

Sprecher 1:

Allgemeine Beobachtungen

- Die Wohnortqualität in Ohligs ist hoch, u.a. durch gute Erreichbarkeit. Es gibt jedoch Verbesserungsbedarf bei der Attraktivität des Bahnhofs und der Düsseldorfer Straße.
- Aktuelle Baustellen und Schandflecke wirken abschreckend für Pendler und Besucher.

Verbesserungsbedarf und Ideen

1. Einzelhandel und Vermietung:

- Bedarf an attraktiveren Geschäften (z.B. Herrenausstatter, Sportgeschäfte) statt weiterer Friseure oder ähnlicher Betriebe.
- Schwierigkeiten, neue Investoren und Filialisten anzuziehen, u.a. wegen hoher Mietpreise und geringer Attraktivität des Standorts.

2. Leerstandsproblematik:

- Vorschlag, eine Leerstandsabgabe nach holländischem Modell einzuführen, um Eigentümer zu motivieren, ihre Immobilien zu vermieten oder Mieten zu senken.
- Flexible Nutzungskonzepte für Gewerbe- und Wohnräume werden befürwortet (z.B. Co-Working-Spaces, flexible Ladengeschäfte).

3. Gastronomie:

- Gastronomische Angebote haben in Ohligs stark zugenommen und locken Besucher aus dem Umland an.
- Es fehlt jedoch an Qualität und Management in manchen Betrieben, was Verbesserungen erfordert.

4. Infrastruktur und technische Modernisierung:

- Glasfaserausbau ist ein wichtiges Thema, da die technische Infrastruktur nicht zeitgemäß ist.
- Parkplätze sind ausreichend vorhanden, die Auslastung könnte jedoch besser organisiert werden.

5. Personalprobleme und Work-Life-Balance:

- Schwierigkeiten bei der Personalbeschaffung und hohe Krankheitsquoten belasten Unternehmen.
- Junge Arbeitnehmer zeigen oft mangelnde Belastbarkeit, was zu organisatorischen Herausforderungen führt.

6. Marketing und Standortentwicklung:

- Marketingaktivitäten wurden seit Corona zurückgefahren, teils wegen Personalmangels.
- Der Standort braucht eine klare Strategie, um Investoren und passende Mieter anzuziehen.

7. Kulturelle und soziale Aspekte:

- Veranstaltungen und Gastronomieangebote tragen zur Attraktivität bei.
- Vorschläge für inklusivere Konzepte oder innovative Nutzungsmöglichkeiten (z.B. Concept Stores, Pop-up-Stores).

Sprecher 2:

Hintergrund und Unternehmensbezug:

- Sprecher 2 repräsentiert ein Unternehmen, das Individualsoftware entwickelt, besonders für Bereiche, in denen Standardlösungen wie SAP nicht passen.
- Der Hauptsitz des Unternehmens ist in Solingen, mit 190 zugeordneten Mitarbeitenden, aber nur etwa 30 wohnen tatsächlich in Solingen. Die anderen pendeln aus dem weiteren NRW-Gebiet.
- Standortwahl Solingen wurde teils aus Lokalpatriotismus getroffen, aber auch wegen guter Erreichbarkeit und Nähe zum Bahnhof.
- Es gibt Überlegungen, die Attraktivität des Standorts weiter zu fördern, u.a. durch ein IT-Ökosystem mit Start-ups.

Herausforderungen und Entwicklungsideen:

1. Infrastruktur und Verkehr:

- Verbesserungsbedarf bei der Bahnhofsumgebung (z.B. Hinterausgang ist dunkel und unattraktiv).
- Der geplante Hotelbau wurde nicht realisiert, was sich negativ auf den Standort auswirkt. Kunden und Mitarbeitende weichen auf Hotels in umliegenden Städten aus.

2. Attraktivität des Standorts:

- Es fehlt an gastronomischen Angeboten, besonders für die Mittagszeit.
- Sicherheit und Beleuchtung sind in Teilen der Umgebung verbesserungswürdig.
- Ein Fokus auf hochwertigere asiatische Restaurants und gehobene Optionen wird gewünscht.

3. Arbeitsumfeld:

- Viele Mitarbeitende arbeiten im Homeoffice. Das Unternehmen nutzt seine Büroflächen teilweise für Start-up-Kooperationen, jedoch nur informell.
- Es gibt Überlegungen, ein IT-orientiertes Start-up-Ökosystem zu schaffen.

Perspektiven und Vorschläge:

• Förderung der Standortbindung:

- Vorschlag, Mitarbeitende zu befragen, was sie für attraktiv halten, um sie ggf. zum Umzug nach Solingen zu motivieren.
- Es braucht mehr moderne Wohnangebote, um Fachkräfte und Familien anzuziehen.

• Kulinarische und kulturelle Angebote:

- Verbesserung der Mittagstischangebote durch Foodtrucks oder Kooperationen mit lokalen Restaurants.
- Mehr kulturelle Angebote, die jüngere Generationen und Familien ansprechen, wären wünschenswert.

• Zukunftsplanung und Zusammenarbeit:

- Das Unternehmen ist offen für Kooperationen mit anderen Firmen und Institutionen, um den Standort Solingen weiterzuentwickeln.

- Digitalisierung wird als zentraler Schwerpunkt gesehen, auch um langfristig die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Sprecher 3

1. Überlastung und Personalmangel:

- Er behandelt bis zu **67 Schmerzfälle pro Tag** und arbeitet oft bis **23:30 Uhr**.
- Bürokratische Aufgaben (Eintragungen in Karteikarten) nehmen viel Zeit in Anspruch.
- **Helfer für bürokratische Arbeiten fehlen**, da viele Mitarbeiter nicht entsprechend qualifiziert sind.

2. Nachfolgeproblematik:

- Ein eingestellter **Nachfolger** konnte die Arbeitsbelastung nicht bewältigen und bat um Entlassung.
- Der Nachfolger hatte hohe Gehaltsvorstellungen, zeigte jedoch wenig Arbeitseinsatz und Effizienz.
- Die fehlende Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung und Arbeitsdisziplin bei jüngeren Generationen ist problematisch.

3. Bürokratische Hürden und Verwaltung:

- Verwaltungsprozesse, z. B. bei **Kindergartenprojekten**, sind zu langsam und erschweren Investitionen.
- Bürgerbeteiligung und strenge Bauvorschriften führen zu Verzögerungen und Projektabbrüchen.

4. Mangel an Fachkräften:

- Bewerber aus Deutschland sind rar; stattdessen kommen Bewerbungen aus Ländern wie **Kasachstan, Aserbaidschan, Vietnam**.
- Er hat **vietnamesische Auszubildende** eingestellt und sorgt für ihre Integration durch Wohnraum und Sprachkurse.
- Andere Unternehmen in der Region stehen vor ähnlichen Problemen und stellen ebenfalls ausländische Fachkräfte ein.

5. Wohnraum und Integration:

- Er bietet den ausländischen Mitarbeitern **Wohnraum** direkt in seinem Gebäude.
- Integration ist eine Herausforderung, aber notwendig, um den Fachkräftemangel zu bekämpfen.

