



---

## Stadtentwicklung Solothurn

### Befragung junger Erwachsener zum Ausgehen, Arbeiten, Wohnen und Freizeit

Stand: 5. Mai 2014

Verfasser: Stadt Solothurn, vertreten durch das Stadtbauamt, Abteilung Stadtplanung

Rubrik: 790.024.581

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Ausgangslage</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Das heutige und zukünftige Solothurn der Jungen</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Nachtleben in Solothurn</b>	<b>3</b>
3.1	Ausgehverhalten	3
3.2	Einschätzung des heutigen Angebots	5
3.3	Entwicklungsschwerpunkte Zukunft	8
<b>4.</b>	<b>Städtischer und regionaler Arbeitsmarkt</b>	<b>9</b>
4.1	Erwerbs- und Ausbildungsverhalten	9
4.2	Einschätzung des heutigen Angebots	11
4.3	Entwicklungsschwerpunkte Zukunft	11
<b>5.</b>	<b>Einschätzung des Wohnungsmarktes</b>	<b>15</b>
5.1	Wohnverhalten	15
5.2	Einschätzung des heutigen Angebots	15
5.3	Schwerpunkt Zukunft	17
<b>6.</b>	<b>Erwartungen an den Shopping-Standort</b>	<b>17</b>
6.1	Einkaufsverhalten	17
6.2	Einschätzung des heutigen Angebots	18
6.3	Schwerpunkt Zukunft	19
<b>7.</b>	<b>Möglichkeiten für Sporttätigkeiten</b>	<b>20</b>
<b>8.</b>	<b>Fazit</b>	<b>20</b>

## 1. Ausgangslage

Umfrage Stadtbevölkerung

Die Stadtplanung Solothurn hat im Rahmen der Ortsplanung im Sommer 2013 eine Bevölkerungsumfrage durchgeführt. Jüngere Erwachsene von 20 bis 40 Jahren zeigten sich besonders zufrieden mit der Vereinbarkeit von Wohnen und dem Nachtleben sowie der Fuss- und Veloverkehrsinfrastruktur. Allerdings zeigten sie sich weniger zufrieden mit der Fortschrittlichkeit der Stadt sowie dem Kultur- und Sportangebot. Um mehr Informationen über die Unzufriedenheit zu erhalten, hat die Stadtplanung im Frühjahr 2014 eine weitere Befragung in der Altersgruppe der 18- bis 30-Jährigen durchgeführt.

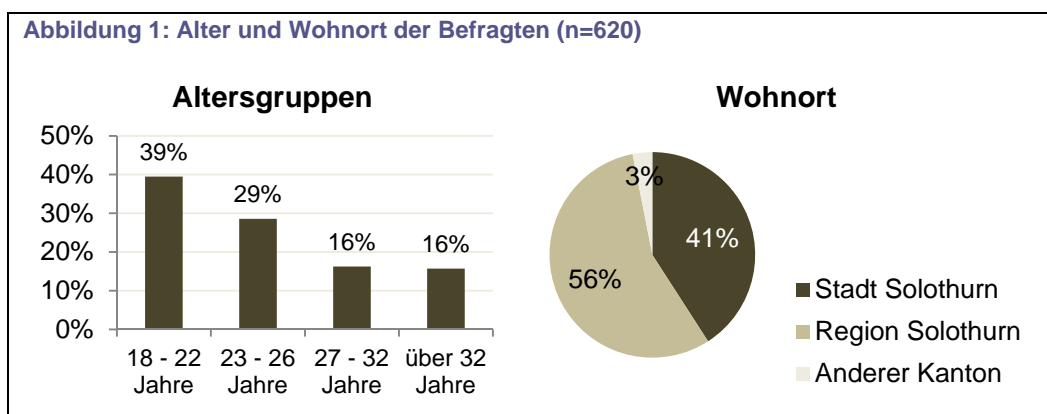
Befragung junger Erwachsenen

Bei dieser Altersgruppe handelt es sich um eine schwer erreichbare Zielgruppe für Befragungen. Deshalb beschloss die Stadtplanung, die Umfrage in Kooperation mit der Kulturfabrik Kofmehl umzusetzen. Diese verfügt einerseits über grosse Netzwerke in die Jugendszene. Andererseits sollten spezifische Informationen zum Kultur- und Ausgehangebot in der Stadt Solothurn eingeholt werden, womit die Betroffenen direkt angesprochen werden konnten. Die Kulturfabrik hat den Umfragelink zur Onlinebefragung auf ihrer Website platziert sowie über Facebook, Twitter, Google+ und im Newsletter veröffentlicht. Weitere Kultureinrichtungen haben sich bei der Verbreitung der Umfrage beteiligt und den Link in ihren Newslettern platziert.

Hoher Rücklauf bei der gewünschten Zielgruppe

Auf diesem Weg haben innerhalb von zehn Tagen 620 Personen die Befragung ausgefüllt. Abbildung 1 zeigt, dass 68 Prozent der Befragten zwischen 18 und 26 Jahre alt sind, eine Altersgruppe, die sich noch weitgehend in Ausbildung befindet. 16 Prozent sind zwischen 27 und 32 Jahre alt und bereits im frühen Erwerbsleben. Weitere 16 Prozent sind über 32 Jahre alt. Diese Gruppe kann in der Auswertung als «Kontrollgruppe» genutzt werden um festzustellen, wie sich die Antworten der jungen Erwachsenen von den Antworten älterer Erwachsenen unterscheiden.

Abbildung 1: Alter und Wohnort der Befragten (n=620)



Regionale Sichtweise auf die Stadt Solothurn

Eine weitere Besonderheit der Befragung ist die Ausdehnung auf eine regionale Sichtweise. So wohnen 41 Prozent der Befragten in der Stadt Solothurn. Über die Hälfte (56%) wohnt in der Region und ein marginaler Anteil von drei Prozent wohnt weiter weg. Somit kann in der Auswertung sowohl die Perspektive der Städter als auch die Perspektive der jungen Menschen in der Region aufgezeigt werden. Dies öffnet den Blick auf die Stadtregion als ganzes und entspricht dem Lebensraum vieler

junger Menschen, die unterschiedliche Alltags- und Lebensphasen in der Stadt und Region verbringen.

