

WILHELM ROSENBAUM

WARTBERG VERLAG



KÜNSTLERISCH REKORDVERDÄCHTIG ZUCKERSÜSS

MEISTERHAFT TIERISCH SPITZENMÄSSIG

APPETITLICH BERGISCH NATÜRLICH

einfach
Spitze!

Solingen

100

Gründe, stolz auf
diese Stadt zu sein.

ST Solinger Tageblatt

WILHELM ROSENBAUM



WARTBERG VERLAG

Bildnachweis

Redaktionsarchiv des „Solinger Tageblatts“: S. 3, 7, 11, 14, 16, 22, 23, 25, 27, 28, 32, 33, 37, 39, 40, 43, 45, 53, 54, 58, 63, 64, 66, 68, 69, 70, 74, 81, 83; ADAC, München: S. 75; Archiv Rosenbaum: S. 6 unten, 9, 15, 17, 29, 44, 47, 51, 71, 80; Hannelore Bongartz-Thorwald, Hamburg: S. 38; Thomas Herriger, Solingen: S. 20; Annemarie Slijfer-Krings, Sappemeer NL: S. 31; Stadtarchiv Solingen: S. 6 oben, 35, 49, 56, 62, 72; dpa Picture Alliance GmbH: S. 44 (Netherlands Out Point De Vue Out), 53 unten, 53 unten (picture alliance/dpa), 59 (EPA_Commercial_Feed), 77 (picture-alliance KPA), 82 (picture alliance/dpa), 87, 89, 92 (picture-alliance/Sven Simon), 94 (picture alliance/Keystone), 95 (picture alliance/AAPimanges/Panckow).

Hans-Dieter Frank (Fotoclub Essen-Kupferdreh): Titelbild.

Wir danken allen Lizenzträgern für die freundliche Abdruckgenehmigung. In Fällen, in denen es nicht gelang, Rechtsinhaber an Abbildungen zu ermitteln, bleiben Honoraransprüche gewahrt.

Dankeschön

Ein Buch mit Solingens Geschichte(n) zu schreiben, ist ohne Frage reizvoll, manchmal sogar richtig spannend. Dabei bedeutet die Unterstützung durch Ralf Rogge und sein hilfsbereites Stadtarchiv-Team Arbeitserleichterung und im Glücksfall Vergnügen dazu.

Bei diesem Buch über die beschreibenswerte bergische Heimatstadt war das nicht anders.

1. Auflage 2015

Alle Rechte vorbehalten, auch die des auszugsweisen

Nachdrucks und der fotomechanischen Wiedergabe.

Gestaltung und Satz: r2 | Ravenstein, Verden

Druck: Bernecker MediaWare AG, Melsungen

Buchbinderische Verarbeitung: Buchbinderei S. R. Büge, Celle

© Wartberg Verlag GmbH & Co. KG

34281 Gudensberg-Gleichen • Im Wiesental 1

Telefon: 056 03/9 30 50 • www.wartberg-verlag.de

ISBN: 978-3-8313-2906-9

EIN PRÄSIDIALES LEITMOTIV

„SOLINGEN, DAS IST FÜR MICH EIN GEFÜHL“

Er hat wortwörtlich die große Welt gesehen, als Abgeordneter, als Minister und als Präsident der Bundesrepublik Deutschland. Er ist viel herumgekommen, dieser Walter Scheel, der 1919 auf der Höhscheider Messerstraße geboren wurde. Die emotionale Nabelschnur zu seiner Heimatstadt hat er nie durchgeschnitten.

Dabei war er grenzüberschreitend ein TV-kompatibler, ungemein populärer Bundespolitiker, der als Konrad Adenauers „Liebkind“ galt und den Willy Brandt „Sir Walter“ nannte, wohl weil er dessen souveräne Umgangsformen schätzte. Scheel war in der ersten Liga der Printmedien ein bewundertes Objekt, der „Präsident der feinen Lebensart“ („Spiegel“), ein „Kenner der französischen Geschichte“ für die FAZ, die „Zeit“ lobte ihn als „Mann der eleganten Repräsentation“ und erklärte ihn bündig zum „geschliffenen Präsidenten“. Kritik war nur in kleinen Dosen zu haben. Die NRZ differenzierte feinsinnig, „ein reiner Rheinländer“ sei er ja nicht, und Rainer Barzel von der CDU charakterisierte ihn kantig als „Dickschädel aus dem Bergischen Land“.