6. Handel und lokale Infrastruktur:

- Es fehlt an **attraktiven Geschäften** wie Herrenausstattern oder Spielwarengeschäften.
- Viele Kunden und Kaufkraft weichen in umliegende Städte wie **Köln, Düsseldorf** oder **Hilden** aus.
- Mehr Geschäfte, bessere Parkmöglichkeiten und ein verbessertes Mobilitätskonzept könnten die lokale Attraktivität erhöhen.

7. Zukunftsvision für Ohligs:

- **Mehr Geschäfte, bessere Infrastruktur und mehr Unterstützung für junge Familien.**
- Verbesserung von **Kitaplätzen und Schulqualität** ist notwendig.
- Schaffung von **Studentenwohnungen** oder Apartments für junge Menschen, um sie langfristig zu binden.

Er hebt die Notwendigkeit hervor, Bürokratie abzubauen, Fachkräfte zu gewinnen und die Attraktivität des Standorts Ohligs zu verbessern, um langfristig erfolgreich zu sein.

Sprecher 4

1. Frage zur Nutzung der Aufzeichnung:

- Er wollte sicherstellen, dass die Aufzeichnung nicht veröffentlicht wird und nur für interne Zwecke genutzt wird.

2. Wichtigkeit der dualen Studierenden für die Region:

- Duale Studierende sind wichtig für die Region, da sie sowohl hier arbeiten als auch studieren.
- Ein entscheidender Faktor für das duale Studium sind lokale Arbeitsplätze. Wenn es keine Arbeitsmöglichkeiten in Solingen gibt, verlieren duale Studiengänge an Relevanz.

3. Veränderte Arbeitsweise der jüngeren Generation:

- Junge Menschen möchten anders arbeiten und erwarten Sinn und Spaß bei ihrer Arbeit.
- Aufgaben werden durch KI-gestützte Prozesse effizienter erledigt.
- Duale Studierende arbeiten schneller und nutzen moderne Technologien, was positiv gesehen wird.

4. Mobilität und Infrastruktur:

- Ein Wunsch von ihm ist eine bessere Anbindung durch öffentliche Verkehrsmittel, damit Studierende einfacher zum Studienort kommen können.
- Viele Studierende sind derzeit auf Autos angewiesen.

5. Bedarf an jungen Menschen in der Stadt:

- Solingen benötigt junge Menschen, die sich niederlassen und die Stadt beleben, statt weiterer Seniorenheime.
- Eine lebendige Innenstadt mit Gastronomieangeboten sei entscheidend für die Attraktivität der Stadt.

6. Potenzial von dualen Studierenden für die Wirtschaft:

- Duale Studierende sind wertvoll für lokale Unternehmen und können in vielen Bereichen arbeiten (z.B. Handel, Sparkassen, produzierende Betriebe).
- Duale Studierende bleiben nach dem Studium oft noch in den Unternehmen tätig, was für die lokale Wirtschaft wichtig ist.

7. Nachfolge in Unternehmen:

- Er schlägt vor, duale Studierende gezielt auf die Nachfolge in kleinen Unternehmen vorzubereiten, insbesondere wenn ein Inhaber plant, in den nächsten Jahren aus dem Geschäft auszusteigen.
- Dies könnte durch duale Studiengänge im Bereich General Management unterstützt werden.

8. Positive Beispiele für Integration:

- Er spricht aus eigener Erfahrung als Kind einer Migrationsfamilie und betont, dass erfolgreiche Integration möglich ist.
- Er hält es für wichtig, jungen Menschen positive Beispiele zu geben und ihnen zu zeigen, dass Erfolg unabhängig von der Herkunft möglich ist.

Zusammengefasst betont er die Bedeutung von dualen Studiengängen, lokaler Infrastruktur, Integration von jungen Menschen in die Stadtgesellschaft und die

Vorbereitung von Studierenden auf Unternehmensnachfolgen, um eine zukunftsfähige Wirtschaft und lebendige Stadt zu gewährleisten.

Sprecher 5

1. Herausforderungen und Themenfelder:

- Sie spricht über klassische Herausforderungen wie **Nachfolgeproblematik, Ausbildungsberatung** und **Unternehmensförderung**.
- Neue Herausforderungen liegen in der **Gewinnung von Auszubildenden** und in der **Verbesserung der Infrastruktur** (z. B. Brücken, Bahnanschlüsse).

2. Infrastruktur und Bürokratie:

- Die langfristige Verbesserung der **Infrastruktur** ist entscheidend, aber schwierig umzusetzen.
- Ein Problem sei die **Bürokratie in Deutschland**, die zwar Stabilität bringt, aber auch Reaktionsgeschwindigkeit reduziert.
- Sie fordert eine **zentrale Anlaufstelle** für ausländische Arbeitskräfte, um deren Integration zu erleichtern.

3. Weiche Standortfaktoren:

- **Attraktivität des Wohnorts** spielt eine große Rolle bei der Bindung von Arbeitskräften.
- Faktoren wie **Familienfreundlichkeit, Verwaltungszugänglichkeit** und **gesellschaftliche Identifikation** mit dem Standort sind entscheidend.
- Ohligs hat Potenzial durch seine **Zentralität, bezahlbares Wohnen** und gute **Verkehrsanbindung**.

4. Identität und Gemeinschaftsgefühl:

- **Community-Building** und eine starke **Identifikation** der Bewohner mit ihrem Stadtteil sind wichtig für die langfristige Bindung.
- Vereine und lokale Initiativen können zur **Schaffung von Identifikationsorten** beitragen.

5. Transformation des Handels:

- Es wird überlegt, wie **Nachfolge** und **Transformation** von bestehenden Geschäften gelingen kann, um sie zukunftsfähig zu machen.
- Sie schlägt vor, **Masterarbeiten** und Projekte zu nutzen, um neue Konzepte für Handelsbetriebe zu entwickeln.

6. Statistiken und Daten:

- Sie bietet Unterstützung an, um relevante **statistische Daten** zu beschaffen, die für die Standortanalyse hilfreich sein können.
- Daten könnten helfen, gezielt zu entscheiden, welche Maßnahmen notwendig sind und wie verschiedene Stadtteile sich entwickeln.

7. Zukunftsperspektiven:

- Sie betont die Wichtigkeit, **lokale Stellschrauben** zu identifizieren und Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln, die vor Ort umgesetzt werden können.
- Sie warnt vor einem übermäßigen Fokus auf exklusive Geschäfte, da eine **soziale Durchmischung** notwendig sei.

Zusammengefasst legt sie den Fokus auf eine Kombination aus **Infrastrukturverbesserung, bürokratischem Abbau, Förderung von**

Gemeinschaftsgefühl und der **Transformation von Handelsstrukturen** zur Sicherung einer zukunftsfähigen Stadtentwicklung.

Sprecher 6

1. Lokale Wirtschaft und Investitionen:

- Er betont, dass für Veränderungen Geld und Investitionen notwendig sind und Spenden keine nachhaltige Lösung bieten.
- Die Mietpreise in bestimmten Stadtbereichen müssen angehoben werden, um hochwertige Geschäfte anzulocken.
- Er kritisiert Leerstände und verweist darauf, dass Eigentümer ihre Immobilien verfallen lassen, da Modernisierungen zu teuer wären.

2. Klimawandel und Kapitalismus:

- Er sieht Kapitalismus als Mittel zur Bekämpfung des Klimawandels und verweist auf wirtschaftliche Anreize wie Photovoltaikanlagen, die sich durch Kosteneinsparungen amortisieren.