Untervertretung von Ausländerinnen und Ausländern

Von den Befragten geben 94 Prozent die Schweiz als Nationalität an. Damit sind Personen mit Migrationshintergrund unterrepräsentiert. Dies ist ein Umstand, der bei Befragungen häufig beobachtet wird. Zudem sind Männer mit 55 Prozent in der Befragung übervertreten. Dies hängt damit zusammen, dass das Zielpublikum des Kulturhauses Kofmehl einen höheren Anteil Männer aufweist und damit mehr Männer erreicht wurden.

Erkenntnisse zu Freizeit, Arbeit und Wohnen

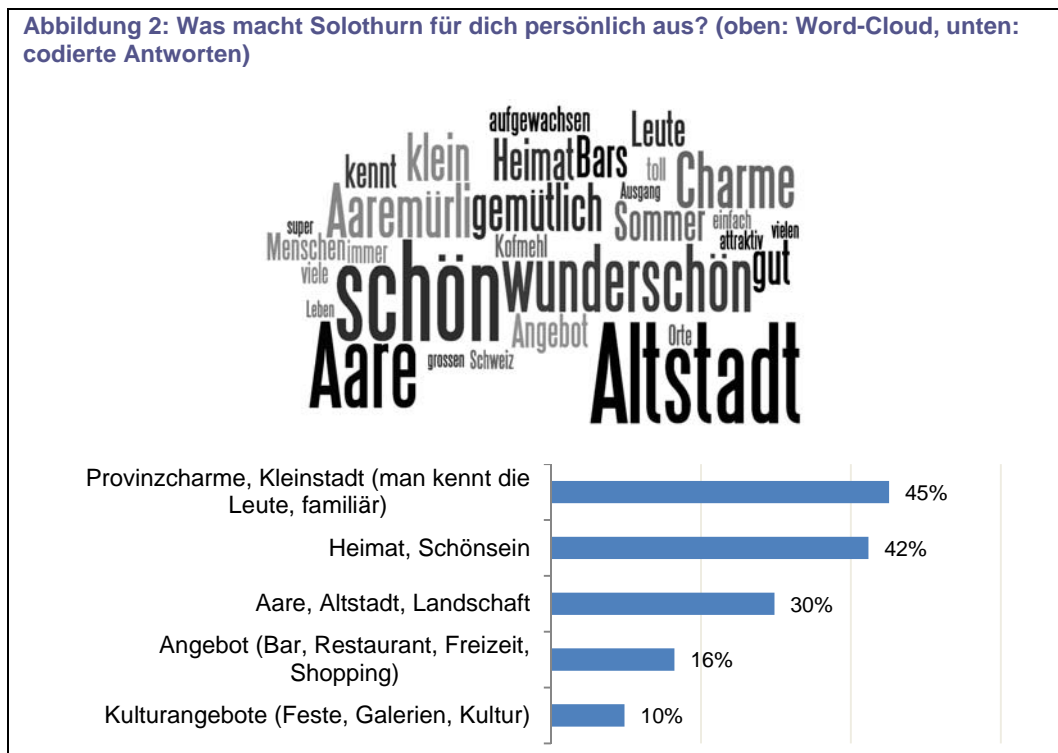
Die 620 Befragten haben sich zu den Ausagemöglichkeiten, zum Arbeitsplatzangebot, zum Wohnungsmarkt sowie zu Shopping- und Sportmöglichkeiten geäussert. Dabei haben sie jeweils das heutige Angebot eingeschätzt und ihre Bedürfnisse für die künftige Entwicklung vermittelt. Viele Fragen wurden offen gestellt und im Anschluss codiert, so dass es sich um keine vorgefassten Antworten handelt.

## 2. Das heutige und zukünftige Solothurn der Jungen

Kleinstadt, Aare, Altstadt und Heimat als Identifikationsmerkmale

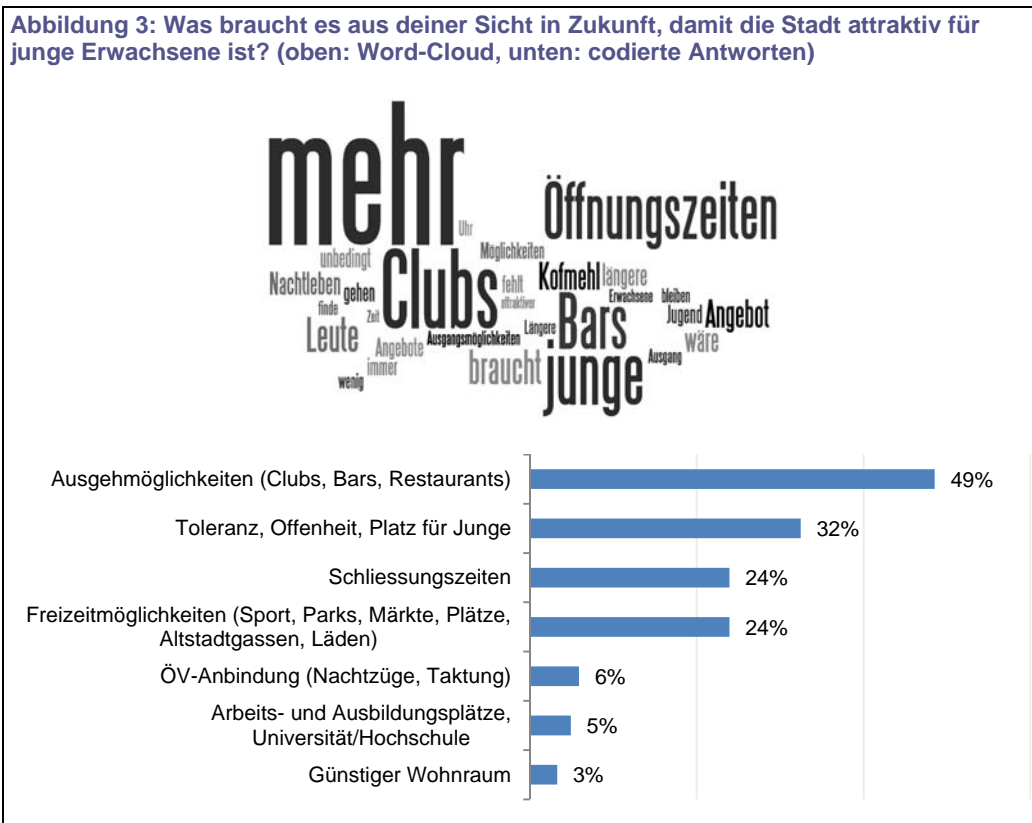
Die jungen Befragten erhielten die Möglichkeit zu beschreiben, was Solothurn für sie persönlich ausmacht. Abbildung 2 zeigt, wie sich in den wichtigsten Schlagworten die Schönheit und der Provinzcharme der Kleinstadt spiegeln, die Aare und Altstadt als Identifikationsmerkmale wirken und die jungen Menschen eine starke persönliche Bindung an den Ort haben, an dem sie aufgewachsen sind.