In der Klingenstadt nahm man das sehr gelassen, zumal Scheel selbst der bergischen Variante von Sturkopp eine sympathischere Deutung hinterherschob: „Hier leben Leute, die hatten meist einen dickeren, aber auch einen volleren Kopf, als dies in manchen anderen Landesteilen der Fall ist“. Als Indiz für Prinzipientreue und Bodenständigkeit hätte der Dickkopp so die Kurve glänzend gekriegt.

Scheel blieb ein illustres, spannendes Politikerleben lang diesem Solingen, das ihn 1974 zum Ehrenbürger ernannte, auf mitmenschlich-anrührende Weise immer verbunden. Eine echte „Huhsiedene“, die historische Feiertagskopfbedeckung der Solinger Schleifer, trug er beim Kölner Rosenmontagszug stolz wie eine Trophäe. Und er fügte bei einer klassischen bergischen Kaffeetafel mit Waffeln und Reisbrei in Oberburg, im Angesicht des Grafenschlosses, noch ein persönliches Bekenntnis hinzu: „Solingen, das ist für mich ein Gefühl“.

VORWORT

Es hat beinahe zweihundert Jahre gedauert, bis dem schmückenden Beiwort „Klingenstadt“ endlich die offizielle Ortsschild-Reife amtlich zuerkannt wurde. Denn 1835 bereits widmete „Die geliebte Klingenstadt“, vollmundig formuliert von einem anonymen Dichter, dem preußischen König Friedrich Wilhelm III. zum Geburtstag ein über die Maßen warmherziges Gedicht.

Danach ging die Etikettensuche freilich erst richtig los. Waffenstadt, mit Hinweis aufs säbelrasselnde Schneidwaren-Image, war im 19. Jahrhundert gang und gäbe, ehe ein bodenständiger bergischer Roman sich zu einer heimatlichen „Siebenhügelstadt“ verstieg. Das Wort Eisenstadt fiel einem Remscheider Historiker ein. Mitte der goldenen Zwanziger mochte es scheinen, als habe im Städtchen ein Wettbewerb ums originellste Logo begonnen.

Da wurde aus Solingen feuilletonistisch flott die „Stadt der vollen Kaffeekan-
nen“, ironisch die „Messerhelden-Stadt“ oder zum Ruhm des berühmten Gabel-
schmieds eine „Peter-Hahn-Stadt“.

Pathetisch klang die „Schwertfegerstadt“ der frühen Nachkriegszeit, als der Ham-
burger „Spiegel“ noch mit Attributen wie Rasierklingen, Stahl und Industrie
spielte, ehe er sich Bindestrich-vernarrt 1974 zur „Klingen-Stadt“ aufraffte. Das
waren die frohen Jahre, in denen das „Zeit-Magazin“ die Provinz-Schablone
auspackte und locker vom rheinisch-bergischen „Stahlstädtchen“ berichtete. In
der Tageblatt-Serie „Forum Solingen 2020“ hieß es kürzlich selbstbewusst „Die
Stadt der starken Marken“.

Kurz, das bergische Kind zwischen Wupper und Itter hat viele, ganz unterschied-
liche Gesichter und Geschichten. Einige davon, hoffentlich interessante, heitere,
gelegentlich auch besinnliche, versammelt dieses Buch, das die Schokoladensei-
ten der Stadt präsentiert.

Sie werden vielleicht sogar unter all den Namen, Plätzen und Ereignissen weit
mehr als 100 gute Gründe finden, auf unsere Stadt stolz zu sein. Dann können
Sie vielleicht auch dem Solingen-Besucher aus Afrika zustimmen, der dem
Lyriker Edwin Wolfram Dahl einen wunderschönen Satz in den Notizblock
diktierte: „Solingen – das Wort kann man singen.“

Unsere Stadt ist eben einfach spitze.