3. Probleme in der Stadtentwicklung:

- Er bemängelt die Sicherheitslage und den Zustand der Innenstadt, die von Clans dominiert wird.
- Es herrsche eine „Broken-Window“-Situation, bei der vernachlässigte Gebäude zur weiteren Verwahrlosung beitragen.

4. Konsumverhalten und Lokalkultur:

- Er kritisiert, dass die lokale Bevölkerung wenig in ihrer Stadt ausgibt und lieber in größeren Städten wie Düsseldorf oder Köln einkauft.
- Er beklagt, dass Veranstaltungen und Gastronomie-Angebote nicht ausreichend unterstützt werden.

5. Technologie und Arbeit:

- Er äußert sich zur Rolle von Robotik und Künstlicher Intelligenz und sieht keine unmittelbare Bedrohung für Arbeitsplätze.

Insgesamt zeigt Sprecher 6 eine pragmatische und realistische Sicht auf wirtschaftliche und soziale Herausforderungen, insbesondere im Hinblick auf Investitionen, städtische Entwicklung und wirtschaftliche Nachhaltigkeit.

Sprecher 7:

1. Schulentwicklungsplanung und Ausbau:

- Die Schule benötigt aufgrund der Schulentwicklungsplanung mehr Kapazitäten. Es wurden zwei zusätzliche Schulzüge eingeplant, um dem Bedarf gerecht zu werden.
- Digitalisierung und das innovative Schulprofil spielen dabei eine Rolle, auch wenn die finale Entscheidung bei der Stadt liegt.

2. Schulkonzept und Betreuung:

- Die Schule entwickelt sich zu einer „Kusterschule“, in der Unterricht und Ganztagsbetreuung integriert werden.
- Es besteht ein wachsender Bedarf an ganztägiger Betreuung (OGS, 8 bis 16 Uhr) aufgrund veränderter Arbeitsstrukturen der Eltern.

3. Inklusion und Chancengleichheit:

- Die Schule ist integrativ ausgerichtet und fördert gemeinsames Lernen von Kindern mit und ohne Förderbedarf.
- Sie betont die Wichtigkeit von Teilhabe und demokratischer Bildung.

4. Herausforderungen im Bildungssystem:

- Es gibt Fachkräftemangel, hohe Arbeitsbelastung für Lehrkräfte und Schwierigkeiten, qualifizierte Lehrer zu finden.
- Viele Herausforderungen resultieren aus einem Mangel an langfristiger Planung und Unterstützung.

5. Zusammenarbeit mit Eltern und Gemeinschaft:

- Elternarbeit ist zentral, um die Schulgemeinschaft zu stärken. Nicole wünscht sich mehr Engagement der Eltern im Gemeinwohl.
- Veranstaltungen wie Schulfeste sind wichtig für die Gemeinschaft, jedoch gibt es Widerstände von einzelnen Eltern.

6. Bedürfnisse und Zukunftsvisionen:

- Sie wünscht sich mehr Investitionen in Bildung, bessere Bedingungen für Lehrkräfte und ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl.
- Sie betont die Bedeutung von psychologischer Unterstützung und flexiblen, zukunftsorientierten Schulkonzepten.

7. Systemische Probleme:

- Das Bildungssystem ist zu träge für schnelle Veränderungen, insbesondere durch häufige politische Wechsel.
- Chancengleichheit bleibt eine Herausforderung, vor allem für Kinder aus benachteiligten Familien.

8. Vernetzung und Integration:

- Die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die soziale Werte leben, wird als ein positiver Einfluss auf die Gemeinschaft gesehen.

Sprecher 8:

Arbeitnehmer und Mobilität

- **Mitarbeiterstruktur:** Aktuell 670 Mitarbeiter, viele mit Migrationshintergrund und etwa 43 Nationen im Betrieb. Meist Pendler aus einem Umkreis von 20–50 km.
- **Management:** Einige Pendler aus bis zu 100 km Entfernung, vor allem aus dem höheren Management.
- **Wohnraumproblematik:** Geringe Bereitschaft der Mitarbeiter, näher an den Arbeitsort zu ziehen, auch wegen familiärer Bindungen und hohen Wohnkosten.

Wohnungsbau und Stadtentwicklung

- **Wohnungsbau:** Baukosten und regulatorische Anforderungen wie Dämmung, Barrierefreiheit und Brandschutz treiben die Preise hoch, was bezahlbaren Wohnraum nahezu unmöglich macht.
- **Alternativen:** Er schlägt vor, kleinere Wohnungen zu bauen und Konzepte wie Mehrgenerationen-Wohnungen oder flexiblere Grundrisse stärker in Betracht zu ziehen.
- **Stadtentwicklung:** Für eine attraktivere Stadt fordert er mehr Fokus auf Arbeitgeberansiedlung und gezielte Wirtschaftsförderung.

Betriebliche Herausforderungen und Zukunftsstrategien

- **Energieversorgung:** Der Betrieb setzt auf Photovoltaik, die 5–7 % des Eigenbedarfs deckt, und sucht nach Lösungen für grüne Prozesswärme.
- **Diversifizierung:** Neben Automobilzulieferung entwickelt das Unternehmen neue Märkte, etwa für technische Beschichtungen im Bereich Elektrofahrzeuge und Haushaltsgeräte.
- **Innovationen:** Herausforderungen wie 3D-Druck und neue Beschichtungsverfahren werden erkundet, sind aber technisch noch nicht ausgereift.

Gesellschaftliche und politische Kritik

- **Bürokratie:** Kritik an überbordenden gesetzlichen Auflagen, die hohe Kosten verursachen, etwa durch verpflichtende Beauftragte für diverse Themen wie Hinweisgeberschutz.
- **Bildung und Integration:** Er sieht große Herausforderungen in der Bildung, insbesondere bei der Integration von Kindern mit verschiedenen kulturellen Hintergründen und sozialen Startbedingungen. Förderbedarf in Kitas und Schulen sei enorm.
- **Stadtpolitik:** Er beklagt fehlende wirtschaftsfreundliche Maßnahmen und eine mangelnde Strategie der Stadt, um Unternehmen und Arbeitskräfte zu halten.

Persönliche Perspektive und Engagement

- **Lokales Engagement:** Er ist stark in die Region eingebunden, lebt und arbeitet in Solingen, engagiert sich in Beiräten und lokalen Projekten.
- **Zukunftswünsche:** Er hofft auf eine stärkere gesellschaftliche Fokussierung, klare Leitplanken und eine nachhaltige Wirtschaftspolitik, die auf Wachstum und Integration setzt.

Diese Punkte zeigen, dass er aus seiner Rolle als Unternehmer sowohl betrieblich als auch gesellschaftlich denkt und klare Forderungen an Stadt und Politik hat, um die Region Solingen attraktiver und nachhaltiger zu gestalten.