Abbildung 2: Was macht Solothurn für dich persönlich aus? (oben: Word-Cloud, unten: codierte Antworten)



Merkmale für eine zukunfts-fähige Stadt

Die Jungen wurden gefragt, was die Stadt aus ihrer Sicht braucht, damit sie auch zukünftig attraktiv für Junge ist. Aus der individuell beantworteten Frage lösen sich deutliche Erwartungen an ein vielfältigeres Ausgehangebot, das sich an den Bedürfnissen der Jungen orientiert, wie Abbildung 3 zeigt. Etwa gleich stark gewichtet wird das Bedürfnis nach längeren Öffnungszeiten in Clubs sowie mehr Freizeitmöglichkeiten wie mehr Sport, Läden, Parks sowie die Möglichkeit zum Aufenthalt auf öffentlichen Plätzen, der nicht kommerziell gebunden ist. Neben dem Angebot wird kritisiert, dass es in der Stadt mehr Toleranz, Offenheit und Platz für Jugendliche braucht. Weniger stark hervorgehoben wird die Notwendigkeit eines breiteren Arbeitsplatz- und Ausbildungsangebots, besseren ÖV-Verbindungen oder günstigen Wohnraums.



### 3. Nachtleben in Solothurn

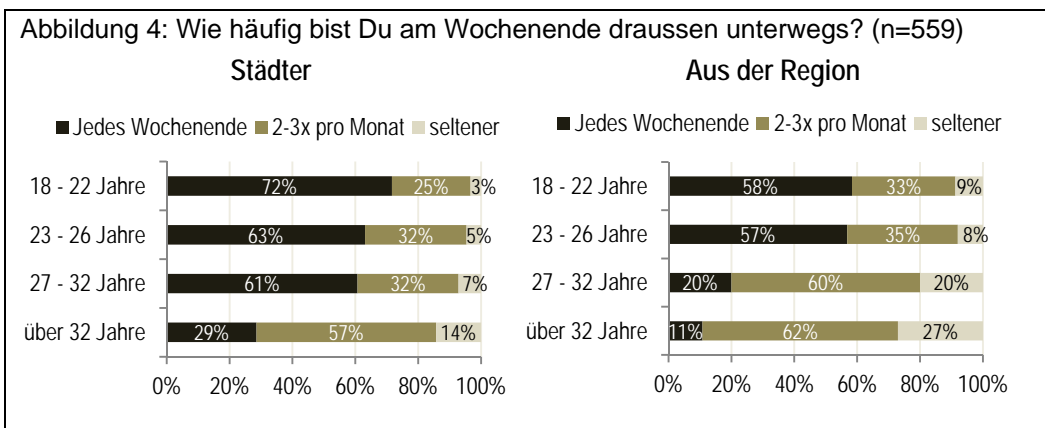
Die Jungen wurden befragt, wie häufig sie am Wochenende unterwegs sind, wo sie ihre Abende verbringen, wie sie das heutige Angebot einschätzen, was aus ihrer Sicht fehlt und wo das zukünftige Nachtleben in der Stadt Solothurn stattfinden soll.

#### 3.1 Ausgehverhalten

Umtriebige Städter in Nachtleben

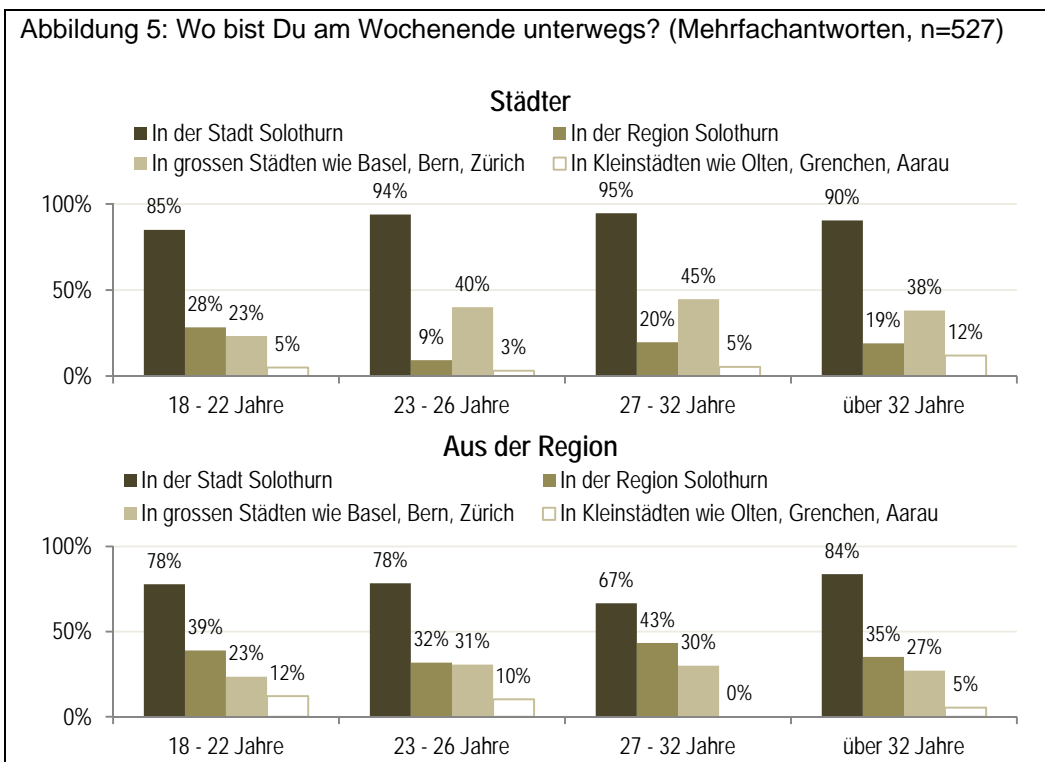
Die meisten jungen Städter sind jedes Wochenende abends unterwegs, nicht nur als 20-Jährige, sondern bis über 30 Jahre alt. Damit unterscheiden sie sich nicht nur von den älteren Städtern, die mehrheitlich zwei- bis dreimal im Monat unterwegs sind, sondern auch von den Jungen aus der Region, welche sich bereits ab Mitte 20 stärker

