selbst kreiert – letzten Endes jeden Satz, jedes Bild, Foto, jeden Ton, jedes medial Etwas – dem Urheberrecht unterliegt. Und dieses Recht weltweit bares Geld wert ist (oder sein kann, wenn man es will).

- ▶ Was bleibt von einem Menschen, wenn er stirbt? Allenfalls (hoffentlich) nette Erinnerungen im Geist anderer Menschen – bis auch die sterben. Schon längst lehrt die Geschichte: die Zeiten „überdauert“ nur, was irgendwie medial aufgezeichnet wurde. Einst auf Stein, jüngst auf Papier, danach bereits auf Ton- und Bild-Trägern und neuerdings eben digital in Netzen/auf Servern, Datenträgern, in Datenbanken – oder auf Festplatten, die immer dann ihren Geist aufgeben, wenn man Geist man meisten gebraucht. ;-(

Es wäre schön, wenn in Solingen mehr Menschen als heute ahnen, begreifen, realisieren und in Angriff nehmen könnten und würden, dass eine Veränderung der Stadt, der Gesellschaft, nur dann durch jetzige befugte Hierarchien und Institutionen gelingt, wenn sie zunächst einmal ihr gesamtes Kommunikationsverhalten ändern.

Die Konzepte und Rezepte, einander zu begegnen und Beschlüsse zu fassen haben sich längst totgelaufen und überholt – „Politik“, so wie wir sie heute kennen, läuft ins Leere, wird von Tag zu Tag weniger ernst genommen.

Und Zufriedenheit bei Bürgern kann sie nie mehr erreichen, wenn sie nicht gleichzeitig eine vollkommen andere kommunikative Rolle spielt.

Wir verleihen in Solingen – und sind stolz darauf – die „Schärfste Klinge“, ein Ehrenpreis. Wir ironisch, dass der Solinger Politik insgesamt die Klingen stumpf geworden sind, weil sie weder medial noch kommunikativ dem Geist der Zeit entspricht.

Man schaue sich die Homepages der Parteien an. Und weine, weine, weine.

Zwischen Links und Rechts herrscht Einigkeit. Man distanzieren sich vom Bürger, qua Körpersprachen-Symbolik. Seht her, ich beschränke mich selbst – auf mich selbst ääh, oder ? !



Willkommen bei der AFD Stadt Solingen

Schwurbeleien

„Geschwätz, alles Geschwätz!“ – das ist der oft gehörte, nie versiegte Vorwurf in Richtung Politiker aller Gremien (neben dem verleumderischen „die stopfen sich eh nur die Taschen voll“). Ist dieser Eindruck, Politiker und „die da oben“, Verbände und vom Staat bezuschusste Institutionen schwätzen nur, auch nur Geschwätz?

Nein. Vor allem bei Menschen, die sich durch das Feedback ihrer Leistung und Verantwortungsübernahme für ihre Fehler Geld verdienen mussten oder müssen (und das ist regelmäßig in allen Bereichen der freien Wirtschaft der Fall), stoßen die verbalen Schwurbeleien (ich nenne sie an anderer Stelle gerne, oft und aus Überzeugung „akademische Verblödung“) auf eine Art permanent aktivem Wut-Auslöser. Was wunder, wenn wieder weihervoll warme Worte wabern. Ein Beispiel (stellvertretend für viele):

*Liebes BnE-Netzwerk, liebe Interessierte,
nach unserem ersten BnE-Stammtisch für Aktive, die sich für „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BnE) im Bergischen Land einsetzen, möchte der BnE-Arbeitskreis Sie nun ganz herzlich zum ... einladen.
Hier haben Sie die Möglichkeit in lockerer Atmosphäre mit kühlen Getränken und veganen Leckereien weitere Aktiven aus dem Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung kennenzulernen, sich über Potenziale und Herausforderungen Ihrer Arbeit auszutauschen und Perspektiven für eine verstärkte Zusammenarbeit im Bergischen Land zu entwickeln.
Sie haben Lust sich mit weiteren Aktiven aus dem Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung in lockerer Runde auszutauschen? Sie möchten neue Projekte kennenlernen und Ihre Erfahrungen teilen? Sie haben Ideen und Anregungen für die Arbeit des BnE-Arbeitskreises? Dann seien Sie dabei!
Gerne können Sie die Einladung an weitere Interessierte weiterleiten.
Wir freuen uns auf ihr Kommen und einen regen Austausch in lockerer Umgebung.*

*Nur die gute Erziehung hält mich davon ab, zynisch zu schreiben, bevor man „Deutsch für Ausländer“ fordert, müsse „Deutsch für Inländer“ erfolgreich eingeführt sein. Das Netzwerk ist also eine Person, die angesprochen wird. „Möchte ... einladen“. Warum tu er's nicht. Und ist ein Arbeitskreis wirklich Mann oder nicht auch eine Kreis*In? Kühle Getränke, lockere Atmosphäre – ja, solls verkrampft sein, wenn's heiß hergeht? Perspektiven entwickeln? Nein, nein, nein: Perspektiven sehen und allenfalls (Lösungs-) Möglichkeiten entwickeln. Sie haben Lust, auszutauschen? Warum soll ich mine guten Ideen für die schlechten anderer tauschen? Kennenlernen, das wäre schon was anderes. Möchte ich meine Erfahrungen teilen? Nein, mehr, verdoppeln. Wir freuen uns auf Ihr Kommen. Ja, wie ist das jetzt wieder gemeint ... – – –
– Schwurbel, schwurbel, schwurbel.*

So begeistert man nur diejenigen, die Reden für Tun und Perspektiven für Erreichtes halten. Aber keine Bürger, die voll im Erwerbsleben stehen oder ein solches aus ihrer Vergangenheit kennen.

Das ist ein Bild von Politik, das Verdrossenheit erzeugt (wie gesagt, nur ein Beispiel für Millionen anderer).

Sehr sehr schade, denn die Sache an sich hätte es absolut nicht verdient, kaputtgeschwurbelt zu werden. Weil sie eine zentral wichtige ist. Aller Unterstützung wert. Aber mal ehrlich: Mit solchen Theoretikern den - Abend verbringen? Neeee, das dann doch nicht.

Es gab mal vor Jahren, als Franz Haug von der CDU zur Wahl zum Oberbürgermeister anstand (damals gewählt, inzwischen Ex), las man auf Plakaten den Slogan, seiner schwäbischen Herkunft gemäß „Schaffe, net schwätze“. Selten genug stimme ich der CDU Parolen zu, aber in diesem Fall aus vollem Herzen – auch nachträglich.

So tun als ob – oder: Alles für die Katz

Es gab eine Ära in Bundesrepublik-Deutschland, das setzte man sich ernsthaft mit dem politischen Gegner (jedenfalls wurde es so dargestellt) auseinander, dem Sozialismus à la Kommunismus. Um dessen propagandistische Dialektik zu verstehen – und damit vor allem das System, wie die damalige DDR existierte – gab es diesen Kalauer; den, hatte man ihn verstanden, auch ansonsten für den Rest des Lebens nützlich war und ist.

„Was ist dialektischer Materialismus?“

- „Wenn jemand in einem stockfinsternen Raum eine schwarze Katze sucht und
- obwohl er weiß, dass keine vorhanden ist – laut ruft, ‚Ich hab’ sie!‘“

Das „so tun als ob“ – es war „Markenzeichen“ der sich kommunistisch nennenden Sowjetunion und/oder der deutschen undemokratischen Republik namens DDR. Jeder wusste, der Fünfjahresplan war nicht erfüllt – aber alle feierten seine Erfüllung. Man lobte das Wohlergehen des Volkes, und jedem im Volk ging es schlecht – außer denen, die sich qua Politkarriere vom Volk distanzieren. Man dopte systematisch Sportler – um sie als Beispiel für die Überlegenheit des Sozialismus zu glorifizieren.

Alles Vergangenheit? Nein, ganz im Gegenteil. Mehr denn je kommt zutage, dass 1989 bei der so genannten Wende und Vereinigung nicht der Westen den Osten „übernommen“ hat, sondern der Westen begann, wie der damalige politische Osten zu sein. Nämlich verlogen.

Nahrungsmittelindustrie, Pharmazie, Gesundheitswesen heute: Die Dimensionen der Lügen sind unfassbar, Betrug ist längst gesellschaftsfähig. Politik? Da halten wir es mehr denn je mit dem ersten Kanzler der Bundesregierung, dem „ollen“ Adenauer (schon wieder CDU), von dem sprichwörtlich überliefert ist „Was schert mich mein Gerede von gestern?“ – Lügen, das Mittel der Wahl. Steuerhinterziehung ist Volkssport. Korruption ist an der Tagesordnung. Je größer die Konzerne, desto gewaltiger der Betrug, so kommt einem die Formel vor. Von Diesel bis Amazon, Apple und andere Steuerflüchtende,, von Kriegsgreueln und deren Propaganda bis zu einem durchgeknallten US-Präsidenten, von Lüge und Unterdrückung bis zum alltäglich Cyber-War, dem Krieg im Internet – Moral, Gerechtigkeit, Aufrichtigkeit und Menschlichkeit sind, so scheint, flächendeckend auf der Strecke geblieben. Es wäre vielleicht gar nicht zu ertragen, würden wir's nicht einfach ignorieren. Und so tun, als ob. Als ob die Welt in Ordnung und völlig ok wäre.

Wie soll in einem solchen allgemeinen Klima von – oder bei der allgegenwärtigen Gewöhnung an – Schein statt Wirklichkeit, Schönfärberei statt kritischer Analyse, Selbstherrlichkeit statt dienendem Einsatz, eigener Vorteilsnahme statt sozialem Engagement, kurzfristigem Vorteil statt solider Nachhaltigkeit eine Vision entwickelt, wie sollen da Ideen und Möglichkeiten aufrichtig und objektiv, sachlich und fundiert diskutiert werden, wie will man Konsens finden, der viele

und vieles umfasst, wenn Egoismus pur zur allgemeine Lebens- und Handlungsformel wird ???

Damit es zwischendurch wieder einmal etwas zu lachen gibt, hier die einst so hoch gelobte Kant'sche Kategorische Imperativ: „Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde.“ – oder in einer anderen Fassung von ihm selbst: „Handle so, daß die Maxime deines Willens jederzeit zugleich als Prinzip einer allgemeinen Gesetzgebung gelten könne.“ // Auch als deutsches Sprichwort bekannt: „Was Du nicht willst, das man Dir tu, das füg' auch keinem andren zu“. Oder als demokratisches Ideal: „Deine Freiheit endet, wo die Freiheit eines anderen beginnt“.

Wir lügen uns ständig etwas in die Tasche. Das mag bei einzelnen Personen und in spezifischen Situationen anders sein. Beim auch hier viel zitierten „unter'm Strich“ (engl. „At the end of the day“) feiert das „Prinzip DDR“ fröhlichen Urstand.

Da wird das Flickern von Löchern mit ein paar Schaufeln Teer als „Straßenanierung“ bezeichnet. 1.000 Euro städtischer Zuschuss, wo 5.000 angebracht und notwendend gewesen wäre, heißt dann Unterstützung, Beihilfe, Anschubfinanzierung. Ehrenamt wird schon allein deshalb gelobt, weil ohne Ehrenamtler der Staat ins Chaos versänke. Provisorien und Minimalismen werden zu Fortschritt und paradiesischen Zuständen verklärt – ganz wie einst in Sowjetrußland, der DDR, dem „Ostblock“.

HO-Laden, hochgelobt

Ich erinnere mich noch sehr gut an die Diskussionen vor und nach dem Zusammenbruch der DDR (komisch: gut die Hälfte der heute in Deutschland lebenden Bevölkerung hat gar keine persönlichen Erinnerung mehr an diesen Horror-Staat auf deutschem Boden; obwohl jüngste Geschichte, fast schon längst vergessen) unter anderem aus westlicher Sicht gehöhnt wurde, das ganze könne ja auch nicht funktionieren, da es keine freie Marktwirtschaft gäbe und der gesamte Handel subventioniert sei.

Da gibt es, um zu zeigen, wie sehr die DDR überlebt hat, in der Solinger Hasseldelle einen Tante-Emma-Laden, die Beroma. Es ist sogar eine Genossenschaft (*löblich, ganz im Ernst!*). Der Laden ist für Kleinstenkäufe super, für Single-/Rentner-Haushalte, für viele Kleinigkeiten (beim Discounter nicht dran gedacht), für „mal eben schnell & zwischendurch“. Und nach Hause gebracht werden Einkäufe auch. *Alles super-positiv, alles bestens, größtes Lob der Idee und dem Durchhalten der Betreiben.*

Wäre da nicht der DDR-Mief. Der Laden wird massiv bezuschusst, über die staatliche Bezahlung von 1-Euro-Jobber. Die Miete entspricht nicht üblichem Standard. In der freien Marktwirtschaft wäre er wahrscheinlich schon nach einer Woche hoch überschuldet und müsste zumachen. So toll es ist, dass es den Laden gibt, die Lobhudelei, die er erfährt, ist mega-Peinlich. Jedes Lob wäre angebracht außer denen, mit denen er aus der Politik überschüttet wird: Beispiel für ganz Deutschland, Beispiel für funktionierende Nahversorgung, Modell für die Zukunft, Agenda-Preis (Nachhaltigkeit), „trägt sich selbst“ ... – Nochmal, der Laden ist gut. Die Verklärung ein Armutszeugnis für konstruktive Analytik.

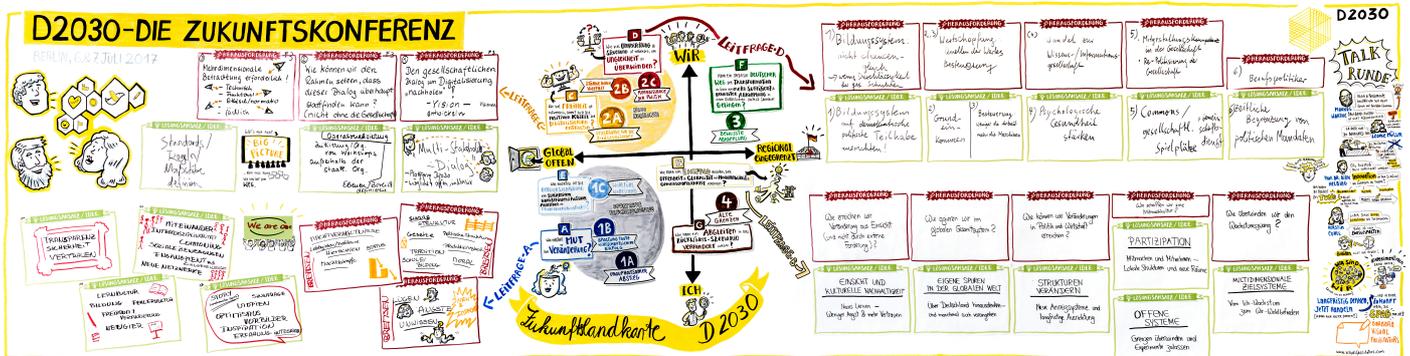
Nein, es ist und bleibt wohl auch ein „DDR-Laden“, voll-subventioniert. Die Ironie ist, hier im Westen funktioniert, was im Osten gescheitert ist. Aber ein in die Tasche lügen ist es trotzdem.