Sprecher 9

1. Herausforderungen des Einzelhandels in Ohligs:

- Leerstände bleiben eine zentrale Herausforderung, auch bedingt durch fehlende Nachfolger für bestehende Geschäfte.
- Es besteht Bedarf an mehr Vielfalt im Einzelhandel, insbesondere Herrenausstatter, Elektronikmärkte und Sportgeschäfte.
- Die Nachfrage nach speziellen Angeboten (z.B. hochwertige Gastronomie, Handwerksläden mit Erlebnischarakter) steigt.
- Eine zentrale Schwierigkeit ist, dass die Kaufkraft oft nicht in Ohligs bleibt, sondern in umliegende Städte wie Köln oder Düsseldorf abwandert.

2. Erfahrungen und Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung:

- Verlängerte Öffnungszeiten, wie längere Samstage oder ein „langer Freitag,“ wurden getestet, jedoch mit mäßigem Erfolg.

- Konzepte wie offene Werkstätten, die Einblicke in die Arbeit ermöglichen, werden geschätzt, sind jedoch für die Betreiber auch anstrengend.
- Veranstaltungen und Stadtfeste ziehen Aufmerksamkeit auf sich, sind aber schwierig zu organisieren und treffen oft auf unterschiedliche Erwartungen seitens der Händler.

3. Strategien zur Verbesserung:

- Förderung der Vielfalt: Die Mischung aus hochpreisigen und erschwinglichen Angeboten sollte beibehalten werden, um alle Zielgruppen anzusprechen.
- Etablierung eines Schwerpunkts: Eine kulinarische Ausrichtung, z.B. als „Gourmet-Tempel des Bergischen Landes,“ wird als potenzielles Alleinstellungsmerkmal diskutiert.
- Nutzung von Umfragen und Daten: Es wird vorgeschlagen, systematisch Postleitzahlen und Kaufmotive zu erfassen, um die Herkunft der Kunden und deren Bedürfnisse besser zu verstehen.

4. Soziale und kulturelle Aspekte:

- Ohligs hat ein aktives Vereinsleben und eine engagierte Gemeinschaft, die als Stärke hervorgehoben wird.
- Das Stadtleben wird durch die Einbindung von Sportvereinen, Kirchen und freiwilligen Organisationen bereichert.
- Dennoch gibt es auch Kritik an mangelndem Engagement seitens Einzelhändlern und Mitgliedern der OWG (Ohligser Werbegemeinschaft).

5. Haltung zu politischen und baulichen Entwicklungen:

- Neubauprojekte stoßen auf Bedenken, ob sie die Erwartungen der neuen Bewohner erfüllen können. Es wird betont, dass viele Neuankömmlinge wohlhabendere Rentner sind, die spezifische Anforderungen an Mobilität und Infrastruktur haben.
- Die Balance zwischen sozialem Wohnungsbau und hochwertigem Wohnen ist entscheidend, um ein harmonisches Stadtbild zu erhalten.
- Bestehende Stärken wie der Bahnhof, der Zugang zu Natur und der Grundcharme von Ohligs sollten gezielt genutzt werden.

6. Zukunftsvision:

- Die Stärkung des Gemeinschaftsgefühls und die Erhöhung der Attraktivität von Ohligs als Einkaufs- und Wohnort stehen im Fokus.
- Eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Vereinen, Händlern und Investoren wird angestrebt.
- Veranstaltungen und verkaufsoffene Sonntage werden als Instrument gesehen, um die Wahrnehmung von Ohligs zu fördern und Kundenbindung zu schaffen.

Sprecher 9 hebt die Notwendigkeit hervor, pragmatische Lösungen für bestehende Probleme zu finden, ohne die bestehende Identität von Ohligs zu verlieren.

Sprecher 10

1. Bevölkerungsstruktur und Wohnsituation:

- Die neu hinzugezogenen Bewohner in den Neubauten gehören größtenteils zu Familien, Pendlern und jüngeren Paaren mit einem

Mindestmaß an Einkommen aufgrund der hohen Mietpreise (ca. 12€/m²).

- Die Nachfrage für kleinere Wohnungen (zwei Zimmer) dominiert, größere Familien sind weniger vertreten.
- Pendler spielen eine große Rolle, viele nutzen den Bahnhof, um in andere Städte zu gelangen.

2. Einzelhandel und lokale Wirtschaft:

- Vielfalt im Einzelhandel ist begrenzt. Es fehlen spezialisierte Geschäfte wie Herrenausstatter, Concept Stores oder Läden für Einrichtungsdeko.
- Der Einzelhandel leidet unter Online-Shopping und dem Wettbewerb durch größere Städte wie Düsseldorf und Köln.
- Es gibt Bedarf für gastronomische Vielfalt, z.B. hochwertige Italiener oder Griechen, und für spezialisierte kulinarische Konzepte wie geführte kulinarische Touren.

3. Herausforderungen im Gewerbe und Wohnungsbau:

- Neubauten sind finanziell unattraktiv für Investoren, da hohe Baukosten (ca. 4000€/m²) den erzielbaren Verkaufspreis kaum decken.
- Gewerbeimmobilien sind durch Bestandsbauten günstig verfügbar, was Neubauprojekte unattraktiv macht.
- Die Entwicklung von Wohn- und Gewerbeprojekten wird von wirtschaftlichen Faktoren wie hohen Zinsen und Baukosten behindert.

4. Verbesserungsvorschläge für Ohligs:

- Förderung eines attraktiveren Einzelhandels mit einer größeren Vielfalt und Reduzierung von redundanten Angeboten wie zahlreichen Barbierläden.
- Nutzung von Pop-up-Stores, um neue Konzepte zu testen und Investoren anzuziehen.
- Entwicklung von Freizeitangeboten wie kreative Werkstätten oder Bildungsprogramme für Kinder und Jugendliche (z.B. MINT-Bildung, Kunst- und Musikförderung).
- Förderung von sozialen und kulturellen Treffpunkten, z.B. kleine Theater, innovative Gastronomiekonzepte oder geführte Events.

5. Kaufkraft und Attraktivität:

- Die Kaufkraft ist prinzipiell vorhanden, verbleibt jedoch oft nicht in Ohligs.
- Strategien zur Bindung von Kaufkraft sind notwendig, wie z.B. durch lokale Treueprogramme (z.B. „OhligsCard“).
- Lokale Gastronomie wird als wachsender Faktor der Attraktivität hervorgehoben.

6. Soziale Aspekte und Stadtleben:

- Ohligs bietet eine gute Infrastruktur, Sicherheit und soziale Kontrolle, die positiv wahrgenommen werden.
- Die Nachbarschaftsstruktur wird als einladend und weniger anonym im Vergleich zu größeren Städten beschrieben.
- Gemeinschaftsprojekte könnten helfen, die Bindung der Bewohner zu stärken und neue Zielgruppen zu erreichen.

7. Zukunftsvision:

- Eine voll vermietete Fußgängerzone mit vielseitigem Einzelhandel und gastronomischen Angeboten wäre ideal.
- Subkulturelle Angebote und kulturelle Vielfalt könnten Ohligs bereichern.

- Ein Fokus auf Nachhaltigkeit und innovative Geschäftsmodelle könnte Investitionen und junge Zielgruppen anziehen.

Sprecher 10 betont die Notwendigkeit, gezielt Konzepte auszuprobieren, die den Bedürfnissen der Bewohner und potenziellen Kunden entsprechen, sowie die Wichtigkeit langfristiger Strategien, um die Attraktivität des Stadtteils zu sichern und weiter auszubauen.