in das Privatleben zurückziehen und weniger häufig im Ausgang sind, wie Abbildung 4 zeigt. Keinen Zusammenhang mit der Ausgehhäufigkeit gibt es, ob die Jungen in Ausbildung oder erwerbstätig sind. Der Arbeitsplatz hat also keine dämpfende Wirkung auf das Ausgehverhalten. Wichtiger dürften Kinder sein, die den Ausgang bei den über 30-Jährigen reduzieren.



**Städtische Orientierung**

Die Antworten auf den «Ausgehradius» decken zunächst eine starke Orientierung der Städter und der Jungen aus der Region auf die Stadt Solothurn auf. Bei den Städtern zeigt sich zudem eine Differenz: 18- bis 22-Jährige sind etwas weniger oft in der Stadt unterwegs und dafür stärker auf das Angebot in der Region ausgerichtet als die Älteren. Die über 23-Jährigen verbringen mehr Wochenenden in der Stadt (95%), dafür weniger in der Region (10-20%). Etwa 40 Prozent von ihnen erweitern den Radius zudem auf die grossen Städte Basel, Bern und Zürich.



Regionale Orientierung

Die Jungen aus der Region orientieren sich zwar auch überwiegend auf die Stadt Solothurn. Sie verbringen ihre Wochenende aber auch im Wohnumfeld und für unter 26-Jährige haben auch die Kleinstädte Grenchen, Olten und Aarau eine gewisse Anziehungskraft. Dafür haben für sie die grossen Städte eine geringere Bedeutung.

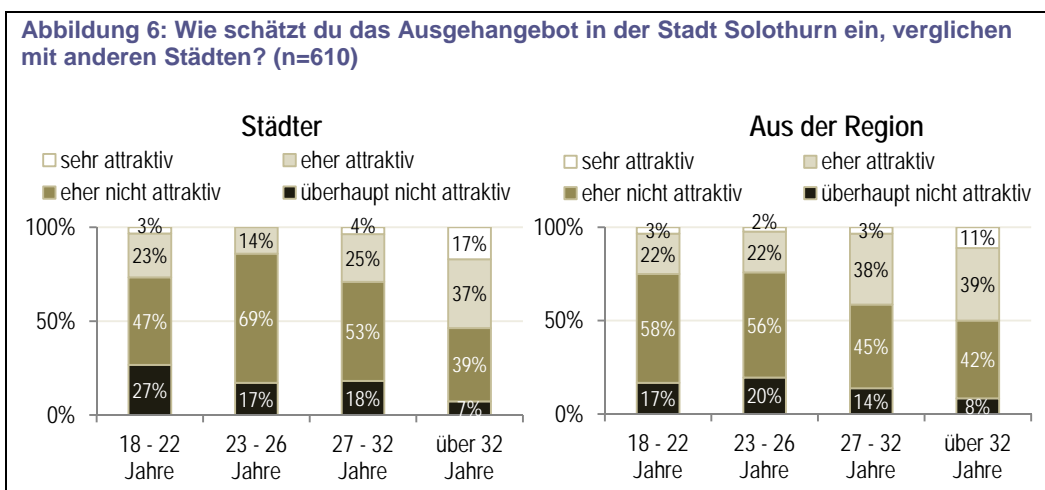
Geschlecht und Erwerbstätigkeit

Generell gehen mehr junge Männer als junge Frauen in die grossen Städte Basel, Bern und Zürich in den Ausgang. Junge Erwachsene in Ausbildung sind zudem stärker auf die Stadt Solothurn ausgerichtet als die Erwerbstätigen, die sich aufgrund ihrer besseren finanziellen Möglichkeiten den Ausgang in die Grossstadt leisten können.

### 3.2 Einschätzung des heutigen Angebots

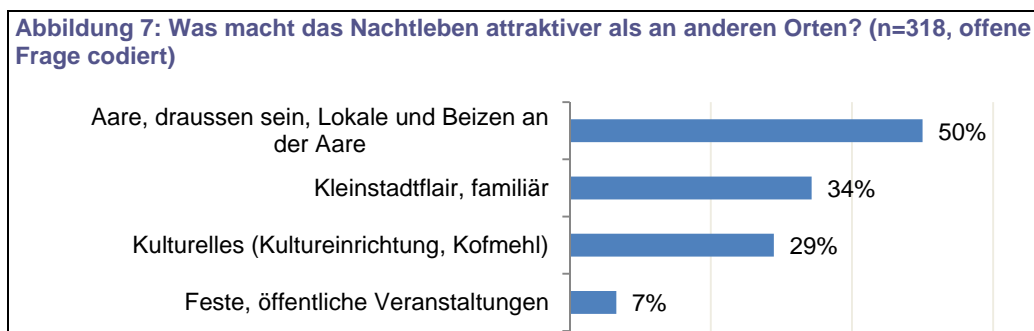
Attraktivität des heutigen Angebots

Die Attraktivität des Ausgehangebots wird je nach Altersgruppe bereits innerhalb der 18- bis 32-Jährigen unterschiedlich eingeschätzt. Die Ende Zwanziger schätzen die Attraktivität höher ein als die 18- bis 26-Jährigen. Mehr als ein Viertel der Städter von 18 bis 22 Jahren findet das Angebot überhaupt nicht attraktiv, wie Abbildung 6 zeigt. Unzufriedener sind auch die anfangs bis Mitte 20-Jährigen Städterinnen und Städter, welche das Angebot überwiegend eher nicht attraktiv finden. Generell sind die Städter etwas unzufriedener mit dem Nachtleben als die Jungen aus der Region.