Wollen wir so den Zukunfts-Diskurs gestalten?

Aus der taz: Erinnerung ans Zehnjährige

Der letzte große Entwurf, den es davor gab, war „Zukunftsfähiges Deutschland“, der im Jahr 2008 vom Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie zusammen mit den Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) und der Evangelischen Kirche formuliert wurde. Das umfassende Nachhaltigkeitsszenario, das viele notwendige „Wenden“ (Energiewende, Verkehrswende, Agrarwende) vorzeichnete, hat aber erstaunlicherweise nie eine Aktualisierung erfahren.

<https://wupperinst.org/p/wi/p/s/pd/384/>



2017 fand unter dem Buzzword D2030 eine Kolloquium statt, das sich der Mühe unterwarf, ein Zukunfts-Szenario für Deutschland zu skizzieren. Einerseits ein Beweis für meine These, dass die um sich greifende „Verakademisierung“ das Gegenteil von dem schafft, was nützlich ist. Ich bin mit Leib und Seele Ingenieur. Ich bin auf Lösungswege fixiert, die den Nutzen bringen, einen gewünschten Effekt zu erreichen. Akademisierung wird immer mehr, ist viel zu oft l’art pour l’art, mentale Selbstbefriedigung. Doch mich persönlich erschreckte eine Folie aus einer Keynote noch mehr:

Leitfragen



Leitfrage A:
Wie entsteht „Mut zur Veränderung“?

Leitfrage B:
Wie kann ein Zielpfad aussehen, der Offenheit und Globalität mit Nachhaltigkeit und Gemeinschaftlichkeit verbindet?

Leitfrage C:
Wie viel Freiheit ist notwendig, damit sich die positiven Kräfte der Digitalisierung entfalten?

Leitfrage D:
Wie viel Umverteilung und Steuerung sind notwendig, um Ungleichheit zu überwinden?

Leitfrage E:
Wie wichtig sind die Berücksichtigung von subjektivem Wohlbefinden und politischer Akzeptanz im Transformationsprozess?

Leitfrage F:
Kann ein spezifisch deutscher Weg der Transformation im Sinne von mehr Suffizienz und bewusster Abkopplung in einem globalisierten Umfeld überhaupt gelingen?

Leitfrage G:
Wie kann ein Abgleiten in das Rückwärts-Szenario verhindert werden?

Richtig gedeutet bedeutet dies:



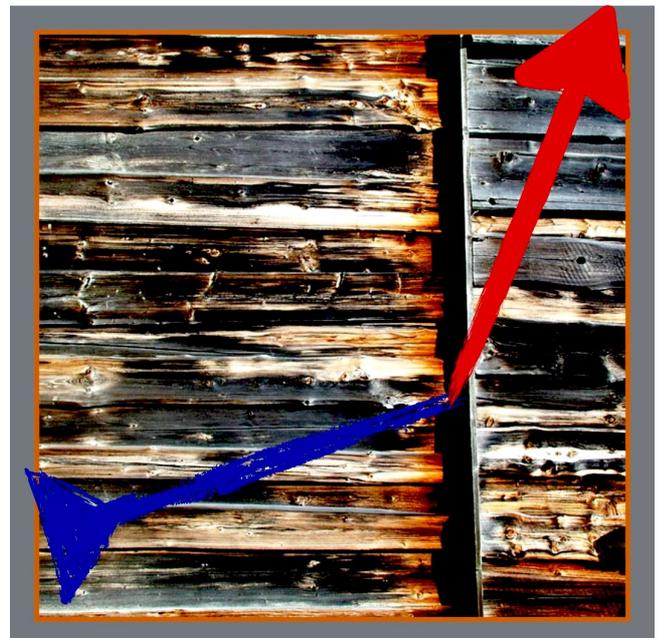
- ◆ *Wir haben in D keinen Mut zur Veränderung, wir müssen ihn erst schaffen*
- ◆ *Bevor wir Ziele formulieren, wird schon einmal formuliert, wie das Ziel auszusehen hat*
- ◆ *Wir haben Freiheit, aber wir wissen nicht, ob sie wirksam ist*
- ◆ *Wir halten eine ideale Gleichheit aller mit allen und alles für machbar*
- ◆ *Persönliches Wohlergehen kann und soll von außen vorgegeben werden*

- ◆ *Wir träumen möglicherweise zumindest partiell immer noch von einem „deutschen Weg“ in der und trotz Globalisierungs-Realität*
- ◆ *Wir sind gar nicht sicher, ob wir Zukunft als etwas neues betrachten, sondern halten viel zu oft oder in erkennbarem Maße die Zukunft für eine Fortsetzung der Vergangenheit*

Doch eins ist gewiss, und darauf müssen wir uns einstellen, wenn wir nicht von den Ereignissen auf dem Globus überrannt werden wollen; in Deutschland, in Solingen:

Nichtlineare Zukunft

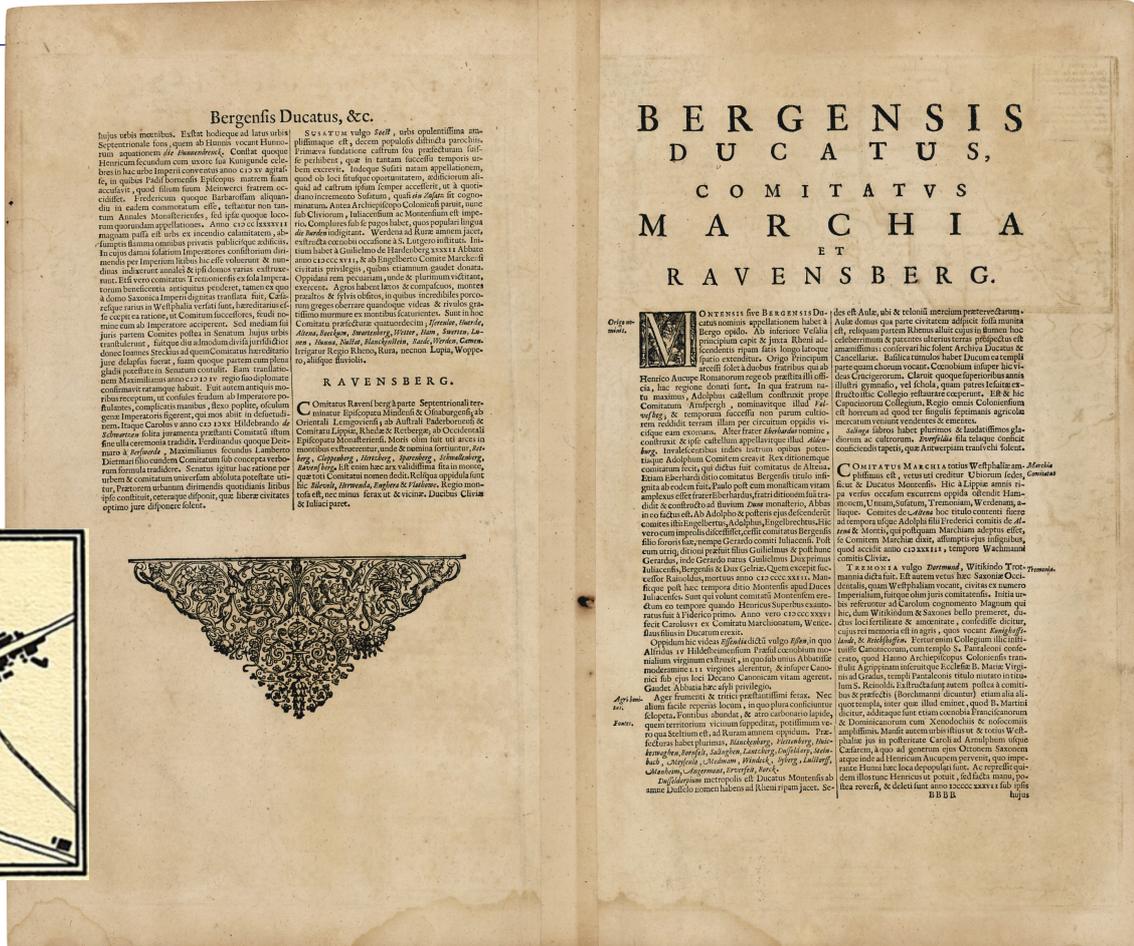
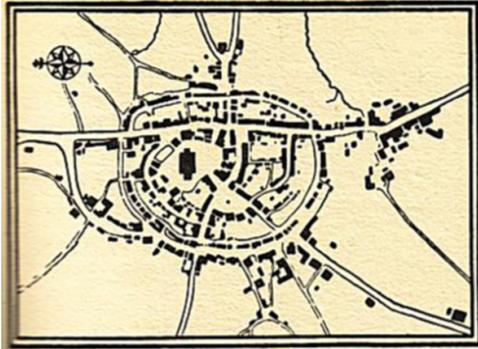
Die Zukunft ist nicht die Fortschreibung der Vergangenheit und Gegenwart, nicht der Erhalt des Bestehenden.



Anhänge

Nomen est omen?

Namen hatte Solingen viele



Sprache lebt, und mit ihr auch Ortsnamen. Sei es, dass diese sich der Mundart anpassen oder simple Schreib-Unwissenheiten oder -fehler sind.

Der Ursprung des Namens Solingen ist nicht geklärt. Meine persönliche, mir logisch erscheinende Definition: Er ist vom Ursprung her eher unruhlich, stinkend, die totale Scheiße. Solange nicht das Gegenteil bewiesen wird, darf angenommen werden, er kommt von dem, was man später Suhle nannte, einem Schlamm- und Fäkaliengemenge für Tiere. Lokalität: dort, wo es heute Entenpfuhl, Entenpölschen, heißt. Weil verbindliche Rechtschreibung bei weitem noch nicht so alt ist, wie die meisten annehmen, hatte Solingen im Laufe der Landkarten und Jahrhunderte manche Namen, Soleggen, Solich, Solagon, Sahlingen. Insofern ist die heutige Schreibweise nichts anderes als ein Einfrieren bis dato ständiger Veränderungen. Das gilt im übrigen auch von den Ortschaften, von denen das heutige Stadtgebiet weit über hundert zählt.

Historie

Durch die über Jahrhunderte in Zentraleuropa (und nicht nur dort) übliche Heiratspolitik und das Schachern um Macht und Gebiete, Recht und Einfluss des Adels, war Solingen als geografisches Bündel vieler Ortschaften und später sogar eigenständiger Städte mal Berg-Limburgisch, mal Bayern, und eben mal Preußen gewesen. Es wurde von Franzosen besetzt, erhielt wie das gesamte Rheinland kurz nach 1800 französisches Recht, viele Begriffe der Sprache Frankreichs wurden ins Rheinische versingsangt übernommen. Übrigens, diese Sprache, berühmt durch den Kölner Karneval, heißt „fränkisch-riparuarisch“, ist eine sehr alte Sprache, mehr als nur ein Dialekt.

Genau durchs Bergische Land verläuft sogar eine Sprachlinie. Die Benrather Linie, die sich gen Osten zieht und auch als Ick-Ich-Linie bezeichnet wird. Sie ist eine gravierende, bis heute mit hoher Intensität wirksame kulturelle Grenze.

Die Städte Wuppertal und Remscheid, zusammen mit Solingen gerne neuerdings als das „Bergische Städtedreieck“ (Bergische Drei) postuliert, sind anderer Mentalität als die Klingenstadt. Die anderen sind aus jeweiliger Sicht „ein anderes Völkchen“.

Was sich auch darin ausdrückt, dass es zu den beiden Städten Remscheid und Wuppertal von Solingen aus nur sehr wenige Wege gibt. Man könnte es mit Geografie begründen, der Berg-Tal-Struktur, aber das wäre allenfalls die halbe Wahrheit. Einst erkämpften in einer sagenhaften Schlacht bei Worringen, 1288, mit dem angedichteten Ruf „Roemryke Berge“, ruhmreiches Berg, die bergischen Bauern ihre Freiheit in den so genannten Limburgischen Erfolgskriegen. Die Schweiz, nebenbei bemerkt, als eine Stamm-Nationalität mitten in Europa, tat ähnliches erst hundert Jahre später. Eigentlich gehört uns Bergischen der Ruf, ein einig Volk von Brüdern zu sein. Aber ebenso, wie die berühmten funktionalen Taschenmesser in Solingen erfunden, hier bis zur Meisterschaft gebracht worden sind, aber dann von der Schweiz vermarktet wurden, so sind wir Bergischen, so sehr wir auch stolz auf unser Land sind, noch nie ein einig Volk von Brüdern gewesen. Eher ein bunter Flickenteppich an separatistischen Hofschafften samt aufsässigen Bewohnern.

Die heutige Großstadt Solingen ist ein willkürlicher preußischer Verwaltungsakt und ein Verdicht, bis dato dicht beieinander liegende selbständige Gemeinden, Kreise, Städte zu „verdichteten“, zu effizienteren Verwaltungsstrukturen zusammenzufassen. ***Dass das heutige Solingen so ist, wie es ist, hat keiner in/aus/um Solingen jemals so wirklich gewollt, außer dass es der reinen Finanz-Logik entsprach (die Großstadt kam dem Staat „billiger“ als viele kleine Einzelstädte).***

Im übrigen, auch die Städte Wuppertal und Remscheid wurden erst 1928 zwangsweise zur Großstadt vereint, indem man ehemals selbständige stolze Städte verwaltungstechnisch zusammenfasste. Cronenberg in Wuppertal ist eine uralte, historisch bedeutende Gemeinde – eigentlich hätte sie namensgebend sein können; im übrigen auch Beyenburg. Wuppertal, ohnehin ein Kunstname, ist ein rein willkürliches Konglomerat. Fürs Remscheider Gebiet gilt eigentlich Lennep als der alte, bedeutende, wirklich historische Ort. Er musste gemäß Parlament und bürokratischem Willen in den niederen Rang eines Ortsteils zurücktreten. Der berühmte Erfinder Conrad Röntgen gilt als Remscheider, er war Lenneper. Ex-Bundespräsident Walter Scheel wird zwar als Solinger tituliert. Von Art und Wesen, also Charakter her, ist er jedoch Höhscheider. Wie ich.