Herzlichst Ihr

Wilhelm Rosenbaum

WIR SIND 'NE MARKE

VON SOLINGEN EINFACH GEFESSELT

FRIEDERIKES FLOTTE KISTE

Solingen
MEISTERHAFT

EXPORTSCHLAGER IN BLAU UND GELB

In ausgesprochen unruhigen Zeiten, so hat es Albert Weyersberg, der Urvater aller lokalen Heimatforscher, festgehalten, bekannte die Klingenstadt symbolträchtig Farbe. Seit der „Kriegszeit“, gemeint war der Erste Weltkrieg, habe sich Solingen offiziell für seine Fahnen die Farben Blau und Gold gewählt, „wie sie die Helmdecken auf Wappenbildern schon länger zeigen“. Im Laufe der vergangenen hundert Jahre ist aus Blau-Gold im Stadtwappen mit Anker und Schwert das uns geläufige Blau-Gelb geworden.

Und das hat ein Politiker von der Wupper gleich in die ganze Republik exportiert. Der Ruhm gebührt Walter Scheel, dem vierten Bundespräsidenten unserer Geschichte. Denn Scheel schmetterte nicht nur sattel- und mikrophonfest, seinen



„Groß-Solingen“ erhielt ein überarbeitetes Stadtwappen.

Bekanntheitsgrad international bis nach China steigend, das gute, alte Volkslied „Hoch auf dem gelben Wagen“ in den Äther. Er nahm außerdem die beiden Solinger Stadtfarben – er hat nie gezögert, den Bezug zur Heimatstadt öffentlich zu machen – gleich mit zur Bundes-FDP.

So konnte
TV-Journalist
Friedrich
Nowotny 1976
ironisch
bilanzieren, bei

Walter Scheel achtete
penibel auf seine Farben.



der Bundestagswahl sei die FDP „mit einem marmorierten, noch nicht ganz blau-gelbem Auge davongekommen“. Denn Blau-Gelb stand nun als optisches Markenzeichen für die deutschen Liberalen, egal, ob das Partei-Logo ohne und auch als Werbe-Gag mit Aufmerksamkeits-Pünktchen daherkam.

Die Bundes-FDP, erneut mit einem bergischen Vorsitzenden an der Spitze, entschloss sich am Dreikönigstag 2015 zu einem variierten neuen „Farbenspiel“. Auf Initiative von Christian Lindner fügte sie zum traditionellen Blau-Gelb, an dem Lindner ausdrücklich nicht rütteln wolle, einen modernen Tupfer hinzu und unterlegte den Parteinamen mit der Trendfarbe Magenta.

Nachtrag in farbiger Sache

Magenta ist derzeit bekanntlich die optische Signalmarke der Telekom, und dass deren Chef Timotheus Höttges ist, der in Solingen geboren wurde und an der Schwertstraße sein Abitur machte, rundet das Bild von den überaus innovativen Bergern und ihrem ausgeprägten Farb-Feeling anschaulich ab.

VON SOLINGEN EINFACH GEFESSELT

Wer bei dem Stichwort Solingen zunächst und primär an Messer, Gabel, Löffel denkt, hat bei aller Liebe zum schnittigen Image unserer Stadt eine Vielzahl von Produkten der Gütemarke „Made in Solingen“ noch gar nicht im Blick, egal, ob von Kaffeemaschinen, Korkenziehern und Krawatten, von Eierbechern oder Gummibärchen die Rede ist. Daneben gibt es, nicht gerade im Vorübergehen an der Ladentheke zu erwerben, jede Menge Spezialanfertigungen: Türscharniere für den Flughafen in Riad etwa, Kokillen-Bearbeitung für die Hochöfen an der Ruhr, Stollenschrauben für Fußballerstiefel oder rostfreien Edelstahl, um der berühmten Quadriga auf dem Brandenburger Tor in Berlin ihren klassizistischen Glanz wiederzugeben.