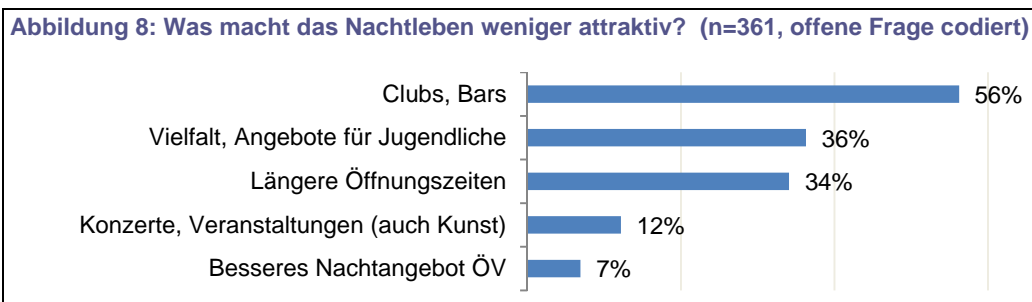
Alleinstellungsmerkmale

Einig sind sich die Befragten, dass die Aare, Lokale und Beizen sowie das Draussen sein die Qualität des Solothurner Nachtlebens ausmachen. Die Mischung mit familiärem Kleinstadtfleur und einem Kulturangebot, zu dem auch das Kofmehl zählt, macht das Ausgehangebot attraktiver als an anderen Orten, wie Abbildung 7 zeigt.



Defizite im  
Nachtleben

Einig sind sich die Befragten auch darin, dass Solothurn mehr Clubs und Bars braucht. Ein Drittel der Befragten bemängelt generell die Angebotsvielfalt und dass die Öffnungszeiten länger sein sollten.



Bewertung von  
Ausgehangeboten

Um der Attraktivität des Ausgehprogramms auf die Spur zu kommen, beurteilten die Befragten zwanzig Angebote. Sie gaben zunächst an, ob das Angebot unbedingt zu einem attraktiven Nachtleben dazu gehört, ob es zweite Priorität hat oder nicht wichtig ist. Anschliessend bewerteten sie das Angebot für die Stadt Solothurn, also ob es ein eher gutes Angebot ist, ein eher nicht gutes Angebot oder ob es ihnen egal ist.

Drei Dimensionen

Aus den Antworten lassen sich drei Dimensionen für ein attraktives Nachtleben herauslesen:

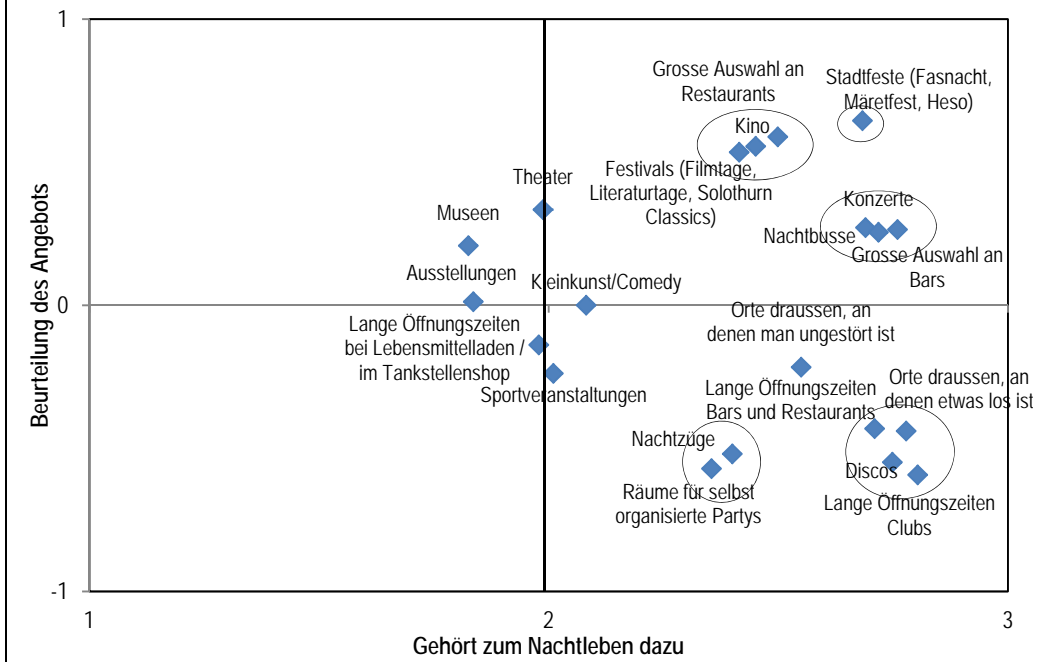
- Zur ersten Dimension gehören die klassischen Angebote wie Museen, Ausstellungen, Theater, Kleinkunst, Comedy, Festivals und Kinos.
- Zur zweiten Dimension gehören eine grosse Auswahl an Bars und Clubs sowie lange Öffnungszeiten.
- Zur dritten Dimension gehört die Mobilität, nämlich das Angebot an Nachtbussen und Nachtzügen.

Wichtige Angebote

Bei der Gewichtung wichtiger Angebote und der Zufriedenheit mit dem Angebot zeigen sich klare Präferenzen. Die jungen Leute bewerten die Stadtfeste, mit denen sie auch sehr zufrieden sind, als unverzichtbares Angebot für das Nachtleben, wie im oberen rechten Quadranten von Abbildung 9 zu sehen ist. Ebenfalls wichtig ist ihnen eine Auswahl an Bars, Konzerte und Nachtbusse. Auch diese Angebote schätzen sie eher gut ein. Gut bewerten sie auch die Auswahl an Restaurants, Kinos und Festivals, allerdings haben diese Angebote eine etwas geringere Bedeutung für die jungen Leute. Was junge Menschen als unerlässlich für ein attraktives Nachtleben betrachten, aber als Angebot in der Stadt Solothurn vermissen, sind lange Öffnungszeiten bei den Clubs, eine grössere Auswahl an Discos, Orte draussen, an denen etwas los ist und mit etwas geringerer Priorität lange Öffnungszeiten in Bars und Restaurants, wie der Quadrant auf Abbildung 9 unten rechts zeigt. Ebenfalls eher ungenügend schätzen sie das Angebot an Nachtzügen und Räumen für selbst organisierte Partys an. Allerdings gewichteten sie diese Angebote deutlich weniger wichtig für ein attraktives Nachtleben.