Die Menschen

Solinger sind sozusagen perfekte Menschen. So muss sich der Liebe Gott seine Schöpfung vorgestellt haben. Sie sind fröhlich, aber sie knöstern gerne (was so viel heißt wie: sind eigenbrötlerische Erfinder). Sie lieben die Welt und reisen gerne, vor allem, wenn sie ein schönes kuscheliges Zuhause in einer für Taxis unauffindbaren Ortschaft Solingens haben. Sie sind im Kegel-, Gesangs-, Turn- und in sonstigen Vereinen, übernehmen in

unüberschaubarer Zahl gerne Pöstchen und Aufgaben, sind das alles aber furchtbar leid und weisen nach, dass alles keinen Zweck hat, weil es doch früher auch ganz anders ging. Solinger sind zukunftsgerichtet, weshalb sie ständig von der Vergangenheit reden. Es gibt in Solingen Straßen, die sind breiter als lang, und wer die Wupper- neben der Rheinstraße, die Mosel- neben Saarstraße vermutet, schlussfolgert, es müsse ja auch eine Elb- oder Weserstraße geben, weil es ja auch, irgendwo, eine Donaustraße gibt, der hat Solingen nicht verstanden. In Solingen gibt es hervorragendes Wasser aus der Leitung, dank des vielen bergischen Regens. Über den, logisch doch, jeder motzt, als wäre es das erste Mal, dass man den Parapluie aufspannen müsste. Der Knirps, ganz nebenbei, war und ist auch ein Solinger. In Solingen fahren vor allem Obusse, Trolleybusse. Nur ganz wenige andere deutsche Städte haben auch so etwas. Warum sie hier nützlicher als Dieselsebusse sein sollen, weiß kein Mensch, weshalb es vollkommen unmöglich wäre, sie abzuschaffen. Das Prägende in Solingen sind politisch die Sozialdemokraten gewesen, weshalb vor allem die CDU glaubt, das Sagen zu haben. Weil alle das Gleiche wollen, spalten sich die Parteien von Zeit zu Zeit in nicht mehr mehrheitsfähige Splittergruppen und -Fraktionen.

Es gibt diese beliebte Interview-Frage, man möge

mit drei Eigenschaften die Solinger charakterisieren.

Ungefragt versuche ich es (und bin mir ganz sicher, dass es stimmt):

- mit Eifer dafür, grundsätzlich vehement dagegen zu sein (egal gegen was);
 - erfinderisch und kreativ, weshalb man alle anderen und alles andere kritisiert und es besser weiß;
 - Spießbürger, denen man alles sagen darf, bloß das nicht!
- Darf ich noch ein viertes, fünftes, sechstes hinzufügen?
- Sehr sozial und hilfsbereit, und das sogar ohne Wenn und Aber;
 - Gemütsmenschen, die - haben sie sich erst einmal mental und verbal ausgekotzt - mit guter Laune fröhlich feiern mögen;
 - tradiert bis auf die Knochen, nostalgisch und voller Heimweh nach einer idealen Welt, die es nie gegeben hat, von der aber alle träumen.

Klingenstadt Solingen

Manchmal, hat man den Eindruck, schwingt noch die Wehmut über den Verlust der Bedeutung mit, den diese Stadt in der Vergangenheit hatte. Weil sie eben noch nicht zu einer (viele Menschen gleichermaßen) überzeugenden neuen Identität gefunden hat. Die Schrift, die die Stadtverwaltung derzeit verwendet, die Frutiger (nach dem gleichnamigen Schriftschöpfer Adrian Frutiger), spricht „modernen Geist“. Er hat mir mal in einem Interview einen wunderbaren Satz gesagt: „Gestaltung muss dienen“. Das kann man auf Kunst, zu dem Schriftschöpfen gehört, beziehen. Oder auf die Gestaltung einer Stadt. „Wem also dient sie - und wenn ja, wie?“, um den berühmten Buchtitel eines derzeit berühmten Solinger Philosophen frei abzuwandeln.

Klingenstadt Solingen

Solinger Städtevereinigung – eine „Vernunfttehe“?

Nein.

Beweis:

5. Antrag von 10 Stadtverordneten auf Wahl einer Kommission zwecks Erörterung der Frage wegen Verschmelzung der Stadtgemeinden Gräfrath, Höhscheid, Ohligs, Solingen und Wald zu einem Gemeinwesen.

Der vorliegende Antrag lautet:

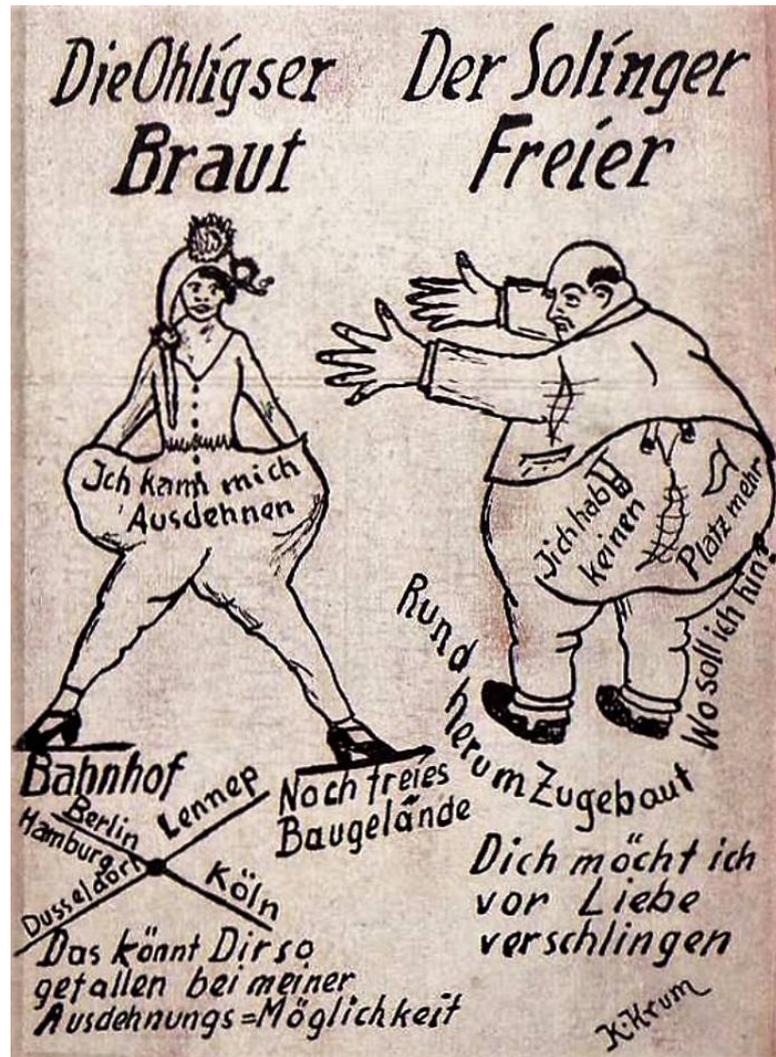
„Die unterzeichneten Stadtverordneten stellen hiemit folgenden Antrag: Stadtverordneten-Versammlung wolle beschließen: 1. Die Stadtgemeinde Wald tritt mit den Stadtgemeinden Solingen, Gräfrath, Höhscheid und Ohligs in Verhandlungen darüber ein, ob und inwieweit eine Verschmelzung dieser Gemeinden geboten erscheint. 2. Zu diesem Zweck wird eine Kommission eingesetzt; diese besteht aus dem Herrn Bürgermeister und drei Stadtverordneten, welche durch je ein Mitglied aus jeder Abteilung zu wählen sind. 3. Die Kommission hat die Verhandlungen mit den oben genannten Gemeinden zu führen und hierüber Bericht zu erstatten. 4. Zu definitiven Abmachungen ist die Kommission nicht berechtigt.“

Stadtverordneter Hermes beantragt, in einem Zusatz die Zahl der zu wählenden Kommissionsmitglieder auf 2 aus jeder Abteilung festzusetzen. Zur Begründung des Antrages führt Herr Hermes aus, daß sich eine solche eigentlich ganz erübrige, es sei überflüssig, nochmals näher darauf einzugehen, solches sei in der Presse, in Versammlungen genügsam geschehen, es wisse ein jeder, worum es sich handle. Es sei naturnotwendig, daß Solingen mit der Zeit Walder Gebiet herüberziehe, damit nicht zwei Verwaltungen auf einem dichtbebauten, zusammengehörigen Terrain notwendig seien, es sei in einem solchen Gebiet kein vernünftiger Bebauungsplan möglich; doch auch andere Gegenstände, z. B. Bau eines gemeinsamen Krankenhauses, der gemeinsame Ankauf der Kreisbahn usw. dränge mit aller Macht zu einer Vereinigung. Höhscheid sei nicht mehr im Stande, seine Aufgaben zu erfüllen, es sei am Ende seiner Leistungsfähigkeit angelangt, mit Gräfrath werde es wohl ebenso sein. In absehbarer Zeit werde die Kanalisation, die Solingen jetzt anlege, für Wald auch kommen, und sei dieses damit auf Solingen angewiesen; nur ein großes Gemeinwesen kann seinen Aufgaben in jeder Beziehung gerecht werden. Auf weitere Einzelheiten einzugehen, sei nicht mehr nötig. Der Herr

Die Gemeinden wurde vereint, weil die Städte bankrott waren.

Vielleicht wiederholt sich ja Geschichte. Derzeit ist ganz Solingen ziemlich bankrott.

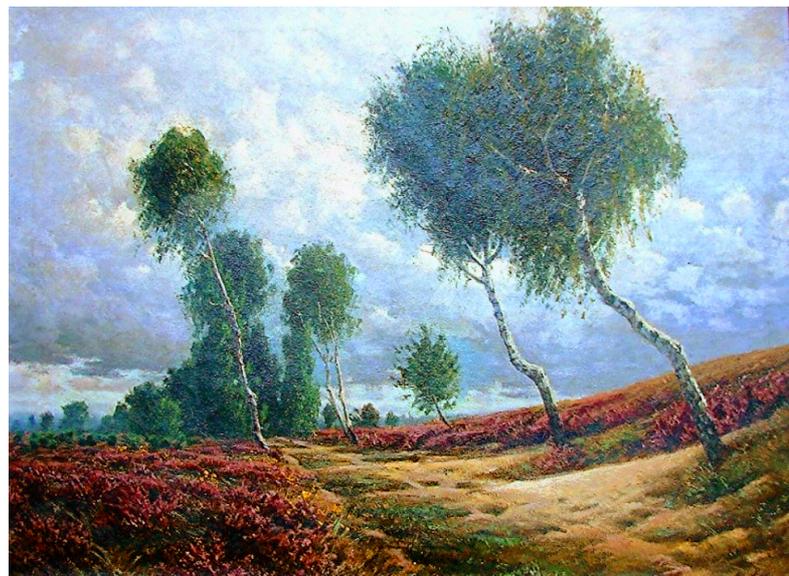
Diese Karikatur erhellte, dass die Vereinigung alles andere als eine Liebesheirat war – und eine erzwungene Ehe geblieben ist, wie wir heute wissen.



KLINGENSTADT SOLINGEN

Solingen ist – als „Mindset“, in seinem bisherigen inneren Selbstverständnis – aus Sicht und in der Meinung der meisten Bürger ein Provisorium, an dem ständig gewerkelt und geflickt wird, das aber nie zu einem Ganzen „aus einem Guss“ gefunden hat. Und vieles, was hier und heute in der Gesellschaft, den Medien, der Politik, an den Stammtischen diskutiert wird, ist vergangenheitsbezogen, nährt sich von früheren Idealen, lässt aber die Entwicklungen der Gegenwart viel zu oft aus. Freilich nicht immer. Aber eben zu oft.

So sah einst die Ohligser Heide aus.
So sieht sie heute an keiner Stelle mehr aus.
Aber sie heißt noch „Heide“.
Ein Symbol: Man hält am alten fest,
sehend, dass es nicht mehr existiert.



Lapsus linguae – oder infektiöser Virus?

In Solingen gab es jahrelang ein ärgerliches Problem. An einem der Marktplätze war ein ehemaliges Fabrikareal vorgesehen, mit zeitgemäßer Wohn- und Einkaufs-Architektur neu belebt zu werden. Es lag brach, die Investorin mochte nicht ran an den Speck. Jüngst ist das Gelände weiterverkauft worden, die neuen Eigentümer versprechen baldige Belebung durch sinnstiftendes Bauen. Ein Problem für Solingen. Geschehen im Stadtteil Ohligs. Und siehe da, 90 Jahre nach der Zwangsvereinigung ist Ohligs immer noch Ohligs und Ohligser Angelegenheiten scheinen nicht dem Begriff Solingen verknüpft zu werden. Denn selbst der Lokalchef des Solinger Tageblattes, nicht aus Solingen stammend, erst jüngst hier wohnend, textet „nur“ Ohligs in seinen Kommentar der guten Hoffnung. Obwohl, soweit ich ihn kenne und recht verstehe, er selbst nicht verstehen kann, dass die Solinger sich so separatistisch verhalten. Also, nur ein Gedankenfehler oder Freud'scher Fehler, sprich Versprecher aus dem Unterbewusstsein? Oder doch schon vom Virus des Vielstädte-Stadt-Bewusstseins infiziert?

Nicht im Ansatz unterstelle ich Stefan Prinz Stadtteil-Separatismus. Aber, man sagt das halt so in Solingen, Ohligs heißt Ohligs und nicht Solingen. Das will und mag man auseinander halten. Das ist üblich, geläufig. Erst sagen es alle. Dann denken es alle. Oder umgekehrt?

Auf- und Abwertung von Stadtteilen?

sämtliche Decken vor Ort auf weitere Schäden überprüft. Schul- und Vereinssport mussten derweil ausweichen. sich

STANDPUNKT

Ohligs zieht davon

Von Stefan Prinz

Für Ohligs war gestern Weihnachten und Ostern an einem Tag; Die endlose Debatte über den Schandfleck Olbo ist beendet. Solingens aufstrebender Stadtteil bekommt einen weiteren Wachstumsschub. Der neue Käufer verspricht hunderte moderne Wohnungen und Geschäfte. Mit konkreter Termin-Ansage. Dass es nun doch kein Einkaufszentrum geben wird, ist angesichts der schwierigen Situation des Einzelhandels zu verschmerzen. Zudem kündigt die Stadt-Sparkasse an, das

leerstehende Globus-Kaufhaus am Marktplatz mit Leben zu füllen. In den nächsten drei Jahren wird die Ohligser City zur Baustelle. Danach wird Ohligs blühen und für Rheinländer ein immer attraktiverer Wohnort werden. Solingens andere Stadtteile müssen sich anstrengen, nicht zu rückzubleiben.

»Olbo: Neuer...

stefan.prinz
@solinger-tageblatt.de



Ironisch angemerkt, da muss man ja bald die Überschrift befürchten „Ohligs jetzt besser dran an Solingen“.