Sprecher 11

1. Attraktivität von Ohligs und Solingen

- Grundsätzliche Ablehnung der Aussage, dass Solingen und Ohligs unattraktiv sind.
- Betonung der Vorteile der Stadt, wie die Nähe zu Düsseldorf und Köln, gute Schulen, ein Vollversorgungs Krankenhaus und vielfältige Kinderbetreuungsangebote.
- Kritik an der schwachen Vermarktung dieser Stärken.

2. Persönliches Konsumverhalten

- Sprecher 11 kauft gezielt bei bekannten lokalen Einzelhändlern wie Metzger Rudolf oder Dorten Haushaltswaren ein.
- Das Shoppingverhalten ist pragmatisch und wenig spontan, stark durch Qualität und Service geprägt.
- Positive Wahrnehmung von spezialisierten Dienstleistungen wie „Private Shopping“, während Mainstream-Einzelhandel eher gemieden wird.

3. Kritik an lokalen Entwicklungen und Einzelhandel

- Fehlende Innovation und Investitionen bei manchen Händlern, trotz Erfolg.
- Positivbeispiele wie der Metzger Rudolf, der in seinen Standort investiert hat, werden hervorgehoben.
- Skepsis gegenüber Niedrigpreiskonzepten (z. B. 1-Euro-Läden) in Ohligs, da dies nicht mit einem hochwertigen Image zusammenpasst.

4. Vision für Ohligs

- Wunsch nach einer Ausrichtung von Ohligs auf eine qualitativ hochwertige Zielgruppe (gehobenes mittleres Segment), mit hochwertiger Gastronomie, kultiviertem Einzelhandel und exklusiven Angeboten.
- Ablehnung einer Mischung aus hochwertigen und billigen Angeboten, da dies nicht stimmig wäre.
- Fokus auf den Erhalt der Mittelschicht und deren langfristiger Bindung an die Stadt (z. B. durch attraktive Angebote für Familien und Freizeit).

5. Vergleich mit anderen Stadtteilen

- Ohligs soll sich als hochwertiger Stadtteil positionieren, während andere Stadtteile wie Greifrath oder Wald für Wohnen, Freizeit und alternative Szenen infrage kommen.
- Solingen-Mitte sollte sich auf Gesundheit, Verwaltung und alltägliche Bedarfsdeckung konzentrieren, nicht auf Einzelhandel.

6. Problemfelder und Herausforderungen

- Kritische Haltung zu Start-ups und Förderprogrammen, da diese oft ineffizient seien.
- Herausforderungen durch Mobilität und Verkehrschaos, besonders bei Pendlern.

- Fragestellung, ob eine stärkere Kaufkraftbindung in Ohligs durch bessere Angebote möglich wäre, angesichts des zunehmenden Onlinehandels.
- 7. Wichtigkeit von Vision und Strategie**
 - Betonung, dass ein klares Zielbild für die Entwicklung von Ohligs erforderlich ist.
 - Bereitschaft, sich aktiv in Diskussionen einzubringen und strategische Entscheidungen kritisch zu hinterfragen.
 - Skepsis gegenüber politischen Konzepten und Visionen der Stadt Solingen.
- 8. Kulturelle und gesellschaftliche Aspekte**
 - Exklusivität als Ziel, aber gleichzeitig Sensibilität für die zurückhaltende Kultur der Solinger (z. B. Wohlstand wird oft nicht gezeigt).
 - Kritik an der Zurückhaltung von Unternehmer:innen und Bürger:innen, mutige Entscheidungen zu treffen.
- 9. Schlussfolgerung**
 - Sprecher 11 plädiert für eine Fortsetzung des eingeschlagenen Weges, der auf Qualität und ein gehobenes Image setzt.
 - Alles andere würde vorherige Investitionen und Erfolge ad absurdum führen.

Sprecher 12

Er äußert sich in dem Gespräch ausführlich zu verschiedenen Themen rund um Ohligs, Solingen und die Stadtentwicklung. Seine zentralen Aussagen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Persönliche Verbundenheit mit Ohligs

- Er ist in Ohligs aufgewachsen, lebt dort und sieht den Stadtteil als seinen Lebensmittelpunkt.
- Er betont die positiven Entwicklungen der letzten Jahre, insbesondere durch Fördergelder und private Investitionen.

2. Stadtentwicklung und Stadtplanung

- **Ohligs als Wohnstandort:** Ohligs sollte sich als attraktiver Wohnstandort mit hoher Aufenthaltsqualität, Gastronomie und spezialisierten Einzelhandelsgeschäften positionieren.
- **Clustermodell für Solingen:** Unterschiedliche Stadtteile sollten sich auf spezifische Funktionen konzentrieren:
 - **Ohligs** für hochwertige Wohnqualität und Nahversorgung
 - **Gräfrath & Burg** für Tourismus und Kultur
 - **Mitte** für größere Einzelhandelsketten und Verwaltung
 - **Wald** für Grundversorgung, aber ohne größeren Handel
- **Bildung und Infrastruktur:** Ohligs braucht eine bessere Schulversorgung, insbesondere weiterführende Schulen.
- **Wohnraum:** er sieht eine wachsende Nachfrage nach bezahlbarem Wohnraum und plädiert für strategische Stadtplanung.

3. Einzelhandel & Kaufkraft

- **Hochwertiger, spezialisierter Einzelhandel:** er glaubt nicht daran, dass Ohligs ein großes Handelszentrum wird. Stattdessen sieht er Potenzial für spezialisierte Läden und inhabergeführten Einzelhandel.
- **Problem mit Öffnungszeiten:** Die frühen Ladenschlüsse, insbesondere samstags, sieht er als Problem für die Attraktivität des Handels.
- **Gastronomie als Erfolgskonzept:** Die steigende Kaufkraft durch Neubauten fördert den gastronomischen Bereich, der weiter ausgebaut werden sollte.

4. Mobilität & Parken

- **Verbesserung der Verkehrsverbindungen:** Er fordert eine bessere Verbindung zwischen Ohligs und der Innenstadt, etwa durch eine Schnellbuslinie oder eine verbesserte Bahnanbindung.
- **Parkraumkonzept:** er sieht ein Problem mit fehlenden Parkmöglichkeiten und plädiert für ein intelligentes Parkraummanagement, inklusive Anwohnerparken und E-Ladesäulen.
- **Ablehnung von ideologisch motivierten Radverkehrskonzepten:** Aufgrund der geografischen Gegebenheiten hält er großflächige Fahrradachsen für ineffektiv.

5. Sicherheit & Stadtgesellschaft

- **Subjektives Sicherheitsgefühl stärken:** Er fordert mehr uniformierte Polizeipräsenz in Ohligs und besonders in Mitte, um das Sicherheitsgefühl zu verbessern.
- **Kriminalität und Clankriminalität:** Er sieht organisierte Kriminalität als Problem und spricht sich für härtere Maßnahmen aus, einschließlich staatlicher Eingriffe in problematische Immobilienbesitzerstrukturen.
- **Flüchtlingsunterkünfte:** Er hält es für unklug, diese in bereits belasteten Stadtteilen zu platzieren, da sie dort leichter in kriminelle Strukturen geraten.