**Abbildung 9: Was gehört für dich zu einem attraktiven Nachtleben / Kulturangebot in Solothurn dazu? Und wie schätzt du die Angebote in Solothurn ein? (n=520, 18- bis 32-Jährige)**



**Weniger wichtige Angebote**

Was die jungen Leute als gutes Angebot, aber für das Nachtleben weniger relevant bewerten, ist das klassische Kulturangebot der Stadt, also Theater, Museen, Kleinkunst und Ausstellungen. Auch Lebensmittelläden mit langen Öffnungszeiten gewichteten sie als wenig relevant. Bei letzterem zeigt sich jedoch ein Altersunterschied. Die jungen, knapp 20-Jährigen, gewichteten dieses Angebot als wichtiger als die Mitte- bis Endzwanziger.

**Bedürfnisse Älterer**

Werden die Prioritäten der über 32-Jährigen Kontrollgruppe mit einbezogen, so zeigen sich klare Unterschiede. Bei sämtlichen klassischen Ausgehangeboten wie Museen, Ausstellungen, Festivals, Kleinkunst/Comedy, Restaurants oder Theater zeigt sich ein signifikanter Altersunterschied: je älter, desto wichtiger oder umgekehrt je jünger, desto weniger wichtig ist das Angebote für ein attraktives Nachtleben. Das zeigt, dass sich das heutige Ausgehangebot vor allem an den Bedürfnissen älterer orientiert.

**Bedürfnisse der Jungen**

Typische Angebote für Junge sind Stadtbeste, Orte draussen, an denen etwas los ist, lange Öffnungszeiten in Clubs und ein grosses Club-Angebot, das sich an den finanziellen Möglichkeiten und dem Musikgeschmack der Jungen orientiert. Mit Ausnahme der Stadtbeste beurteilen die Jungen diese Angebote heute als eher ungenügend.

**Mobilitätsmöglichkeiten und Bars**

Keine Altersunterschiede zeigen sich bei den Mobilitätsangeboten, also der Wichtigkeit der Nachtbusse und Nachtzüge sowie beim Angebot und bei langen Öffnungszeiten von Bars. Diese Angebote gewichteten die Befragten altersunabhängig. Eine Verbesserung kommt also nicht nur den Jungen, sondern auch den Älteren zugute.

**Regionale Unterschiede**

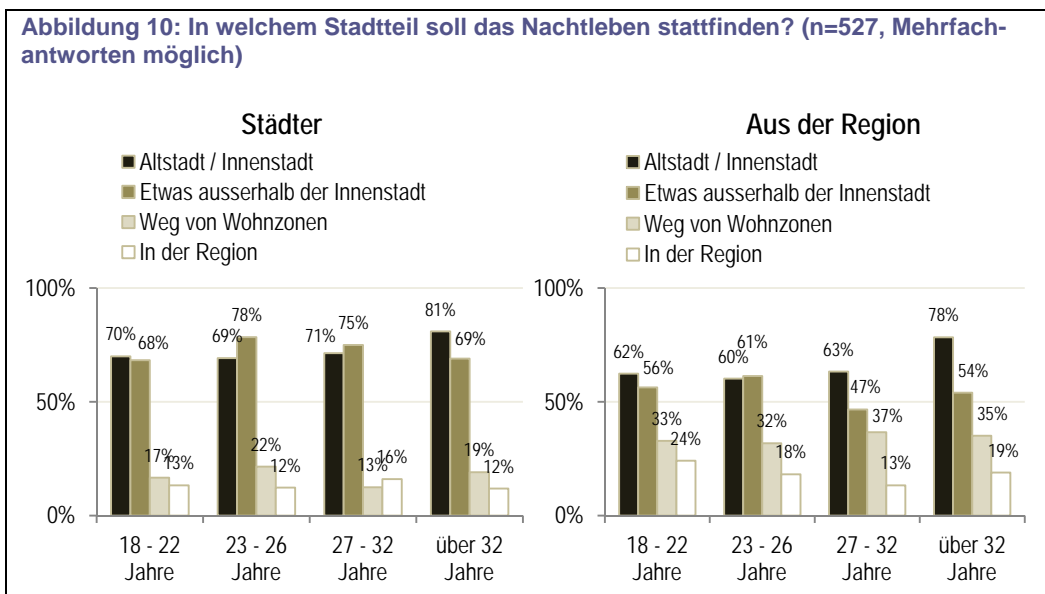
In Bezug auf den Wohnort gewichteten die Befragten aus der Region das Angebot an Nachtbussen als wichtiger für ein attraktives Nachtleben. Dafür legen die Städterinnen und Städter generell eine höhere Priorität bei einem breiten Angebot an klassischen

und «jugendlichen» Angeboten für das Nachtleben. Dies hängt auch damit zusammen, dass Städter wie zu Beginn aufgezeigt häufiger im Nachtleben unterwegs sind als Junge aus der Region.

### 3.3 Entwicklungsschwerpunkte Zukunft

Entwicklungs-  
schwerpunkte

Die Befragten nahmen dazu Stellung, wo sich aus ihrer Sicht das Nachtleben in Solothurn abspielen soll. Dabei zeigen sich einerseits klare Präferenzen, wo das Nachtleben stattfinden soll und andererseits Unterschiede nach Wohnort, Geschlecht und Alter, wie Abbildung 10 zeigt.



Dezentralisierung  
des Angebots

Erstens wird klar, dass für die grosse Mehrheit der Befragten auch ausserhalb der Altstadt und Innenstadt ein Ausgeh-Angebot vorhanden sein soll. Ein weiterer Schwerpunkt respektive eine räumliche Erweiterung des Angebots sind gewünscht.

Skeptisch zu abge-  
legenen Orten

Zweitens sind junge Städter skeptischer, was das Nachtleben abseits von Wohnzonen oder in der Region betrifft. Der Nachteil eines Nachtlebens ausserhalb der Wohnzone liegt darin, dass Industriegebiete wenig soziale Kontrolle gewährleisten, was vor allem von Frauen kritisch bewertet wird. Andererseits entwickelt sich hier keine Stimmung im Aussenraum. Industriegebiete eignen sich gut für einzelne Clubs, nicht aber für ein belebtes Bar- und Clubviertel.