Als Wuppertal, Remscheid und Solingen 1929 jeweils mit vielen Gemeinden zwangsvereint wurden, hat Wuppertal das große Los gezogen. „Großstädte“ waren damals im Tal der Wupper Barmen und Elberfeld; von alter historischer Bedeutung Cronenberg oder Beyenburg, und im übrigen gabs von Vohwinkel über Sonnborn bis Langerfeld zig andere Dörfer und Ortschaften. Sie alle erhielten den neuen „Kunstnamen“ Wuppertal, den es bis dahin nicht gegeben hatte. Nur Remscheid und Solingen geschah das Ungemach, dass die jeweils damals größte Kleinstadt Namenspatte für die eingemeindeten wurde. Wer „Solingen“ sagt, müsste eigentlich immer gleich dazu sagen, ob er „Gesamt-Solingen“ oder den Stadtteil Solingen meint, der amtsdeutsch als „Mitte“ bezeichnet wird, obwohl er eben NICHT Mittelpunkt ist. Und der Begriff „Central“

wird für eine Straßengabelung benutzt, die eher abseits liegt. So kompliziert ist das hier. Da kann man also schon mal sich verhaspeln. Das freut dann den Solinger Oberbürgermeister, der Mitglied der „Ohligser Jongens“ ist (und überdies öffentlich bekennender Geburts-Ohligser), deren Beitrag zur Entwicklung Solingens ist, dass vor allem Ohligs prächtig gedeiht. Ungeachtet Wald, Gräfrath, Höhscheid, Burg, ... Und im übrigen: Könnten sie, würden sich die Bürger sofort wieder von Solingen lösen und wollten Wermelskirchener werden. Man lässt sie nicht. Weswegen auch sie nichts mit Solingen zu tun haben wollen, hört man sie unter sich reden.

Ech ben van hie

Solingen – Widerspruch pur

Ein Essay (geschrieben vor langem)

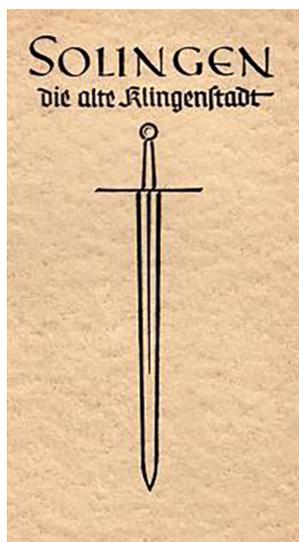


Wo die Stadt gelegen ist, wissen die wenigsten; auch in Deutschland ist deren Lage kaum bekannt. Die meisten nennen – als grässlichste Beleidigung, die man dieser Stadt antun kann – als vermutete Lokalisierung „Ruhrgebiet“. Mit dem hat Solingen wenig zu tun, gleichwohl es dorthin zwangsweise Handelsbeziehungen hatte, der Kohle und des Stahls wegen. Brennmaterial kam in früheren Jahrhunderten ebenso wie Eisen auch und vor allem aus dem Siegerland, der Nachbar-Region des Bergischen.

Die Rohstoffe wurden buchstäblich über Berg und Tal transportiert. Wobei wir endgültig beim Bergischen angelangt sind, seinem eigentlichen Charakter. Und damit auch beim Versuch, die Solinger Mentalität zu beschreiben oder sogar verstehen zu wollen.

Heute, da wir alle die Welt bereist haben, erscheint uns vielleicht ein Alpental als Inbegriff der buchstäblichen Abgeschlossenheit von der Welt. Die Sicht nur wenige Kilometer, hohe, oft steil-schroffe Felsen begrenzen die Welt. Noch nicht lange her, und im Winter kam man rein physisch für Monate nicht aus dem Loch des Tales heraus oder vom Berghang hinunter. Doch solch eine Landschaft muss geradezu als Weite gelten, vergleicht man sie mit Solinger Topografie. Da sind Täler noch viel enger, wenngleich auch um Dimensionen weniger hoch-tief als in richtigen Gebirgen. Das Bergische ist eine Hügellandschaft, aber die Täler dazwischen waren und sind für die Bewohner das, was das Sprichwort mit dem Schatten des Kirchturms ausdrücken will: die eigene Lebenswelt, die zu verlassen es schon verdammt gute Gründe geben muss. Generell, wie auch Tag für Tag.

In die Täler zog es die auf dem Gebiet des heutigen Solingens aktiven privilegierten Klingenhandwerker, Schwertschmiede und Messermacher, weil sie die Bäche und die Wupper brauchten, um die Schleifsteine anzutreiben. Kotten, so nannten sie ihre Fachwerk-Hütten, waren im funktionalen Sinne Wassermühlen. Nur dass sich statt der Mahlsteine eben Schleifsteine drehten. Gab es kein Wasser, gab es auch keine Energie, mithin ruhte die Arbeit. Und „oben“, auf den Höhenrücken, ließen sich erst Fabriken errichten, als Dampfmaschinen aufkamen. Auf diesen Höhen, abseits der oft nebeligen und sehr kalten Täler, hatten sich die Handelshäuser, Kaufleute, „Farbrikanten“ genannt, angesiedelt. In Wohlhabenheit durchaus protzstrahlenden Häusern. Es war ein System, dass Züge von Sklaverei, Leibeigenschaft hatte. Die so genannten Fabrikanten (die gar keine Fabrik haben mussten), waren nach heutiger Begrifflichkeit Generalunternehmer. Sie besorgten die Rohstoffe, vergaben Aufträge an die so genannten Heimarbeiter, die eben in ihren Kotten hinterm Wohnhaus werkten, bezahlten Stückpreise nach komplizierten, umfangreichen Tariflisten. Sowohl in der Wasserkraft-Ära als auch später im elektrischen Zeitalter taten sich oft Arbeiter zusammen, um Gemeinschafts-Werkstätten zu betreiben, ein Wasserrad oder „ein Maschinn“, eine Dampfmaschine, teilten sich eben mehre-



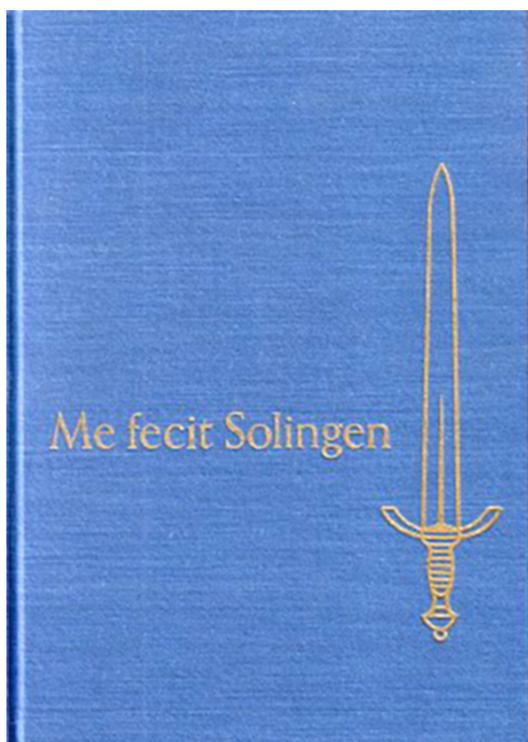
re selbständige Arbeiter. So kam es, dass in Solingen das Kuriosum zustande kam, dass die Selbständigen eigentlich Abhängige waren (heute nennt man so etwas laut Gesetz Scheinselbständigkeit), die Fabrikanten aber durchaus Frei- und Quergeister, nicht selten neben schlitzohrigen Kapitalisten auch ausgesprochen freidenkende Religionsfanatiker, dass Arbeiter die FDP wählten, Unternehmer die KPD duldeten. Das Heimarbeitergesetz, welches noch heute in Fortschreibung Gültigkeit hat, ist auch in und wegen Solingen ins Deutsche Recht gekommen. Der Sozialismus stammt aus Barmen, Friedrich Engels „erfand ihn“, „Bruder Johannes“, Johannes Rau, erst nordrhein-westfälischer Minister-, dann deutscher Bundespräsident, ebenfalls Barmer, ist zum Symbol von Brüderlichkeit im parlamentarischen Sozialismus geworden, galt als humaner Philosoph der bürgerlichen Arbeiterklasse. Bergischer geht's nimmer.

Bergische Indizien, von denen man noch tausende nennen könnten, die andeuten, wie widersprüchlich das Bergische und mithin auch Solingen waren und geblieben sind. Dies, die Gleichzeitigkeit des Gegensätzlichen, ist das eigentliche Charakteristikum dieses Stückes Heimat, das viele Menschen leidenschaftlich lieben, aber nur, um es im gleichen Atemzug als langweilig und verschlafene Gegend zu bezeichnen. „Nix loss“ sei hier, aber wenn doch, hört man sie meckern: Wat soll dat? Wegziehen jedoch würden sie nie. Nie! Deshalb sind, das ergibt sich ja fast wie von selbst, Solinger (und die anderen Bergischen) vor allem deshalb zahlreich und aktiv in Vereinen tätig, lieben die Gemeinschaft und das Gesellige, bloß, um sich mal wieder richtig streiten zu können. Das braucht die Bergische Seele. Nichts eint mehr als die Feindschaft, nichts tröstet die Seele mehr, als gegen jemanden sein zu können. Um dann zu betonen, dass man so zusammenhält, als wäre die Schweizer Eidgenossenschaft ein loser versprengter Haufen. Man braucht Harmonie. Ewwer nur, öm sech to tacken.

Vielleicht eine Reaktion, auf die Freiheit, die eigentlich eine enge Bindung ist. Solinger fühlten sich immer frei, waren aber mit komplexen Verträgen und Privilegien extrem eng an den Kölner Handelsplatz gebunden. Die Handwerker standen unter dem Schutz des Landesherrn, durften aber nicht wegziehen und ihr Wissen weitergeben. Dieses „Auswanderungsverbot“ galt noch bis vor kurzem, erst seit wenigen Jahrzehnten ist es vom Grundgesetz Deutschlands aufgehoben. Davon galt es ein halbes Jahrtausend, denn schon im ausgehenden Mittelalter wurden vom Landesherrn besondere Privilegien für Berufe vergeben, die für die Schwerter- und Messerfabrikation notwendig waren. Heute werden die Waffen heroisch in einem eher etwas biederen, leider auch langweilig zu nennenden, kaum Glanz und Gloria des Namens Solingen gerecht werdenden Deutschen Klingensmuseum gezeigt, als wären es Kunstwerke. Das braucht die Solinger Seele, solchen Selbstbetrug, denn natürlich waren es Kriegs- und Mordwaffen. Ein Panzer ist heute kein Mittel humaner Nächstenliebe, keine Drohne will Segen statt Tod bringen. Und kein Schwert wollte nur schön sein. Degen, Schwerter, Säbel, Dolche – wer die besseren hatte, hatte eine größere Chance, Zweikämpfe zu gewinnen und zu überleben. Sinn der Solinger Produkte war das Töten,



sonst nichts. Wer ängstlicher Natur ist, spricht lieber scheinheilig von Selbstverteidigung. Unverhohlen wird heute über die Bedeutung der Rüstungsindustrie gesprochen, national eher verschämter, aber international ganz offen. Wer die Waffen hat, hat die Macht. Als die Kölner Katholiken, das Erzbischof-Imperium, noch über den Waffenhandel und vor allem mit Solinger Erzeugnissen gebot, war dies ein Faktor politischer Macht in ganz Europa. Und eine gute Einnahmequelle für den Papst, der den Segen für den mit den selbst verkauften Waffen erlittenen Tod spendete. Einst war ein Bergischer höchster Herr im deutschen Lande, er regierte als Vormund eines Kinder-Kaisers aus der zweiten Reihe. Sozusagen heimatgerecht wurde er mit dem Schwert erschlagen. Von Verwandten, wie denn sonst im Bergischen, wenn es sich im Streit mit dem Lippischen befindet?!



Schizophrenie sozusagen, Frömmerei und Kaiserstreue, Humanismus und Waffenfabriken, ist also die Basis des Solinger Wohlstands. Da ändert auch nichts dran, dass später, als man mit Schießgeräten statt mit Hieb- und Stichwaffen Kriege gewann, sich im Bergischen auf die Fabrikation von allgemein nützlichen Werkzeugen (im Großraum Remscheid) und Bestecken, Manikürwerkzeuge, gar viele und gute ärztliche Instrumente, ob für Mensch oder Vieh, verlegte oder in Velbert, einer bergischen Nachbarstadt, Schlüssel und Schlösser hergestellt wurden. In Burg an der Wupper, Stammsitz der Grafen von Berg, wurden weltberühmte Gewehrläufe gezogen. Und Tuch gefärbt und Bretzel gebacken. Die Bergischen lebten immer schon mit dem Gegensatz des Realen, der Vereinigung der Widersprüche. Es hat ihr Wesen geradezu genetisch mutiert. Weshalb sie, rein biologisch, als eigene Art gelten dürfen, eben als — eigenartig.

In der ursprünglichen Kleinstadt Solingen hatten sich nicht mehr Fabrikanten angesiedelt als in den dann später zu Städten zusammengeschlossenen verstreuten Haufen an Ortschaften und Gehöften, als da waren Dorp und Gräfrath, Höhscheid und Merscheid, Ohligs und Wald. Nur die Nennung in alphabetischer Reihenfolge verhindert noch heute verbal intensive lokale Kriege und feindselige Aggressionen. Ohligs hatte das Glück, irgendwann mal Ende des 19. Jahrhunderts Bahnhof an einer wichtigen preußischen Eisenbahnlinie zu werden, weshalb es sich Merscheid einverleiben durfte, während Ohligs bis dato Teil von Merscheid gewesen war. Noch heute lebt der echte Merscheider aus voller Überzeugung im „Fürstentum Merscheid“, gleichwohl ein Fürst dort nie gesehen wurde. Aber man war eben etwas anderes als ein Solinger. Über Jahrhunderte. Dorp wurde ebenfalls vor gut 150 Jahren Solingen zugeschlagen, warum, ist im Dunkel der Geschichte mehr oder weniger verloren gegangen. Die Ortschaft Wald hielt sich schon immer für etwas Besonderes, obwohl es außer einer netten evangelischen Kirche, der man mehr historische Bedeutung andichtet als sie wirklich hat, wirklich nichts hat, was den Besuch lohnen würde. Noch nicht einmal Wald. Jedenfalls so viel, dass es den Namen rechtfertigte. Ach ja, ein lokales Vergnügungszentrum nach Art des spießigen Bürgertums, das Ausflugslokal Itteral, wäre allenfalls zu nennen.