6. Zukunftsvision & Wirtschaft

- **Wirtschaftscluster entwickeln:** Solingen sollte sich strategisch auf zukunftssträchtige Branchen wie IT und Dienstleistungen konzentrieren.
- **Fehlende Hochschulstrategie:** er sieht Potenzial für eine Hochschulansiedlung, z. B. eine wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, um junge Menschen und Innovationen in die Stadt zu bringen.
- **Kritik an Stadtverwaltung und Politik:** Er bemängelt mangelnde strategische Planung und fehlendes ortskundiges Personal in der Stadtverwaltung.

7. Partizipation & Kommunikation

- **Bürgerbeteiligung:** Er kritisiert, dass Stadtentwicklung oft nur in kleinen, elitären Gruppen diskutiert wird. Neue und zugezogene Bürger sollten stärker in Entscheidungsprozesse eingebunden werden.

- **Kritik an lokalen Akteuren:** Er sieht Rivalitäten zwischen lokalen Interessengruppen (ISG, OWG, Ohligser Jungs) als hinderlich für eine einheitliche Stadtentwicklung.

Fazit

Er plädiert für eine strukturierte Stadtentwicklung mit klaren Schwerpunkten für jeden Stadtteil, eine bessere Infrastruktur, eine Stärkung des Sicherheitsgefühls und eine wirtschaftliche Neuausrichtung von Solingen. Gleichzeitig fordert er eine bessere Bürgerbeteiligung und mehr strategische Planung durch die Stadtverwaltung.

Sprecher 13

1. Wirtschaftliches Wachstum und Wohlstand

- Er betont, dass eine positive wirtschaftliche Entwicklung für die Stadt essentiell ist.
- Wachstum sollte nicht nur den Wohlhabenden zugutekommen, sondern auch wirtschaftlich Schwächeren Chancen eröffnen.
- Der Stadtteil Ohligs sollte wirtschaftlich agil bleiben, um nicht in eine wirtschaftliche Depression zu geraten.

2. Attraktivität des Stadtteils und Standortfaktoren

- Ohligs muss attraktiv für Bewohner und Investoren bleiben.
- Faktoren wie Wohnen, Arbeiten, Freizeitangebote, Bildungseinrichtungen und Gastronomie sind entscheidend.
- Der Stadtteil benötigt eine klare Identität, um langfristig erfolgreich zu sein.

3. Mobilität und Infrastruktur

- Der Bahnhof ist ein entscheidender Vorteil für Ohligs, da er Pendler anzieht.
- Es fehlt an Arbeitsplätzen, sodass viele Menschen zum Arbeiten in andere Städte pendeln.
- Investitionen in den öffentlichen Nahverkehr könnten das Stadtbild positiv verändern.
- Ein Konzept für bessere Nutzung der östlichen Brachflächen am Bahnhof wird als notwendig erachtet.

4. Leerstand und Einzelhandel

- Es gibt zu viele leerstehende Geschäftsflächen, was die Attraktivität der Innenstadt mindert.
- Hochwertige Modegeschäfte und spezialisierte Einzelhändler fehlen.
- Es besteht ein Trend zur Verlagerung des Handels ins Internet, was lokale Läden herausfordert.
- Stadtfeste und Veranstaltungen sind wichtig, um den Einzelhandel zu beleben.

5. Bezahlbares Wohnen und Stadtentwicklung

- Es gibt einen Mangel an bezahlbarem Wohnraum für junge Menschen und Studierende.
- Neue Bauprojekte sind aufgrund hoher Baukosten problematisch.
- Die Stadt muss Investitionen in Wohnraum fördern, um junge Familien und Arbeitnehmer anzulocken.

6. Soziale Durchmischung und gesellschaftliche Entwicklung

- Ohligs hat sich positiv entwickelt und zieht zunehmend wohlhabendere Familien an.
- Andere Stadtteile wie Haan stagnieren, weil sie sich nicht ausreichend weiterentwickelt haben.
- Die Stadt sollte aktiv Menschen mit Unternehmergeist und Engagement fördern.

7. Veranstaltungen und Gemeinschaftsgefühl

- Stadtfeste, Märkte und Events sind essenziell für die Belebung der Stadt.
- Es fehlt eine klare Strategie, um Events langfristig zu etablieren.
- Eine bessere Informationsstruktur (z. B. digitale Anzeigen, Plakate an Hauptverkehrsstraßen) könnte das Bewusstsein für lokale Veranstaltungen erhöhen.

8. Zukunftsvisionen und Zusammenarbeit

- Eine bessere Vernetzung zwischen Unternehmen, Stadtverwaltung und Bürgern ist erforderlich.
- Investoren müssen gezielt angesprochen werden, um Ohligs wirtschaftlich weiterzuentwickeln.
- Stadtplanung sollte langfristige Konzepte für Infrastruktur, Mobilität und Stadtentwicklung umfassen.

Zusammengefasst fordert er eine wirtschaftliche und infrastrukturelle Stärkung von Ohligs, mehr Investitionen in Wohnen und Arbeiten sowie eine gezielte Stadtplanung, die den Stadtteil für verschiedene Bevölkerungsgruppen attraktiv macht.

Sprecher 14:

1. Reflexion über die Stadtentwicklung und Wirtschaftsstruktur

- Ohligs hat eine strategische geografische Lage zwischen Köln und Düsseldorf.
- Es gibt eine Mischung aus traditioneller Industrie, IT-Start-ups und Facharbeiterbranchen.
- Die Stadt muss beide Aspekte nutzen: als Wohnstadt für Pendler und als Wirtschaftsstandort.

2. Kritik an der Gegenüberstellung von Wirtschafts- und Wohnstadt

- Die Debatte zwischen „Schlafstadt“ und Wirtschaftsstandort hält Sprecher 1 für verkürzt.
- Investitionen in neue Unternehmen, insbesondere im Bereich IT und Elektrolasetechnologie, zeigen, dass Ohligs ein attraktiver Standort bleibt.

3. Aufruf zur Nutzung bestehender Vorteile

- Sprecher 1 hebt hervor, dass Ohligs eine hohe Lebensqualität bietet, mit einer funktionierenden Infrastruktur, sicherer Umgebung und vielen Freizeitmöglichkeiten.
- Es gibt eine Vielzahl von Treffpunkten und Angeboten für verschiedene Gesellschaftsschichten.

4. Wirtschaft und Einzelhandel

- Es gibt eine Nachfrage nach bestimmten Einzelhandelsgeschäften wie Herrenaussattem, aber die tatsächliche Kaufbereitschaft ist fraglich.
- Der lokale Einzelhandel muss sich durch Qualität, Service und Erlebniskonzepte von Online-Händlern abheben.
- Kritik an mangelndem Engagement einiger Einzelhändler.

5. Sicherheit und Ordnung

- Ohligs ist sicher, mit einer eigenen Polizeiwache und gezielten Maßnahmen.
- Die gefühlte Unsicherheit ist subjektiv und nicht durch Statistiken belegt.
- Kriminalitätsbekämpfung sollte nicht auf Abschreckung basieren, sondern auf sozialer Kontrolle.

6. Mobilität und Infrastruktur

- Parkhäuser sind nicht ausgelastet, während Menschen weiterhin nach mehr Parkplätzen rufen.
- Die Lösung wäre, Parkgebühren in der Innenstadt zu erhöhen, um den Parkdruck zu regulieren.
- ÖPNV kann verbessert werden, aber neue Buslinien müssen realistische Nachfrage haben.
- Konzepte für eine bessere Anbindung Ost-West sind notwendig.