Alters- und Woh-  
nortunterschiede

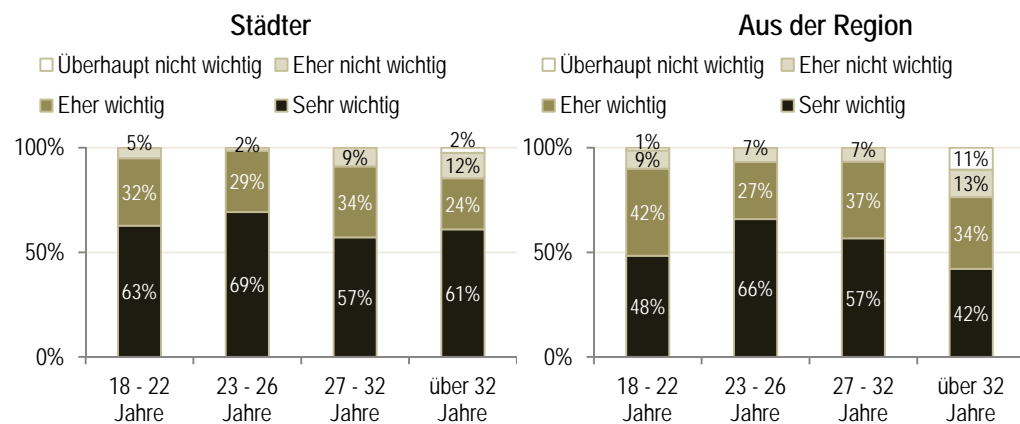
Drittens sind Ältere (über 32-Jährige) stärker auf das Angebot in der Solothurner Innenstadt fokussiert. Befragte aus der Region sind offener gegenüber Angeboten in Industrie- und Arbeitsgebieten als Städter.

Lange Öffnungs-  
zeiten

Als wichtiges Entwicklungspotenzial für ein attraktives Nachtleben erachten zwei Drittel der Befragten lange Öffnungszeiten in Clubs und Bars. Ein Drittel erachtet lange Öffnungszeiten als eher wichtig und ein marginaler Teil findet lange Öffnungszeiten eher nicht wichtig zum Ausgehen. Beim Betrachten der Abbildung 11 entsteht auf den

ersten Blick der Eindruck, dass Städter lange Öffnungszeiten wichtiger einschätzen als ihre Altersgenossen, die in der Region wohnen.

**Abbildung 11: Wie wichtig sind für dich lange Öffnungszeiten am Wochenende in Clubs und Bars? (n=556)**



Einflussfaktoren  
Öffnungszeiten

Dabei handelt es sich um indirekte Zusammenhänge. Entscheidend ist als erstes die Ausgehfrequenz. Wer häufig ausgeht, möchte eher lange Öffnungszeiten. Da junge und ältere Städter häufiger ausgehen als Gleichaltrige aus der Region, legen sie größeren Wert auf lange Öffnungszeiten. Als zweites schätzen junge Männer lange Öffnungszeiten wichtiger ein als junge Frauen. Als letztes spielt der Ausbildungsstatus eine Rolle. Umgekehrt als erwartet erachten Solothurner, welche arbeiten, lange Öffnungszeiten als wichtiger ein als Junge, die noch in Ausbildung sind. Dies kann damit zusammenhängen, dass sich anfangs zwanzig-Jährige aufgrund ihres kleineren Budgets seltener in Clubs und Bars aufhalten und deshalb weniger von den Öffnungszeiten betroffen sind.

Ausgehangenbot für  
Junge

Eine Stadtentwicklung, die sich an den Bedürfnissen junger Erwachsener orientiert, müsste

- die Verlängerung von Öffnungszeiten in Clubs und Bars ermöglichen,
- die Startbedingungen für eine jugendliche Club- und Barszene vereinfachen,
- die Nutzung des öffentlichen Raums bei gutem Wetter zulassen und
- die Ausweitung des Ausgehviertel ausserhalb der Innenstadt erwägen.

#### 4. Städtischer und regionaler Arbeitsmarkt

Die Befragten haben Fragen zu den heutigen und gewünschten zukünftigen Arbeitsorten beantwortet sowie Branchen und Arbeitsplätze genannt, die für sie attraktiv wären.

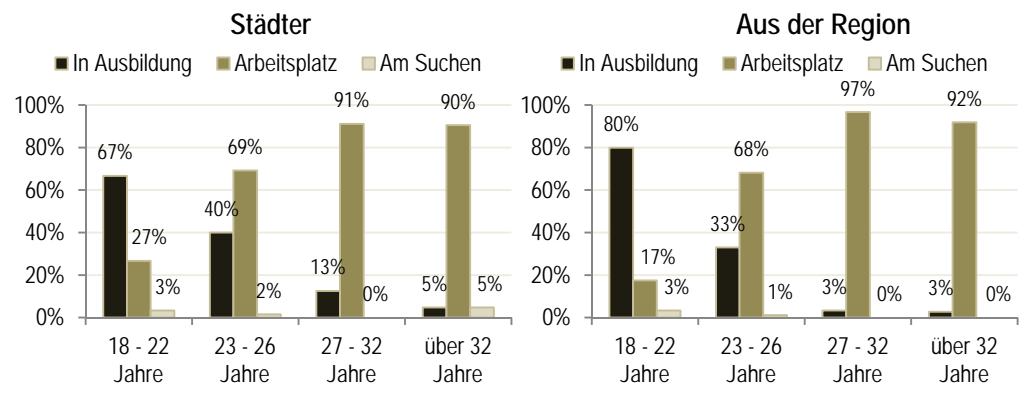
##### 4.1 Erwerbs- und Ausbildungsverhalten

Erwerbsstatus

Der Erwerbsstatus der Befragten zeigt, in welcher Lebensphase sich die jungen Menschen befinden. Von den 18- bis 22-jährigen Städter sind zwei Drittel in Ausbildung,

ein Drittel ist bereits erwerbstätig. Dieses Verhältnis ändert sich schlagartig bei den 23- bis 26-jährigen, von denen nun über zwei Drittel erwerbstätig sind. Ab 27 Jahren sind schliesslich fast alle in den Arbeitsmarkt integriert, wie Abbildung 12 zeigt.