Und dann Gräfrath. Das eitle, selbstgefällige (man gefällt sich selbst am besten), das stolze und sich ach so unverstanden, sträflich falsch und schlecht behandelt fühlende Gräfrath. Hier gründeten im Mittelalter Nonnen ein Damenstift, von bischöflichen und herzoglichen Gnaden. Wie damals üblich, musste eine Reliquie her, damit Pilger kamen. Mit der Unsicherheit der Menschen konnte man schon immer Geld verdienen, vor allem, wenn man sie mit Zuversicht aus Glaubenskonstrukten bedienen konnte, die eine Melange aus Esoterik (wie wir heute sagen würden) und strafender Strenge einer Amtskirche waren. Gräfrath wurde zum Wallfahrtsort, später siedelte sich dort ein angesehener, wohl wahre Wunder

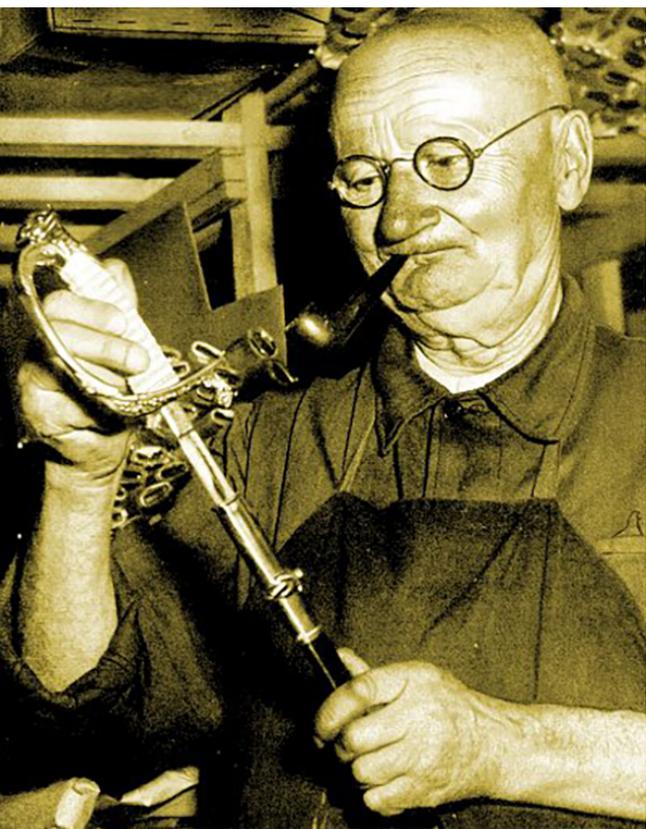
wirkender Augenarzt an, namens de Leuw, Gräfrath mutierte daraufhin zum selbsternannten Kurort. Heute versucht man ihm, des schönen, noch erhaltenenen Marktplatzes mit einem wirklich sehenswerten, geradezu lieblichem Bergischen Ambiente wegen, das Attribut der Guten Stube Solingens anzuhängen, nur weil einige Gastronomen ein paar Stühle vors Lokal stellen, sobald es das Bergische Wetter zulässt (was aber eher selten der Fall ist).

Solingen war im Kern, soviel weiß man, 1374 als Stadt privilegiert, also gegründet worden. Die Urkunde existiert noch heute im Original. Die ersten Ansiedlungen, am heutigen Fronhof direkt neben der markanten evangelischen Stadtkirche, sind Jahrhunderte zuvor erfolgt. Als ein Lehen der Grafen von Altenberge, dort, wo heute der Bergische Dom steht, die bikonfessionell, evangelisch wie katholisch genutzte Kirche am ehemaligen Benediktinerkloster Altenberg; Bergischer Dom genannt, obwohl er weder einer ist noch je war, eher klein vom Bau, aber imposant hoch. Wiederaufgebaut, aber authentisch wirkend. Auch da: warum sollte im Bergischen etwas normal oder einfach sein, wenn es auch kompliziert und ganz besonders geht?!

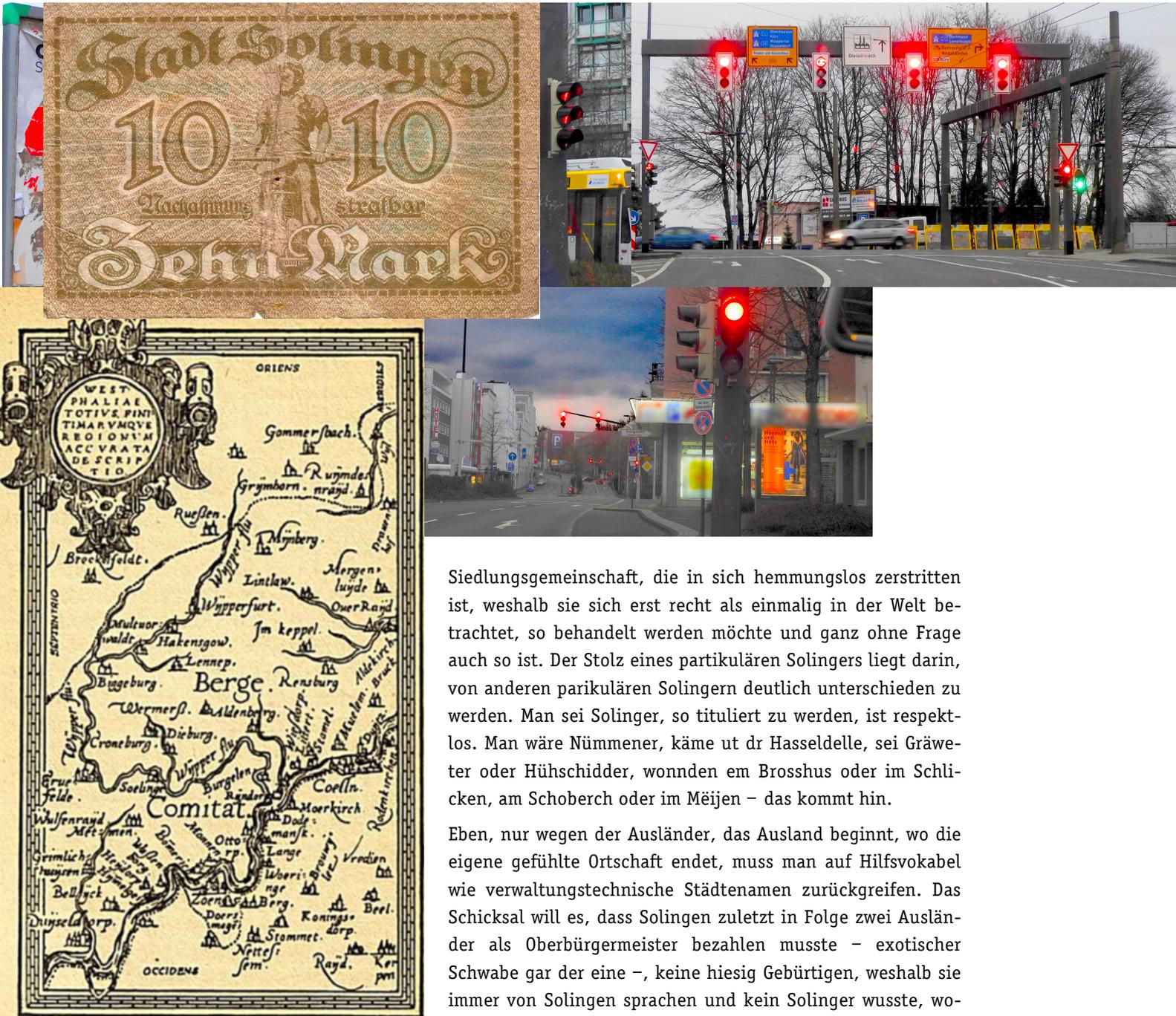
Die Zerstreutheit der Ortschaften und damit „in die Fläche, in die Breite“ ist der eigentliche Kern von Solingen. Es sind derer so viele und manche davon so dominant erhalten geblieben, dass kein Solinger es je wagen würde,

von Solingen als Großstadt zu sprechen. Nur unwissende Ausländer, das Ausland beginnt in Landwehr und Vohwinkel, am Casperbroich und in der Verlach, in Müngsten und 2 km wupperabgewandt den Burger Eschbach hinauf, an der Haasenmühle und am Nordpol (womit einige Solinger Grenzorte und geistige Bollwerke aufgezählt wären), nur solch Ortsunkundigen oder die Mentalität ignorierende Verwaltungs- oder sonst irgendwie gefühlskalte Menschen können dem Solingerischen etwas Vereinheitlichendes andichten. Als gäbe es „das“ Solingen. Solcher Unsinn ist stets zu ignorieren.

Das wahre Solingen ist die Ortschaft. Die jeweilige. Dabei spielt es überhaupt keine Rolle, überhaupt nicht, wie alt die Ortschaft ist. Schon bald, sobald der Verputz an einigen gemeinsam errichteten Häusern auch nur einigermaßen trocken ist, beginnt das Eigenleben einer Haus-, Hof- und



ME FECIT SOLINGEN



Siedlungsgemeinschaft, die in sich hemmungslos zerstritten ist, weshalb sie sich erst recht als einmalig in der Welt betrachtet, so behandelt werden möchte und ganz ohne Frage auch so ist. Der Stolz eines partikulären Solingers liegt darin, von anderen partikulären Solingern deutlich unterschieden zu werden. Man sei Solinger, so tituliert zu werden, ist respektlos. Man wäre Nümmener, käme ut dr Hasseldelle, sei Gräweter oder Hüschidder, wonnden em Brosshus oder im Schlickken, am Schoberch oder im Mëijen – das kommt hin.

Eben, nur wegen der Ausländer, das Ausland beginnt, wo die eigene gefühlte Ortschaft endet, muss man auf Hilfsvokabel wie verwaltungstechnische Städtenamen zurückgreifen. Das Schicksal will es, dass Solingen zuletzt in Folge zwei Ausländer als Oberbürgermeister bezahlen musste – exotischer Schwabe gar der eine –, keine hiesig Gebürtigen, weshalb sie immer von Solingen sprachen und kein Solinger wusste, wovon sie reden. Da half es auch nicht, wenn einer davon in Gräfrath siedelte und sich in Vereine einschlich. Der echte Solinger duldet nur sich, allen anderen wird Asyl gewährt, mehr aber auch nicht. Und das bleibt so, ein Leben lang.

Weshalb, man ahnt es, diese Stadt so viele Völker und Kulturen, Sprachen und Verschiedenartigkeit beherbergt wie nicht viele im großen Deutschland. Gerade weil die Stadt durch einen Brand-Mord (1993) stigmatisiert wurde, hängt sie am Ideal der Integration. Klappe sie oder nicht. Hier, in Solingen, kann, soll, darf – nein: MUSS – jeder nach seiner Fassung selig werden. Aber wehe, man maß sich an, den Status „Solinger“ erlangen zu wollen, wenn man nicht von edlem Adel hiesiger Geburt ist. Der alleinfalls gegeben ist, wenn man – wie ich – aus Höhscheid, genauer: der Spar- und Bauvereins-Siedlung Weegerhof, stammt und damit das Recht hat, in sich den einzig wahren und echten, richtigen und wirklichen Solinger zu sehen.

Was mich persönlich an dieser Stadt fasziniert, wëit över hungertfufzig Dusend anger Lütt dont dat ouch. Wer in dieser Stadt nicht tolerant ist oder sein will, den jeweils angern jëwähren lött, hat hie nix verloren, de söül jonn. Denn nur so, mit Offenheit und mit vollem Vertrauen in die Nachbarschaft, kann man das tun, ohne das kein Solinger leben und überleben könnte: sinnen ëijenen Kopp dÿrchsetzen.

Augen auf und durch

Solingen ist haushaltstechnisch vollkommen pleite. Fertig. Am Boden. Zur Kenntnis nimmt dies niemand, außer man wäre per Job oder Amt dazu gezwungen. Statt zu handeln, warten die meisten Bürger einfach, bis bessere Zeiten kommen. Das nennt man hier, will man es polit- und soziolog-deutsch ausdrücken, einen aktiven Kompromiss durch passive Realitätsverdrängung.

In Solingen, sagen die Solinger, sei alles anders als anderswo. Leider wissen die wenigsten Solinger, dass dies das einzige ist, was überall gleich ist auf der Welt.

De Solijer: to verstonn send se nit, ëifach send se ouch nit, äwwer man süht se överall schmiëreg benëin.

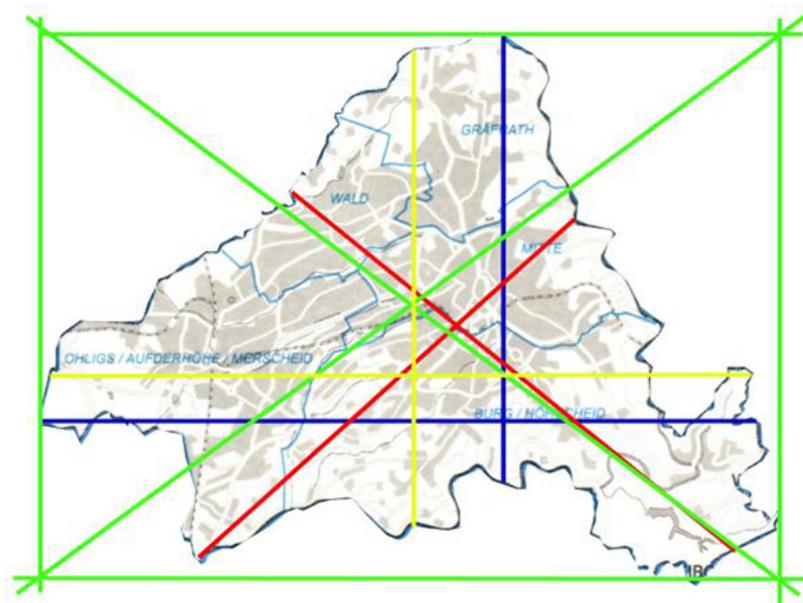
Wer das jetzt lesen und verstehen kann, ist einer von ihnen.

=====

Nachtrag:

Es ist ja nur zu natürlich, dass jeder Mensch, jede Gemeinschaft von Menschen sich als den Mittelpunkt der Welt betrachtet. Aber so einfach ist das nicht, wie man am Beispiel von Solingen beweisen kann.