7. Bildung als höchste Priorität

- Die beste Investition für die Zukunft ist Bildung.
- Die Stadt muss weiterhin Schulen und Bildungsangebote stärken.
- Bildungsinitiativen sollten nicht nur für Kinder, sondern auch für Erwachsene und ältere Menschen gedacht werden.

8. Strategie und Zukunftsausrichtung

- Die Stadt muss sich auf bestimmte Schwerpunkte konzentrieren und nicht versuchen, alles auf einmal zu verbessern.
- Ein klares Konzept ist entscheidend, um die Entwicklung von Ohligs gezielt voranzutreiben.

Sprecher 14 hebt die Stärken von Ohligs hervor, kritisiert veraltete Debatten und fordert eine strategische Entwicklung der Stadt mit einem Fokus auf Bildung, Infrastruktur und nachhaltigem Wirtschaftswachstum.

Sprecher 15:

1. Erfahrungen mit „Geldscham“ im Handwerk

- Beobachtung, dass Handwerker oft teure Autos besitzen, diese aber verstecken, um nicht als überteuert wahrgenommen zu werden.
- Vergleich mit anderen Berufen (z. B. Ärzte, Steuerberater), bei denen teure Autos eher akzeptiert sind.

2. Lebenssituation und Alltag

- Lebt in einer kleinen Wohnung mit Garten in einem Mehrfamilienhaus.
- Mag es, am Wochenende den Markt zu besuchen und dort einzukaufen.
- Genießt die Nähe zur Natur und zur Innenstadt.

3. Einschätzung zur Gastronomie und Einzelhandel in der Umgebung

- Wünscht sich mehr asiatische Restaurants und eine moderne Café-Kultur mit Siebträgermaschinen.
- Sieht Potenzial für innovative Gastronomiekonzepte, z. B. eine Chipotle-ähnliche Schnellrestaurant-Kette.
- Hält die lokale Versorgung für grundsätzlich gut, hätte aber gerne noch mehr Vielfalt.

4. Einschätzung zur Mobilität und Stadtstruktur

- Nutzt kaum öffentliche Verkehrsmittel, da er schlechte Erfahrungen mit Verspätungen gemacht hat.
 - Erkennt das Problem der mangelnden Infrastruktur innerhalb von Solingen (lange Busfahrzeiten).
 - Hält Konzepte wie Uber oder Moia für interessant, um Mobilität zu verbessern.
- 5. Wirtschaftliche und soziale Entwicklung von Ohligs**
- Ohligs wächst und wird immer teurer, wodurch eine soziale Durchmischung schwieriger wird.
 - Glaubt, dass sich Stadtteile wie Oberkassel durch steigende Preise „automatisch aussieben“.
 - Hält es für schwer steuerbar, ob Ohligs eine exklusive oder gemeinwohlorientierte Entwicklung nimmt.
- 6. Zukunftsperspektiven für die Stadtentwicklung**
- Sieht Potenzial in der Mischung von Gewerbe und Wohnen (Kommentar auf das Beispiel des Modells aus den Niederlanden mit kombinierten Industrie- und Wohnanlagen).
 - Glaubt, dass Ohligs sich weiter entwickeln wird, aber Platz für neue Wohnflächen begrenzt ist.
- 7. Öffentliche Wahrnehmung und soziale Aspekte**
- Findet, dass das soziale Miteinander in der Stadt wichtig ist, aber durch Internet und Homeoffice tendenziell weniger wird.
 - Schlägt vor, Events oder interaktive Stadtführungen (ähnlich einer Pitch-Show für Unternehmen oder Singles) zu organisieren, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken.
 - Wünscht sich mehr öffentliche Informationsquellen über lokale Events, z. B. digitale Anzeigetafeln am Bahnhof.
- 8. Technologie und Innovation**
- Nutzt wenig KI, ist aber offen für Innovationen wie digitales Homestaging in der Immobilienbranche.
 - Glaubt, dass Live-Inszenierungen von Immobilien oft überzeugender sind als virtuelle Lösungen.
- 9. Ökologische und optische Verbesserung der Stadt**
- Fände Begrünung von Fassaden oder smarte Stadtentwicklung spannend.
 - Sieht Probleme bei der Umsetzung (z. B. teure Fassadenbegrünung, Eigentümerwiderstände).

Sprecher 15 hat viele interessante Anregungen zur Stadtentwicklung, zur Mobilität und zum sozialen Leben in Ohligs eingebracht

Sprecher 16

Biografischer Hintergrund & Ankunft in Ohligs

- Ursprünglich aus Hamburg, Ausbildung in Frankfurt am Main.
- Nach Frankfurt ist sie nach Ohligs gezogen – das war für sie ein echtes „Ankommen“, im Kontrast zur Anonymität Frankfurts.
- Sie fühlte sich direkt willkommen: Ein einfaches „Guten Morgen“ von einem Nachbarn war ein bedeutender Moment für sie.

Verbindung zu Ohligs

- Hat bereits früher in Ohligs gearbeitet, war dann einige Zeit in der Stadtmitte tätig und kehrte nun zurück.
- Sie lebt mit ihrer Familie im Neubaugebiet Olbo.
- Schätzt die familiäre, vertraute Atmosphäre – fühlt sich nach Jahren erstmals wieder wie „zu Hause“.
- Mag die Mischung aus Kleinstadt und Stadt: nicht zu anonym, aber lebendig.

Beruf & Bestattungskultur

- Führt ein Bestattungsunternehmen mit Fokus auf sensible Themen wie Vorsorge und Sternenkinder.
- Ihr Mann arbeitet im palliativen Kinderhospiz in Wuppertal.
- Betont die Bedeutung einer würdevollen Trauerkultur – im Unterschied zu Frankfurt, wo „FOF“ (Feuer ohne Feier) weit verbreitet sei.
- Möchte das Thema Tod enttabuisieren und als Teil des Lebens sichtbar machen – durch ihr Ladenlokal mit Schaufenster mitten in der Einkaufsstraße.

Engagement für Sternenkinder

- In Ohligs gibt es ein spezielles Feld für Sternenkinder – wichtig für viele betroffene Eltern.
- Organisiert Treffen, gemeinsame Grabpflege und begleitet Betroffene mit einem Netzwerk aus Trauerbegleitern und Hospizen.
- Will das Thema sichtbarer und zugänglicher machen – auch durch eigene Angebote.

Familie & Kinderfreundlichkeit

- Ihre Tochter (ca. 5 Jahre alt) wächst in Ohligs auf, geht demnächst zur Schule.
- Es fehlen ihrer Meinung nach größere und abwechslungsreichere Spielplätze – besonders im O-Quartier.
- Die Wege sind kurz und sicher – Tochter kann sich bald allein bewegen.
- Marktplatz als wichtiger sozialer Treffpunkt.

Mobilität & Alltag

- Sie nutzt das Auto, ihr Mann bevorzugt Bahn (z. B. nach Wuppertal).
- Alles im Alltag ist fußläufig erreichbar – das schätzt sie besonders.
- Möchte nicht mehr in größere Städte zum Ausgehen – alles, was sie braucht, hat sie in Ohligs.