Und es gibt die wahren Mysterien, die blühen „als ökonomisches Understatement im Hinterhof“, wie der WDR es umschrieb: Das Paradebeispiel aus diesem Überraschungssortiment heißt Polizeifesseln, besser bekannt als Handschellen. Das Unternehmen ist klassisch alteingesessen, existiert bereits seit 1860 in unseren Mauern und stellt beileibe nicht nur Handfestes für „schwere Jungs“ her. Geliefert werden rund um den Globus auch Knebelketten und Fußfesseln, wenn zum Beispiel Tiere gezeichnet werden müssen. Theaterbühnen erhalten „entschärfte“ Polizei-Werkzeuge für ihre Aufführungen. Geldinstitute ordern Exemplare, wenn sie ihre Kassierer an den Geldkoffer „fesseln“ wollen. Sogar Werften bestücken ihre Kapitäne für den Fall, dass an Bord eine Meuterei ausbricht. Dass es dabei zuweilen zu Pannen kommt,



„Ich komm' nicht davon los“.

mit Happy End wenigstens, gehört zu den amüsanten Fußnoten der Firmenchronik. So kündigte eines Tages ein Velberter Schrottgroßhändler, der gewöhnlich aus Solingen größere ausrangierte Chargen abnahm, seinen persönlichen Besuch in der Firma an. Er brachte dann zum vereinbarten Termin überraschend auch seinen Sohn mit, denn der junge Mann hatte auf dem heimischen Schrottplatz so intensiv mit einer ausrangierten Handschelle gespielt, dass er sich am Ende selbst gefesselt hatte.

Fazit des niederbergischen Vorfalls: Es ist halt unmöglich, nicht von Solingen gefesselt zu sein. Vielleicht gar kein schlechter Werbe-Slogan für die Firma?

FÜR DEN TRUTHAHN WAS SPEZIELLES

Egal, ob sie aus Gevelsberg, aus unserer französischen Partnerstadt Chalon-sur-Saône oder aus dem viele Flugstunden entfernten Tasmanien anreisen, wenn Solinger Gäste haben, sind angesichts der gerühmten bergischen Großherzigkeit Geschenke für den Gast fällig. Zu den netten Standards gehören für Gesangsvereine und Kegelklubs handliche Zöppken, grundsolide Küchenmesser, die man im Henckels-Shop am Grünewald für 5,95 Euro bekommt und die in den Gastküchen, wie das so ist bei Qualität aus Solingen, sogar generationenübergreifend für viel Freude beim Schnibbeln sorgen. Schneidwaren gehen praktisch immer.

EIN SCHWERT FÜR WASHINGTON

Vollends anders ist die Lage dagegen, wenn Präsident auf Präsent trifft. Konkreter: Wenn der mächtigste Mann der westlichen Welt zu einem Staatsbesuch in die Bundesrepublik einfliegt, kann man bei allem Heimatstolz doch nicht einfach zum Zöppken greifen. Der Präsident der USA spielt in einer anderen Liga. Schon George Washington, weiß die Lokalhistorie zu berichten, erhielt 1795

vom Solinger Gelbgießer Theophilus Alte ein kostbares Schwert mit persönlicher Widmung geschenkt, das heute noch von der „Mount Vernon Ladies‘ Association“ in Virginia gehütet wird. Und George H.W. Bush, Nummer 41 im Weißen Haus, besitzt ebenso wie sein Sohn George W. einen prachtvollen Präsentiersäbel, den der Solinger Klaus Gottfried per Laser graviert hat.



Für George Washington musste es schon ein Schwert sein.

In den sechziger Jahren wurde der legendäre John F. Kennedy, der in West-Berlin in einer Geschichte gewordenen Ansprache ein persönliches Bekenntnis als „Berliner“ ablegte, mit einem handfesten heimischen „Gerät“ bedacht. Er erhielt ein dreiteiliges Tranchierbesteck, ideal für den traditionellen Truthahn am amerikanischen „Thanksgiving Day“. Dieses Geschenk, made in Solingen, kam wohl richtig gut an, denn das gleiche glänzende Set landete später auch auf dem offiziellen Gabentisch beim Deutschlandbesuch seines Amtsnachfolgers Lyndon B. Johnson.