Um sich in den Mittelpunkt zu stellen, muss man vor allem – bestimmen, was Mittelpunkt sein soll. Um die Solinger Mentalität zu verstehen, ist es gut zu verstehen, dass es zu einer solch einfachen Aufgabe wie „ermittle den Mittelpunkt“ zig Lösungen gibt, die alle richtig sind. Und jeder, wen wundert's, behauptet mit Überzeugungskraft, seine Lösung sei die einzig wahre. Kein Wunder, wenn keine Übereinstimmung erzielt werden kann. Und im Mittelpunkt, soviel steht fest, steht jeder Solinger. Jeder. Im selbsternannten, versteht sich ... :-))



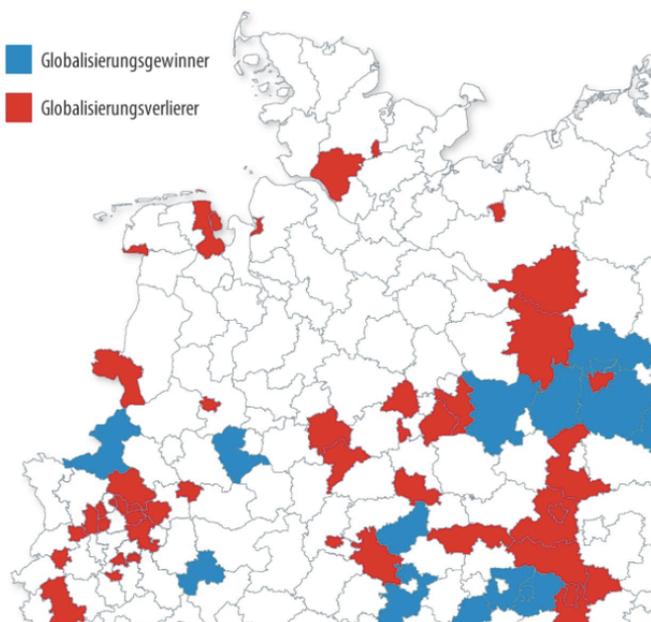
Bedenkenswertes:

Globalisierungsgewinner und -Verlierer

Nachstehendes zitiert aus:

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/deutschland-ein-geteiltes-land-15456747.html>

28.02.2018 · In Deutschland driften die Regionen wirtschaftlich immer mehr auseinander: Die einen profitieren von der Globalisierung, die anderen werden abgehängt. ... Nach einem kurzen Einheitsboom litt das Land zwar an den Lasten der Wiedervereinigung und an dem kühlen Wind, der durch den Wegfall des Eisernen Vorhangs von Osten herüberwehte. Aber rasch stellten sich die Betriebe darauf ein, profitierten sogar von der neuen Arbeitsteilung auf dem Kontinent und frischen Absatzmärkten etwa in China. Wenn Wirtschaftsforscher ihre Landkarten zeichnen, finden sie in Deutschland so viele Gewinnerregionen wie kaum irgendwo sonst. Ob es nun Wirtschaftsmetropolen wie München, Stuttgart oder Frankfurt sind, die Maschinenbauer in Schwaben oder Ostwestfalen, neuerdings sogar Leipzig oder die lange darbende Hauptstadt Berlin: überall glänzt es, mit dem Nebeneffekt, dass Wohnungsmieten und Kaufpreise von Jahr zu Jahr steigen. Sogar die Zahl der benachteiligten Viertel in den Städten nimmt ab, die vielbeklagte Gentrifizierung führt zur Durchmischung. Inzwischen haben nicht mehr die Großstädte das größte Problem mit der Sozialstruktur, wie man lange dachte, sondern die abgehängte Provinz. Denn nicht allen nützen die weltweite Vernetzung und der Wegfall vieler Handelsschranken gleichermaßen. Schwer haben es Regionen mit Produkten, die kein großes Knowhow erfordern, weshalb es umso mehr auf die Lohnkosten ankommt. Dazu zählte die Schwerindustrie des Ruhrgebiets, die schon in der alten Bundesrepublik ihre Krise erlebte, die Textilbranche am linken Niederrhein, die Schuhfabriken in der Hinterpfalz – oder Oberfranken mit seinem Fokus auf Keramik, Spielwaren, einfachen Haushalts- und Elektroartikeln. Im Hochlohnland Deutschland sind diese Branchen international schon lange nicht mehr konkurrenzfähig, weil andere Länder längst in der Lage sind, solche Produkte zu günstigeren Kosten herzustellen. So drängen Importe auf den deutschen Markt, und die einst erfolgreichen regionalen Unternehmen verschwinden hierzulande. Bei den Porzellanfabriken in Arzberg kam erschwerend hinzu, dass auch das Produkt selbst keiner mehr haben will: Wer heute einen Hausstand gründet, holt sich das Billiggeschirr von Ikea. Als Hochzeitsgeschenk gibt es eine Weltreise, kein Sonntagservice für die Ewigkeit.



Und wie leicht ist es, hinzuzufügen, gleiches gilt auch für die typischen Solinger Produkte, nämlich Messer und Bestecke, Manikürtensilien, Scheren ...

Leider zählt Solingen (wie auch Remscheid, Wuppertal übrigens nicht) zu den Verlierern. (Ausschnitt einer größeren Karte, komplette Darstellung über oberen Link ersichtlich.)

Jäger + Sammler, Gier + Lust

Was Menschen motiviert, zu kaufen – und wie sie es tun

„Bedarfsdeckung“, so lautet die gängige Formel, triebe Menschen dazu, Waren einzukaufen. Und: um das zu optimieren, seien Käufer stets bestrebt, rein rational auszuloten, was die beste Sache sei, die sie erwerben können. So weit, so grundfalsch, unstimmig – und auch völlig unsinnig. Der Käufer als mental cooler und intellektuell gesteuerter sach- und fach-orientierter Mensch? Da wird der Yeti im Himalaya öfter gesehen als jenes Zerrbild der Consumer. Die Existenz des Monsters in Loch Ness ist wahrscheinlicher, als dass im B2B, im „Business-to-business“-Bereich, sich Käufer emotionslos verhalten.

Schon allein das Wort „Bedarf“! Es ist eine Vokabel, die von keinem wirklichen Nutzen ist. Menschen haben keinen Brotbedarf. Menschen haben Hunger. Wer Durst hat, hat medizinisch gesehen „Flüssigkeitsbedarf“, aber das gibt keinen Hinweis darauf, ob er/sie im nächsten Moment pures Wasser aus dem nahen Bach der dem Wasserhahn im Haus, eine Cola, einen Wein namens „Chateau Le Lalala Grand Cru Superior Vintage Magnifique“, eine Maß Bier oder Latte Macchiato trinken wird. Menschen haben auch keinen Wohnzimmerschrankschubladeneinteilungs-Bedarf. Menschen streben danach, äußere Ordnung zu halten, um sie auch im Kopf zu haben.

Es gibt Wünsche. Und keinen Bedarf.

Es gibt keinen Socken-, Drucksachen-, Terrassenmöbel-, Tenside- und schon gar keinen Winkelreduktionsschraubstück-Bedarf. Man will warme Füße haben, sich mitteilen, es gemütlich haben und von sauberem Geschirr essen (Tenside=Seifen im Spülmittel), man will eine Maschine, eine Rohrleitungskonstruktion „ans Laufen bekommen“.

Dem Verkäufer hilft, seiner (potentiellen) Kunden Triebkräfte und damit Kauf-Motive zu erkennen, wenn er sprachlich (und damit in seinem Denken) „die Dinge beim Namen zu nennt“. Indem er die WÜNSCHE der Käufer definiert (oder erforscht). Und die völlig abstrakte Vokabel „Bedarf“ einfach aus dem Vokabular streicht.

Die Vokabel „Problemlösung“ käme der Sache vielleicht schon ein Stück näher, wollen viele in der Tat durch den Kauf von irgendetwas ein wie auch immer geartetes „Problem“ beseitigen. Doch das Wort wird inflationär, also viel zu häufig verwendet. Ein Problem ist ein Konflikt oder ein Bedrängnis. Meistens stehen die Käufer aber schlicht nur vor normalen Aufgaben oder der ganz unaufgeregten Erfüllung von Zielen. Oder sie kaufen – das Motiv ist häufiger verbreitet als bekannt – aus purer Lust. Als Befriedigung geheimer und unbewusster Sehnsüchte.

„Auf in den Kampf ... !“

Das Gekaufte soll den Käufer in die Lage versetzen, bisherige Beschränkungen zu überwinden, sozusagen weiterzukommen. Eine Hürde zu nehmen. Oder er will damit vor sich selbst und/oder anderen „Held sein“, sich Vorteile verschaffen, durch Kennen+Können, die zu Achtung oder gar Be-

wunderung führt. Dies – und gar nichts anderes – ist das oberste Ziel aller Aktivitäten so genannter Top-Manager. Sie sind, pardon, machtgeil. Und verhalten sich entsprechend hormonell gedopt: aggressiv zum Kampf bereit. Und Kauf – oder Verkauf – ist Kampf! Verkaufen und Kaufen braucht Sieger und „Opfer“. Wohl fühlt sich, wer glaubt, triumphieren zu können. Der jeweils andere begnügt sich mit der Ersatzdroge Geld: Genug eingenommen oder erfreulich wenig ausgegeben. „Geschäfte machen“ sind die nach wirtschaftlich-kapitalistischen Regeln neu organisierten Kreuzzüge, Ritterspiele, Stammesfehden. Offen gibt man ja zu, Kunden binden zu wollen (oder sind Fesseln etwas nettes?), man kämpft an der Verkaufs-Front (wie in einer Schlacht), der Preis-Kampf tobt, Konkurrenz konnte „abgeschlagen – zurückgedrängt“ werden (oder eben auch leider nicht) – als gälte es, Armeen zu besiegen.



(Foto: pixelio.de/Linchen)



Eruptives Kaufen

Die Sehnsüchte & Visionen oder Ängste & Sorgen, die Träume oder Befürchtungen von Menschen, die potentiell Käufer/Nutzer von Angeboten sein können, sind nur Ursachen oder Auslöser der Käufe. Vergleichbar dem Druck aufquellender heißer Lava, die sich im Erdinneren unter einem Vulkankegel aufbaut.

Die heiße Lava erhitzt Wasser im Erdinneren, es wird zu Dampf und seit Dampfmaschinenzeiten wissen wir, welche Kraft damit entwickelt werden kann. Der Dampfdruck wird zum eruptiven Treibsatz, der den Vulkan explodieren lässt.

Dieser Druck (sagen wir nicht auch über einen wütenden Menschen, er solle erst einmal „Dampf ablassen“?!) im Inneren der Menschen wird reguliert durch individuelle emotionalen Befindlichkeiten. Hier ist die Vokabel BEDÜRFNISSE (was nicht mit Bedarf zu verwechseln ist!) angebracht (siehe Maslow'sche Bedürfnis-Skala).

Das erklärt prinzipiell, warum Menschen kaufen. Aber noch nicht, wie Kunden kaufen.



Verhaltens-Lenkung durch genetische Disposition

Alles lebendig Existente in der Natur strebt einerseits zur Konstanz und andererseits unterliegt es durch zwei Faktoren der Evolution. Erstens durch „Fehler“ (Mutationen) in der Reproduktion der Erbsubstanz („der Gene“). Zweitens durch den so genannten „Anpassungsdruck“. Im Business-Denglisch auch als „survival of the fittest – das Überleben der Opportunisten“ („Trend-Surfer“) bekannt. Bestimmte Individuum-variable

Eigenschaften setzen sich gegenüber anderen aufgrund vorherrschender Umstände durch. Diese Veränderungen geschehen in biologischen Zeiträumen: von Generation zu Generation.

Und deshalb sind wir als Menschen des beginnenden 21. Jahrhunderts unseren Ahnen von vor zwei-, fünf-, zehntausend Jahren sehr ähnlich, was die Grundsätzlichkeiten angeht. Grundsätzlich heißt: Menschen sind (wie ihre biologischen verwandten Spezies auch) durch Ur-Instinkte, durch eine Gefühlswelt gesteuert, die ihre individuellen Erfahrungen wiederspiegeln. Menschen werden in ihrer Befindlichkeit durch Hormone und deren Wirkung gesteuert. Forscher/Wissenschaftler sind sich sicher, dass „freier Wille“ nur eine Illusion ist. Wir können an Gehirnströmen messen, dass die entsprechenden Areale im Gehirn schon neuronal-elektrisch aktiv sind, bevor uns etwas ins Bewusstsein kommt. Wir handeln „aus dem Bauch heraus“, was mit einer anderen Metapher der „Inneren Stimme“ entspricht. Der Kopf (= Intellekt, Verstand, Logik) ist das Ausführungs-Organ, es verarbeitet Informationen, aber es produziert keine Impuls-Auslöser (Steuerzentrale, aber nicht Kommando-Zentrale!). Wir sind als Spezies Mensch buchstäblich „getrieben“, durch Triebe vitalisiert („Drang“).

Beute sichert das Überleben

Einer dieser elementaren Instinkte und Triebe ist „Beute machen“. Allein auf sich selbst gestellt oder in Gruppen organisiert (=ritualisiert) in einer Jagd. Auch sind Wertigkeiten („Das Hemd ist einem näher als der Rock“) des ICH-DU-WIR-Prioritäten völlig natürlich. Und daher vom einzelnen durch mentales Training (u. a. Meditation und Selbstdisziplin) kaum abzustellen. Der kalauernde Volksmund korrigiert den schwärmerischen Dichter zu recht: „Der brave Mann denkt an sich. Selbst zuletzt.“ Vom gleichen Autoren und aus dem gleichen Stück (Schiller, Tell) aber auch: „Der kluge Mann baut vor.“ Beute auf Vorrat machen ist (unter anderem) bei vielen Lebewesen eine angeborene Eigenschaft – Habgier ist durchaus objektiv biologisch erklärbar.

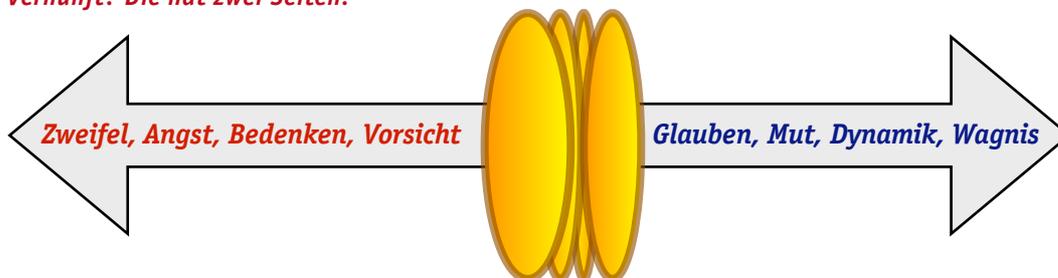
Kaufen ist Beute machen

Um den Jagdeifer (und damit die Überlebens-Chancen) allzeit aktiv zu halten, hat die Natur einen „Trick“ erfunden: per recht komplexer durch unbewusste Gehirnaktivitäten ausgelöste Belohnungs-Hormonkaskaden wird das Beuteschlagen als Glücksgefühl empfunden.

Ob Sie es wissentlich wollen oder nicht, Ihr Unterbewusstsein steuert beim typischen Kauf-Vorgang die gleichen Gefühls-Reaktionen (Gehirn-Aktivitäten und Hormonausschüttungen) wie bei anderen für das archaische Überleben wichtigen Erfolgen des Individuums – **Glücksgefühl belohnt den beutemachenden Jäger, die hütende Sammlerin, die Mitglieder einer sich gegen Feinde wehrende Sippe.** Einst Höhle, heute Firma; einst Jagdzug, heute Vertriebs-Erfolg; einst Beerensammeln, heute Liefervertrag: nicht auf der abstrakt-intellektuellen Ebene gibt es diese Gleichsetzungen, sondern **im nicht beeinflussbaren Unterbewusstsein.** Und zwar ganz generell, unabhängig von Kulturkreis, Erziehung, Lebensumständen. **Dieses wohlige Gefühl** (Ebay wirbt mit dem absolut richtigen Slogan „drei-zwei-eins-meins!“) des „es gehört mir, ist meins; ich kann es in meine Höhle schleppen“ **ist motivierend, beglückend, anspornend,** – neudeutsch: macht geil.