Wünsche für den Stadtteil

- Wünscht sich ein Frühstückscafé mit längeren Öffnungszeiten (z. B. auch bis 16–18 Uhr).
- Samstagsöffnung bis 13 Uhr empfindet sie als unzeitgemäß und stressig.

- Könnte sich vorstellen, dass studentische Aushilfen oder neue Bewohner hier Lücken im Einzelhandel schließen.
- Kritisiert Leerstand und mangelnde Nachfolge in lokalen Geschäften.

Jugend & Soziales

- Sie sieht Bedarf an Angeboten für Jugendliche und vermisst Sozialarbeit für diese Zielgruppe.
- Schlägt vor, Spielplätze abends auch für Jugendliche nutzbar zu machen und kreative Schilder zur Müllvermeidung einzusetzen.
- Ideen wie Repair-Cafés oder Upcycling-Workshops findet sie sinnvoll.

Werte & Haltung

- Betont die Wichtigkeit von Respekt, Gemeinschaft und Solidarität.
- Kritisiert gesellschaftliche Tabus rund um Verlust, Schwäche und Tod.
- Sie will mit ihrer Arbeit dazu beitragen, das Thema Tod als Teil des Lebens zu integrieren – offen, bunt, menschlich und mit Humor.

Sprecher 17

Persönliches & Berufliches

- Sprecherin hat **kein klassisches Geschäft**, sondern ein **Atelier**, das sie während Corona eingerichtet hat (mit Nähmaschine, Zuschnittstisch, Rechner).
- Arbeitet selbstständig seit fünf Jahren, u.a. für Mode-Labels aus dem Homeoffice.
- Möchte **mehr lokal arbeiten** und ihr kreatives Engagement nach Ohligs verlagern, um Gemeinschaft zu fördern.

Bezug zu Ohligs

- Lebt aktuell bei den Eltern, fühlt sich in Ohligs **sehr verwurzelt**.
- Würde gerne **Eigentum erwerben**, idealerweise eine Art **Scheune mit offenem Workspace** für kreative Projekte mit der Nachbarschaft.
- Liebt die Kombination aus **Stadt und Natur** – erwähnt explizit Wälder, Tiere und das Naturschutzgebiet in der Nähe.

Konsumverhalten & Lokales Engagement

- Unterstützt Secondhand-Läden wie **"Zweiteliebe"**, insbesondere wenn es soziale Zwecke verfolgt.
- Setzt sich für **nachhaltigen Konsum** ein, nutzt Plattformen wie **Vinted**, meidet Impulskäufe.
- Hat sich stark mit **Upcycling & Nachhaltigkeit** beschäftigt, z.B. mit Materialien aus Museen, Kirchenprojekten etc.

Ideen & Visionen

- Wünscht sich mehr **Jugendangebote** in Ohligs (z.B. Club oder Ort zum Tanzen ohne elterliche Aufsicht).
- Fände ein **Handwerkszentrum für Jugendliche** oder eine Art **Repair-Café mit Lerneffekt** sinnvoll.
- Unterstützt flexible **Mobilitäts- & Nutzungskonzepte** (z.B. Park & Ride, E-Bikes, flexible Öffnungszeiten).
- Sie sieht **viel Potenzial in Ohligs**, beschreibt es als „nahbar, freundlich und formbar“.

Zukunft & Bildung

- Betont, dass Jugendliche **mehr Möglichkeiten** brauchen, um **ihre Stärken zu entdecken** – vor allem auch durch handwerkliche Tätigkeiten.
- Sie sieht **Angst bei jungen Menschen** bzgl. Job-Sicherheit in einer Welt mit KI und Automatisierung.
- Plädiert für mehr **Experimentierfreude und praktische Bildung**, auch im Sinne von Lebensgestaltung und beruflicher Orientierung.

Sprecher 18

Persönlicher Hintergrund

- Sie stammt aus einer **traditionellen Schleiferfamilie** in Solingen; ihr Vater und Großvater waren Schleifer, ihre Mutter lackierte früher Scheren.
- Eigentlich gelernte Friseurin, musste den Beruf aus gesundheitlichen Gründen aufgeben.
- Ihr Vater brachte sie auf die Idee, **einen Marktstand zu betreiben** – heute steht sie seit über 30 Jahren auf Märkten.
- Sie verkauft **Solinger Haushaltswaren, Messer, Ausstechformen** usw. – sogenannte „Küchenschätze“.
- Sie liebt ihren Beruf, obwohl es **körperlich anstrengend und unsicher ist** (Wetter, Personalnot, Sicherheitsauflagen).

Erfahrungen im Einzelhandel & auf dem Markt

- Einzelhandel im Stadtteil ist schwierig – **wenig Laufkundschaft**, fehlende Läden (z. B. Elektrogeschäft).
- Ihre Produkte sind oft „Beiwerk“ bei Märkten, **nicht Hauptattraktion wie Essen & Trinken**.
- Sie betreibt einen **Onlineshop**, aber der lohnt sich kaum: **hoher Pflegeaufwand**, wenig Umsatz.
- Auch **Sicherheitsbedenken bei Messern** nach einem Attentat machten ihr das Geschäft schwerer.

Stadtteil Ohligs

- Sie lebt seit Jahrzehnten in Ohligs und kennt viele Menschen – **hohe Verbundenheit & Nachbarschaftsgefühl**.
- Sie wünscht sich **mehr Vielfalt im Handel** (z. B. Heimwerkerbedarf, Elektro, TV).

- Früher war mehr los, z. B. **mehr kleine, spezialisierte Geschäfte** – heute wirkt vieles leer und orientierungslos.
- Die **neue Bebauung bringt neue Bewohner**, das spürt sie deutlich auf dem Markt – aber **Kundschaft bleibt schwer zu halten**.

Öffnungszeiten & Stadtentwicklung

- Sie kritisiert die **späten Öffnungszeiten** vieler Geschäfte – früher war es besser (ab 9 Uhr).
- Viele Pendler erledigen ihre Einkäufe in anderen Städten – **Ohligs wird „verpasst“**.
- Sie wünscht sich Aktionen wie **lange Donnerstage oder Samstage** mit Event-Charakter.
- Idee: **Stadtmarketing mit Konzepten**, wie z. B. Gutscheine für Neubürger, Events in Läden, Themenabende („Blauer Donnerstag“).

Gesellschaftliches & Kulturelles

- **Nachwuchsprobleme im Marktgewerbe**: Junge Leute wollen keine körperlich anstrengenden Jobs.
- **Fehlende Freizeitangebote für Jugendliche** im Stadtteil, kaum Treffpunkte oder Werkstätten.
- Sie erinnert sich an **frühere Schulangebote** wie Werken, Kochen – heute nicht mehr vorhanden.
- Setzt sich für **mehr Handwerkserleben, soziale Treffpunkte** und echten menschlichen Austausch ein.

Fazit

Sprecherin 18 ist eine tief verwurzelte, engagierte Marktfrau mit viel Stadtteilwissen. Sie liebt Ohligs, sieht aber viele strukturelle Schwächen – insbesondere beim Handel, bei der Sichtbarkeit und der Zukunftsfähigkeit des Stadtteillebens. Sie fordert: **mehr Miteinander, echte Beteiligung, moderne Konzepte und mehr Mut**.