WIR SIND 'NE MARKE

Solingen ist eine Marke. Denn seit dem 25. Juli 1938 ist im berühmten „Gesetz zum Schutz des Namens ‚Solingen‘“ festgeschrieben, dass kein Produkt den Namen Solingen tragen darf, das nicht in unseren Mauern oder im nachbarlichen Haan hergestellt worden ist. Dass der Stadtname mithin ein „Global Brand“ ist, animiert Konkurrenten rund um den Erdball zu jeder Menge Tricks, um das Solingen-Etikett für sich zu nutzen. Und dafür oder besser dagegen öffnete im

Frühjahr 2007 im Südpark das attraktive „Plagiarius-Museum“ seine Pforten. Das ist inzwischen ein anerkanntes Zentrum für Marken- und Produktschutz und bietet den Nachahmern ein nicht unbedingt erwünschtes öffentliches Forum. Eigentlich ist es ein moderner Pranger – ein hoffentlich wirkungsvoller, im Sinne der international renommierten Marke Solingen.

„KLAPPE, DIE ERSTE“ IN SOLLYWOOD

Wer Kino sagt, denkt automatisch an Kalifornien: Hollywood ist die Filmmetropole der Welt, ohne jeden Zweifel. Doch die kamen auf, als Indien plötzlich im Filmgeschäft mitmischte. Das neue Etikett war flugs gefunden, übermäßig farbenprächtige Leinwandstreifen aus (dem alten) Bombay hatten schnell ein asiatisches Warenzeichen weg: Bollywood. Und ohne jede Bescheidenheit: Cineasten wissen längst, dass unsere Klingenstadt sich mählich einen soliden Unterbau dafür schafft, dass vielleicht in etlichen Jahren die Kinowelt von einem neuen glänzenden Fixstern spricht – ja richtig, von unserem Sollywood. Auf dem Weg dahin haben wir die ersten Schritte längst getan. Und selbst wenn nicht unsere touristischen „Perlen“ in Müngsten, Burg und Gräfrath ins Kamera-licht eintauchen, entstanden hier und da im Städtchen plötzlich Film- und Fernsehproduktionen. Der WDR guckte am Fronhof für eine Kindersendung dem bronzenen Denkmal der „Liëwerfrau“ neugierig in den (natürlich leeren) Korb auf ihrem Kopf. Judy Winter agierte unter der Regie des Haaners Berengar Pfahl für einen ARD-Zweiteiler in der Gaststätte „De Maschinn“ an der Freiligrathstraße. RTL ließ für seine Actionserie „Alarm für Cobra 11“ zeitweilig gleich die Viehbachschnellstraße sperren.

TATORT SOLINGEN

Unsere „Tatort“-Präsenz, unschlagbar beinahe. Fritz Eckhardt als Wiener Oberinspektor Marek fischte zum Beispiel im „Annoncenmord“ aus einer finsternen Bar

Solingen ist einfach Spitze!

Der Autor Wilhelm Rosenbaum überrascht uns mit einem neuen Blick auf die vermeintlich vertraute Stadt. Liebevoll, humorvoll und locker, mit Insiderblick und feinem Händchen präsentiert er ein abwechslungsreiches Lesebuch für Kenner und Liebhaber Solingens und solche, die es noch werden wollen.

Und eines ist sicher, Wilhelm Rosenbaum kennt (mindestens)

100 Gründe, stolz auf diese Stadt zu sein.



Wilhelm Rosenbaum,

Jahrgang 1943, ist Pädagoge und Publizist. Er schreibt seit 50 Jahren über seine Heimatstadt Solingen und das Bergische Land. Bis dato hat er 11 Bücher verfasst und an 14 weiteren mitgearbeitet.



ISBN: 978-3-8313-2906-9



9 783831 329069

€ 14,90 (D)

einfach Spitze! Solingen

WILHELM ROSENBAUM

WARTBERG VERLAG