Weshalb man nach einer Vertragsunterzeichnung regelmäßig nerven-beruhigenden Alkohol trinkt und sich sozusagen wieder aussöhnt – das Freund-Feind-Schema wird aufgelöst (man ist ja gegenseitig Freund-Feind: Beute des Kunden ist die Ware oder eine Dienstleistung, Beute des Verkäufers ist das eingenommene oder vereinbarte Geld).

Vernunft? Die hat zwei Seiten!



Die meisten verwechseln in diese Situation das reine **Taktieren** (= die Jagd-Taktik) mit einer **vermeintlich emotionsfreien intellektuellen Ratio, Vernunft**.

Vernunft ist nur indirekt im Spiel, indem sie hilft, die jeweilige Taktik auf Erfolgsaussichten zu prüfen.

Vernunft ist eine Münze mit zwei polarisierend verschiedenen Seiten: **Vernunft kann Triebe hemmen oder bestärken (loslassen), aber niemals selbst „triebhafter Natur“ sein, also jemanden antreiben.**

Vernunft ist ein Mittler zwischen Erfahrung und den Trieben (Zielen, Visionen, Wünschen, Bedürfnissen). Vernunft hat keine Eigenständigkeit.

Vernunft wägt ab, sortiert, bilanziert – nicht mehr und nicht weniger.

Es gibt kein emotionsloses Kaufen. Niemals. Auch nicht im B2B-Bereich. Menschen, die sich für rational halten, unterliegen einem Selbstbetrug. Sie nehmen die Quelle ihrer scheinbar coolen Lässigkeit, ihrer Souveränität nicht zu Kenntnis. Diese Quelle heißt „Sicherheit“; sie fühlen sich sicher. Ahaaaaaaa! Sie FÜHLEN sich sicher. Sie „sind“ sich sicher, weil sie von sich ÜBERZEUGT sind. Überzeugung aber ist ein Gefühl, ein sich Hingeben an Fakten oder Ideologien, es ist VERTRAUEN – und Vertrauen ist ein tiefes Empfinden, etwas Gefühletes.

„Qualität“ ist eine vielstrapazierte Vokabel, die oft benutzt wird, um vorzugaukeln, es gäbe von individuellen Gefühlen abgekoppelte Gründe, bestimmte Dinge zu kaufen und andere nicht. Dies ist, pardon, völliger Blödsinn. Qualität im Sinne von „robuste Brauchbarkeit“, „erfüllt die Aufgabe, weswegen man etwas kauft“, „gut-besser-am besten“ (also im Vergleich verschiedener Alternativen), das ist ok. Ansonsten aber ist Qualität, was Zeitgeist oder Anschauung dazu definiert – eherne Kriterien gibt es nicht, denn „Güte“ kann auch weit übers Ziel hinausschießen: „Good enough“, am besten übersetzt mit „geeignet für ...“ heisst allenfalls die Formel. Die alten Qualitäts-Ansprüche sind längst unter die Räder gekommen. Auch wenn Solingen bei Messern und Bestecken Weltruf genießt – diese Industrie liegt trotzdem am Boden. Ihr Postulat der Qualität hat ihr kein bißchen geholfen. Weil heute andere „Qualitäten“ (sprich Kriterien) gefragt sind und waren, als es die alten Handwerker meinten.

DAS BESTE

Sie wollen alle nur das Beste: der Kunde für sich und der Verkäufer für den Kunden. Zu dumm nur, dass es nur dann „schlechtes“ und „gutes“ (und damit auch „bestes“) geben kann, wenn man sich auf einen

*Maßstab und seine Werteskala einigt. Was ist der „beste Urlaub“
 --- ??? Was ist die „beste Armbanduhr“ --- ??? Man kann noch nicht
 einmal sagen, diese und jene „Sorte Mensch“ bevorzugt einen XYZ-
 Urlaub, und andere Typologien eben anderen. Am Strand: alte, junge,
 dicke, dünne. Im Gebirge: alte, junge, dicke, dünne. Auf „Balkonien“:
 alte, dicke Und Otto Normalmensch hat in der Jugend diese Uhr,
 danach vom ersten Lohn gekauft jene, später eine noch andere – und
 ein paar nach Lust, Laune, Geldbeutel – „die beste Uhr“ ????*

*Die Schlussfolgerung aus solchen Überlegungen ist recht einfach, wird aber
 im Business-Leben auf eine unglaublich massive Art und Weise ignoriert, weil
 es drastisch vor Augen führt, dass man eigentlich dem Kunden gegenüber
 völlig MACHTLOS ist, wenn man nicht von der gern eingenommenen Position
 der Überlegenheit abgeht (Nimm's, oder eben
 nicht – dann bist Du halt „doof“). **Die wirklich
 einzige erfolgreiche Verkaufsformel
 lautet ganz schlicht: Menschen glauben zu
 machen** (sie davon zu überzeugen, ihre Werteskala so beeinflussen), **mit dem Erwerb des
 jeweils angebotenen Artikels oder Dienstes sehen sie „Helden“ – clever, smart, progressiv.***

*Man muss mit den Gefühlen der Käufer spielen
 – und Gefühle darf durchaus in diesem Fall mit
 „befriedigenden Gefühlen“ und „seelischen
 Bedürfnissen“ übersetzt werden. Und die reichen von Not-(Ab-)wendigkeiten über Sicherheitswahn und Geltungsdrang bis zur Lust der blasierten Überheblichkeit.*



Menschen, die sich für schlau, unbeeinflussbar, überlegen, geistig kompetent halten, haben angeblich stets „felsenfeste Werte“. Doch Werte sind Emotionen par excellence! Es gibt, nirgends und nie, objektive Werte. Es gibt nur gefühlte Werte. Was ist eine Excel-Tabelle? Nichts anderes als ein Beruhigungspillen-Surrogat (Ersatzmittel). Nach vielen Zahlen und Berechnungen, nach Charts und Vergleichen „fühlt man sich gut informiert“ (abermals: aha!, Gefühle!) – Man kann es stundenlang weitertreiben, es kommt immer aufs gleiche heraus: Wissen nennt man jene Summe von zugänglichen Informationen, von der man annimmt („aus dem Bauch heraus“, wie denn sonst?), sie wäre ausreichend, um „klug“ zu handeln. Was aber ist Klugheit? Man könnte auch fragen: Was ist das Beste? Objektiv nicht zu beantworten, sondern nur subjektiv, aus der Sicht einer einzelnen Person. Klugheit ist, was ein jeder dazu erklärt. Jeder entscheidet nach seinen Werten – und diese wiederum stammen aus individuellen Erfahrungen. Sie wiederum sind das Vorlagen-Muster für die jeweilige Taktik.

Der Käufer-Zoo

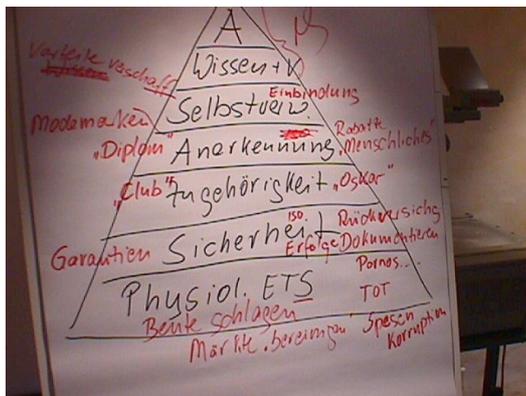
Ergo gibt es viele „Käufertypologien“. Man darf sie sich gegenständlich so vorstellen wie die Verschiedenheit der Raubtiere in der Steppe (oder anderen Biotypologien). Die einen schleichen sich an und warten ab, andere bevorzugen den überraschenden Angriff, manche harren auf Beute, die einem „vors Maul läuft“, andere streifen umher, die einen nachts, die andere bei

Tage. Sie fliegen, laufen, schwimmen. Sie verstecken sich oder umzingeln in Rudeln Opfer. Die einen stellen (terretoriale oder Futterquellen-) Ansprüche, die anderen sind Schmarotzer oder Mitläufer. So sind auch die heutigen menschlichen Käufer: viele Spezies mit höchst unterschiedlichen Taktiken. Aber alle irgendwie mit Erfolg; mal mehr, mal weniger.

Aber an einer Stelle unterschieden sich Menschen doch von den meisten genetischen Vettern aus der Tierwelt. Die machen nämlich nur so viel Beute, wie sie fürs augenblickliche Sattsein oder ein überschaubares Lager brauchen (z. B. um den jährlichen Winter oder die regelmäßige Dürre zu überstehen). Menschen dagegen sind maßlos und können (was viele Verkäufer wollen, um Umsatz zu machen oder zu mehren) weit über ihren Bedarf hinaus kaufen und vor allem, sie lassen sich zu „Futterquellen“ = zu Verkäufern und Verkaufsstellen locken. Weil Menschen vor allem von Gier gesteuert sind, einem unstillbar scheinenden Verlangen. Der Eigenschaft, dem diese Spezies vielleicht sogar die Dominanz auf der Welt „verdankt“, d.h. begründet, warum Menschen selten mit dem zufrieden sind, was sie zur Verfügung haben. Sie wollen immer mehr. Mehr, mehr ...

Und so sind „die Käufer“ eben doch eins und wiederzum zugleich verschieden. Alle „jagen“, wollen Beute machen. Die einen strengen sich eben nur dabei mehr an als die anderen; sind passiver oder aggressiver. Die einen sind „Beute-Gourmets“, die anderen sind „Allesfresser“.

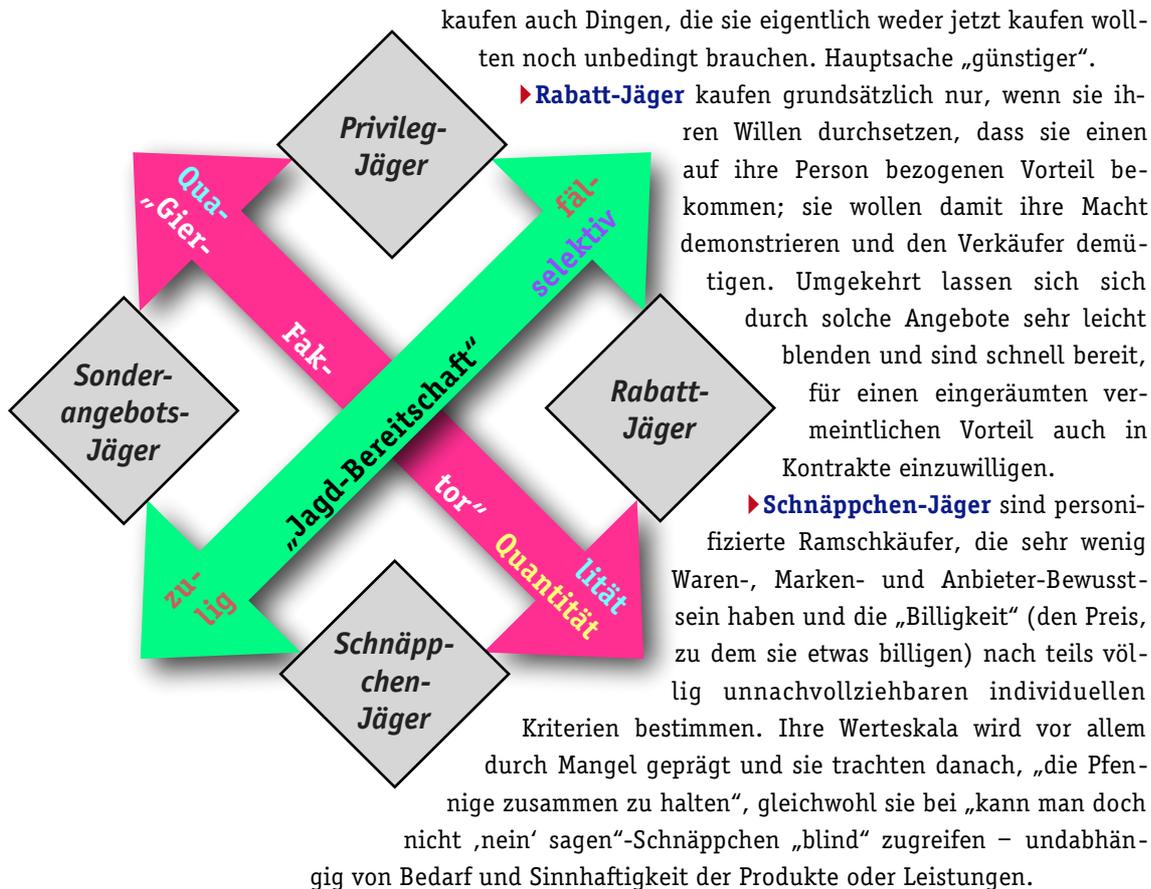
Entsprechend reagieren Käufertypologien unter dem Gesichtspunkt des Jagens und Beutemachens auf verschiedene Anreize; auf welche, das hängt von ihrer gesamtpsychologisch-seelischen aktuellen Disposition ab (siehe „Käufertypologien gemäß Maslow’scher Bedürfnisskala“):



Alle jagen. Fragt sich, wie?

Was heißt dies nun übersetzt ins normale Geschäftsleben? In erster Linie, dass es vier gut unterscheidbare humane Raubtierarten gibt, die jeweils auf eine andere Art der Beute aus sind:

- ▶ **Privileg-Jäger** wollen vor allem eins: Exklusivität. Sogar nicht selten „koste es, was es wolle“. Für sie ist das Elitäre das Entscheidende. Ihnen sollte man Status-Vorteile und Insignien gewähren, die sie auszeichnen.
- ▶ **Sonderangebots-Jäger** wollen bestimmte, von ihnen erwählte Produkte oder Leistungen zu einem allgemein angebotenen, ihnen günstig erscheinenden Preis (oder anderen Konditions-Vorteilen). Sie sind bereit, darauf zu warten bzw. akzeptieren die Zufälligkeit eines solchen Angebotes. Sie



Man hüte sich vor „alles“ und „nichts“

In Marketing-/Verkaufs-Aktionen gelingt es in aller Regel, nur maximal zwei dieser Kriterien „unter einen Hut zu bekommen“. Es könnte etwas elitär und ein Sonderangebot ODER ein individueller Rabatt sein, nicht aber zugleich ein Ramsch-Schnäppchen. Was „verramscht“ wird (Supermarkt-Attitüde) ist nie ein wirklicher Rabatt und nur selten ein echtes Sonderangebot (es ist meist nur geringerer Entstehungs- oder Einkaufskosten und damit eines niedrigeren Verkaufspreises).

Dennoch bieten diese Typologien für jede Waren- und Dienstleistungs-Sparte sowie Geschäfts- bzw. Vertriebsform genügend Spielraum, spezifisch zugeschnittene Angebote für die „Jäger-Typologien“ auszuformen. Nur sollte man eins eben nicht machen, neben dem „alles auf einmal“; das Gegenteil, nämlich nicht zu differenzieren. Dann ist man mit Sicherheit vor Jägern sicher. Was sich in der Metapher positiv anhört, ist im Wirtschaftsleben der sichere Tod: es bleiben die Käufer aus.

Gute Beute bietet sich „mundgerecht“ und „artgerecht“ dem Beutetier dar. Will sagen: Dem Verkäufer kann nichts besseres passieren, wenn Raubtier Käufer alsbald ihn als Opfer wählt.

Guten Appetit. Pardon, gute Geschäfte !



Sind wir denn seit Jahrmillionen „modern“?

Man mag zweifeln, ob man denn ein dem Menschen seit hunderttausenden, wenn nicht millionen von Jahren ur-typisches Verhalten auf so entwicklungsgeschichtlich extrem junge Verhaltensweise wie geldgestütztes Verkaufen-Kaufen, Wirtschaften-Handeln, Marktgesetze und komplexe Gesellschaftsformen anwenden kann und darf. Denn schließlich „wusste“ die Evolution und Entwicklung damals vor ewig langen Zeiten doch noch nichts von unseren heutigen Lebensweisen !! ??

Die Frage zügelt das Pferd von hinten auf, vertauscht Ursache und Wirkung. Wir müssen gar nicht modernen, heutigen Lifestyle per Hilfskonstrukt auf frühere, angeblich angeborene grundsätzliche Eigenschaften übertragen. ES IST GENAU UMGEKEHRT:

Heutige Gesellschaftsordnungen sind ein Spiegel der menschlich-seelischen Natur (der Menschen gemeinsamen Gefühls-, Denk- und Handlungs-Prinzipien). **Wir haben das moderne Leben so organisiert, wie wir schon immer unser Zusammenleben organisiert haben. Damit wir uns möglichst „wohl fühlen“ und unsere instinktiven Interessen am besten vertreten, wir uns gegen bedrohliche Einflüsse wehren und unser (Über-) Leben schützen können. Darin unterscheidet sich das Heute in nichts von den Urzeiten.**

Ein paar Beispiele:

- ▶ *Früher*: die Höhlen oder Hütten (gleich welcher Art).
Heute: Häuser und Räume. Die meisten Büros sehen aus wie Schutzhöhlen. Der „Stammesälteste“ (Big Boss) sitzt „hinten“ oder „oben“, geschützt vor

Kontakt mit dem „Außen“. Was früher als Jagdbeute in solche Behausungen („Nester“) geschleppt wurde, liegt heute in Schränken/Archiven oder auf Festplatten (ok, Papier wird weniger, aber die Gigabytes im Laufwerk immer mehr :-)

- ▶ *Früher*: einfache Soldaten als „Kanonenfutter“, die ranghohen Kämpfer wurden geschützt.

Heute: Verhandlungs-Taktik „bottom up“, erst der „einfache Verkäufer“, dann der Vertriebsleiter, „big boss“ nur für die letzten Hindernisse und den siegreichen Abschluss, der natürlich seinem Konto gutgeschrieben wird.

- ▶ *Früher*: Tricksen, täuschen, tarnen, Fallen stellen; Räuberbanden und marodierende Soldateska.

Heute: Fallen, Tricks, Täuschungen, Gaunereien bei vermeintlich Weißer Weste. Die seriösen Nachrichten sind voller Warnungen vor Betrugern, Abzockern, Gaunern; Schwarzmärkte und Subventionsschwindel ...

- ▶ *Früher*: Jagdverbände (Rudeljagd).

Heute: Firmen und Teams.

- ▶ *Früher*: „Hackordnung“, Rangkämpfe.

Heute: Management-Titel, Benchmarking.

- ▶ *Früher*: Köder auslegen

Heute: Werbung

Ich bin sehr sicher, Ihnen fällt jetzt noch sehr viel mehr ein – und mit diesem Filter ausgestattet in ihrem weiteren Berufsleben auf.

Die wichtigsten Paradimenwechsel

Auswirkungen auf und Konsequenzen für Handel, Wirtschaft, Industrie, Konsumenten

Märkte

- global statt national, national statt regional oder lokal
- booming & top2hop oft in sehr kurzer Zeit
- mehr mode-/trend-abhängig denn je; Lifestyle, „im Gespräch sein“
- kaum/keine Stammkunden, sondern extrem fokussiert auf „emotional cluster“
- on demand, mass customization

Kunden

- zunehmend Nomaden, Email/soziale Medien als einzige „feste Adresse“
- Nomadisierung auch im Einkauf
- Ansprüche statt Bedürfnisse
- emotional cluster, keine klassischen „Zielgruppen“ mehr; schon gar keine soziodemografischen Pauschal-Merkmale
- Convenience und on-demand-delivery extrem wichtig
- Kunden als größter Konkurrent, weil zunehmend autonom – und ...
- Plattform Internet als „daily shopping“ / „regular warehouse“
- Wohn- oder Arbeitsort nicht zwangsläufig Einkaufsort (z.B. Urlaub, Geschäftsreise)
- Kaufen ist Befriedigung des Beutetriebes. „Haben wollen“ extrem wichtig.

Waren (oder Dienste)

- Wichtiger als Qualität/Art/Nutzen/Zweck ist Kommunikation über die angebotenen Produkte; Themen besetzen; „positive Kompetenzvermutung“
- Immer stärkere emotionale Identifizierung und Differenzierung
- Multi-Channel Advertising und meist auch multi-channel-Distribution (on demand, global, ...)
- Internet-Plattformen als Produkt, Dienst, Channel im Mix

Preise

- zunehmend Profil und Prestige-Merkmal (sowohl hohe wie auch niedrige)
- Abkopplung von „Kosten+Gewinn=Preis“; zunehmen fiktive und spekulative Marktpreise (emotionaler Wert)
- bei me-to-Produkten totale Transparenz
- Luxus & Wellness-Bereiche „spendabel“
- Kaufen ist Jagen !!!! Der Beute-Effekt ist enorm wichtig („Sonderangebote“ und Rabatte ziehen immer!)



Ich bin ein Flüchtling

Solingen und sein Weltbild

Mein Vater stammt aus Ostpreußen. Meine Großmutter aus dem Elsass. Deren Eltern aus Böhmen. Mein Patenonkel wohnt in Österreich. Meiner Frau Elten sind aus Haan und Stuttgart, eine ihrer Tanten ist nach Amerika gezogen. Meine Kinder haben in Paris und Zürich studiert ... – solche „Migrationsfamilien“ waren und sind in Solingen völlig normal.

Ein Essay

In der Schule lernten wir mal etwas von der Völkerwanderung. Wir sangen fröhliche Lieder über Wanderburschen, die in die Ferne zogen – und oft dort blieben. Namen von Ruhrpöttlern, die für uns die Kohle aus der Erde buddelten, enden auf i oder y, sind also polnisch. Hugenotten wanderten nach Solingen ein, französische Worte finden sich zu Hauf im Solinger Platt und rheinischem Idiom. Solinger Stahlwaren stammten einst aus Rohmaterialien fremder Fürstentümer und Grafschaften.

Gerne und vor allem essen Solinger griechisch, italienisch, asiatisch, spanisch, türkisch. Ihre Weine kommen aus Frankreich, Südafrika, Chile, dem gesamten Mittelmeer-Raum. Oliven sind von dort, die Orangen, Zitronen. Zucchini, Auberginen, Artischocken. Tee gibt es nach englischer Art. Lachs aus Norwegen. Matjes aus Holland. Käse aus der Schweiz. Butter aus Dänemark. Heizgas aus Russland. Whiskey aus Irland und Schottland. Zum billigen Kuren fährt man nach Ungarn und in die Tschechei. Man sieht, wir Solinger haben ein massives Problem mit Ausländern. Wir meiden jeglichen Kontakt mit allen und allem jenseits von Wupper, Ruhr und Rhein. Oder?

Auch wird ja derzeit auch der Slogan abgeschafft „Solingen – Weltruf aus Qualität“. Was interessiert uns die Welt? Wieso sollen und müssen wir exportieren? Wir könnten doch reich und zufrieden sein, wenn wir nur innerhalb der Grenzen der Stadt, von der Verlach bis Unten zum Holz, vom Nordpol bis Oberburg liefern würden. Kartoffeln wachsen in Widdert, Salatköpfe auch, Vieh steht im Ittertäl, Bohnen gedeihen in Rüden-Friedrichsaue, Fleisch, Hühner und Kappesköpfe liefern uns die Wochenmärkte, Burger Brezel sind viel besser als Pizza.

Wir sehen, wir brauchen das Ausland, die Welt, die derzeitigen Flüchtlinge und Zuzügler gar nicht. Wir sind eine Insel der Glückseligkeit, wir kommen alleine klar. Billige Klamotten aus Fernost? Kaufen wir nicht, wir lassen hier in Widdert und Wald beim Schneider an der Ecke nähen. Möbel aus Schweden, warum? Wir haben doch Zöppkesmarkt! Statt ungarische Salami Perdswüorschker vom Wiedens Ott.

Fremde in der Stadt? Mit uns nicht! Gyros aus der Bude, Döner, Eis beim Italiener – igitt, wir mögens nicht, wir essens nicht. Urlaub auf Mallorca, Kreuzfahrt auf die Kanaren? Wie schön ist es in Wipperau, beim Wandern über'n Klingenpfad, der Ausflug zur Sengbachtalsperrenmauer.

Die Fremden sind gefährlich, bedrohlich, machen uns Angst? Also, wenn Sie mich fragen – fragen Sie mich ruhig – dann habe ich vor all jenen akut behandlungsbedürftigen, jedoch therapieresistenten Maximal-Schizophrenen inmitten unter uns Angst, die aus Leichtsinn und ohne Nutzung eventuell noch vorhandener Restressourcen an Logik klischeehaft dahinplappern, bis-jetzt-noch-nicht-Solinger seien eine Bedrohung. Könnte es nicht auch umgekehrt sein: dass depperter Dumpfsinn, der sich in Hass, Ablehnung und Intoleranz gegenüber anderem und neuen, fremden und bisher nicht üblichen zeigt, genau dahin führt, was schon die Altvorderen als gefährlich eingestuft haben: Inzucht. Und diese, wie man weiß, nicht selten zur völligen Verblödung.

Nur über eins ärgere ich mich doch sehr und ich verstehe es partout nicht: Ingesamt klönnte ich „die Politik“ – ohne in Person und namentlich einzelne Politiker zu meinen – mit Lust und Laune in die afrikanische Wüste jagen, weil sie die Unsinnigkeit und Menschenverachtung zementiert hat, Ankommenden in diesam Land jegliche Chance zu verweigern, sich sofort, ohne unwürdige Unterjochung, aus eigener Kraft zu integrieren. Indem sie ihren Fähigkeiten gemäß arbeiten und sich nützlich machen können. Wieviel Ideen- und Tatkraft, Wirtschaftspotential, Arbeitskräfte und Konsumenten, wieviel kulinarische Freuden, Kunst und Kultur könnten wir Einheimischen unseren Zugewinn und Vorteil nennen, wenn alle, die durch Krieg, Elend und Not in die Klingenstadt kamen und kommen, sofort und auf der Stelle „ganz normale Bürger“ sein dürften. Ganz legal Geld verdienen könnten, anstatt dass wir uns an ihnen zugrunde sparen, weil wir sie unmenschlich in Käfigen, Notunterkünften genannt, festhalten. Es werden derer zu viele? Ganz USAmerika besteht nur aus einst Fremden. Es ist eine der führenden Nationen der Welt. Andere führende Staaten, Indien und China beispielsweise, sind viel-Kulturen-viel-Völker-Staaten. Deutschland ... - - - war übrigens, als es zur Blüte gelangte, ein soeben vereinter Vielfürstentümer-Vielkulturen-Vielunterschieds-Staat.

*Aber wem sag ich das. Ech jangk jetz wie'r innen Kotten tom Drügschliëpen.
Ûr Knaasbüdel, d'r Oßenkopps Wellm.*

Zum Schluss**curriculum vitae Hans-Georg Wenke**

- ▶ Jahrgang 1948
- ▶ Berufsausbildung als Schriftsetzer
- ▶ Studium an der Fachhochschule / Universität Wuppertal, Abschluss Diplom-Ingenieur für Printtechnologien
- ▶ Leitende Berufe in der Industrie
- ▶ Management-Berater bei einem Unternehmerverband
- ▶ Seit 1978 selbständiger Berater und Fachjournalist; über 2.000 Projekte
- ▶ über 3.000 Veröffentlichungen – Text/Bidl, Audio/TV – in namhaften Fach- und Wirtschaftszeitschriften in D, A, CH und anderen Ländern
- ▶ Autor von Fachpublikationen; Prognose-Modelle für mediale Kommunikation, Marketing, Management, „Trend-Scout“, Technologiefolge-Abschätzung
- ▶ Dozent und Seminarleiter in den Fachbereichen Werbung, Marketing, Medientechnik, e-commerce und Kommunikationsstrategien
- ▶ Partner und Consultant in internationalen Beratungs- und Publikations-Netzwerken (Deutschland, Österreich, Schweiz, USA)
- ▶ Chefredakteur von (internationalen) Management-Fachzeitschriften der Kommunikations-Industrie
- ▶ Berater/Chefredakteur internationale rFachmessen und weltweiter Konzerne, internationaler Anbieter von Technik und gesamtheitlichen Produktionslösungen

Credo

Ein Blatt ist eine Bühne. – Ein Bildschirm auch.

Autoren sind die Phantasie, die Illusionen, Visionen.

Worte sind die Schauspieler. Sie vermitteln Thema, Inhalt.

Farben sind die Scheinwerfer. Sie prägen die Gefühle.

Bilder sind Kulissen: Assoziationen und oft Erinnerungen.

Regie führt stets die Kreativität.

Auf diesen medialen Bühnen Menschen in Stimmung zu versetzen, sie zu motivieren, zu informieren, Hilfe, Orientierung und Impulse zu geben, ist mein Metier. Alles kreist immer wieder um die gleiche, spannende Frage und Entwicklung: wie beeinflussen sich und was bewirken Kommunikation & Organisations- bzw. Business-Konzepte im Zusammenspiel? Das beantwortet, welche Technik welchen Nutzen hat, welche Lösungen für welche Märkte und welche Kommunikationsmedien für welche Ziele am besten geeignet sind. Das erforsche und analysiere ich, darüber schreibe und spreche ich.

Rezension / Zitat:

« Schwierige, komplexe Zusammenhänge, aktuelle Entwicklungen, ihre Konsequenzen, Vorteile und Zusammenhänge für ein breites Publikum präzise und prägnant zu erklären – das ist die weit über die Branche bekannte Spezialität von Hans-Georg Wenke. Seine Analysen sind nachweislich schon oft die frühesten und zugleich treffendsten Beurteilungen und Voraussagen der Medienentwicklung gewesen. Besondere Bedeutung bekommen diese Expertisen, weil sie Technik, Marketing, Kommunikation und Business-Strategien in Beziehung setzen und zu einer umfassenden Sicht der Dinge führen. In der persönlichen Präsentation gelingt es ihm, in den Köpfen der Zuhörer Visionen zu erzeugen, die zu neuen Ideen und zu einem entspannteren Umgang mit der raschen Entwicklung führen. »