**Abbildung 12: Bist Du noch in Ausbildung, hast du bereits einen Arbeitsplatz, oder bist du am suchen? (n=527, Mehrfachnennungen möglich)**



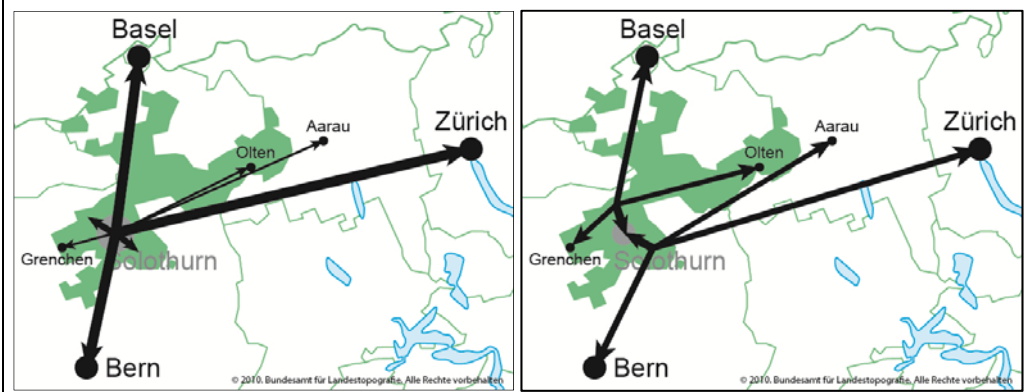
Regionale Unterschiede

Zwei Unterschiede zeigen sich zwischen den jungen Städtern und den jungen Erwachsenen aus der Region: in der jetzigen Generation sind mehr Städter bereits kurz nach der Volljährigkeit erwerbstätig als junge Bewohner der Region (27 vs. 17%). Entsprechend sind in der Region noch deutlich mehr 18- bis 22-Jährige in Ausbildung (80 vs. 67%). Dafür befinden sich die Städter länger in Ausbildung, denn von den 23- bis 30-Jährigen geben deutlich mehr neben der Erwerbstätigkeit auch eine Ausbildung als Status an. Eine Differenzierung nach Geschlecht zeigt zudem, dass sich junge Frauen länger in Ausbildung befinden als junge Männer.

Pendlerbeziehungen Stadt

Auch bei den Pendlerbeziehungen zeigen sich Unterschiede zwischen den jungen Städtern und Bewohnern der Region, wie Abbildung 13 zeigt. Ein Drittel der Städterinnen und Städter ist in Solothurn tätig ist, ein weiteres Drittel pendelt in die grossen Städte Basel, Bern und Zürich mit ihrem grosse Arbeitsplatzangebot sowie Universitäten und Fachhochschulen. 20 Prozent sind auf die Region ausgerichtet und 8 Prozent auf Kleinstädte wie Grenchen, Olten oder Aarau.

**Abbildung 13: Wo hast Du deinen Ausbildungs-/Arbeitsplatz? Links: Wohnt in der Stadt. Rechts: Wohnt in der Region (n=527, Mehrfachnennungen möglich)**



Pendlerbeziehungen Region

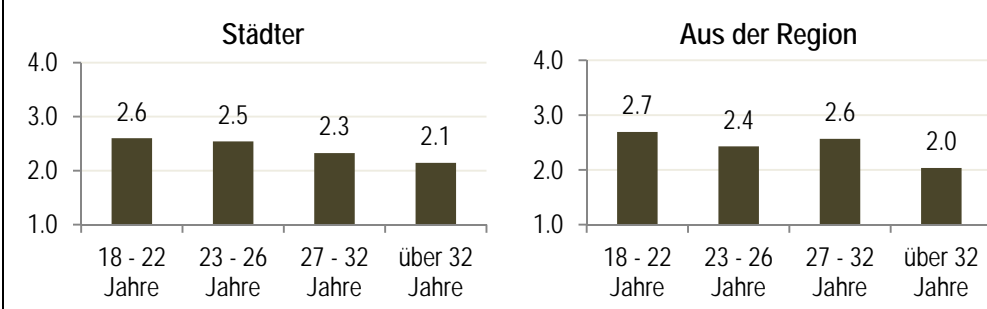
Ein Drittel der Jungen in der Region ist in der Region tätig. Jede vierte Person pendelt in die Stadt Solothurn und nur ein Fünftel ist auf die Grossstädte ausgerichtet. Dafür bestehen zwischen der Region und den Kleinstädten Olten, Grenchen und Aarau stärker Verflechtungen. Es bestehen also starke Stadt-Stadt- und starke Region-Kleinstadt-Beziehungen.

## 4.2 Einschätzung des heutigen Angebots

Einschätzung Arbeitsplatzangebot

Die Befragten schätzen das Arbeitsplatzangebot in der Stadt Solothurn als solide, zwischen eher nicht bis eher attraktiv ein. Bei den Städtern zeigt sich eine abnehmende Zufriedenheit mit steigendem Alter. Während die anfangs Zwanzigjährigen noch eher zufrieden sind, nimmt dies mit zunehmendem Alter ab. Bei den Bewohnern der Region ist die abnehmende Zufriedenheit im Alter weniger stark erkennbar und wird erst in der Kontrollgruppe der älteren Erwachsenen deutlich.

**Abbildung 14: Wie attraktiv findest du das Arbeitsplatzangebot in der Stadt Solothurn? (n=365, Skala 1 bis 4, überhaupt nicht attraktiv bis sehr attraktiv)**



## 4.3 Entwicklungsschwerpunkte Zukunft

Wunscharbeitsort

Investitionen in ein attraktiveres Arbeitsplatzangebot lohnen sich nur, wenn junge Solothurner auch gewillt sind, in der Stadt oder Region zu arbeiten. Deshalb wurden die Befragten nach ihren Wunscharbeitsorten befragt. Die Antworten zeigen dasselbe Muster, das bereits heute besteht: Wer in der Stadt arbeitet oder in Ausbildung ist, bleibt auf Solothurn und die grösseren Städte fixiert. Wer in der Region arbeitet oder sich ausbilden lässt, bleibt stark in der Region verankert. Als drittes kristallisiert sich eine Gruppe von «Flexiblen» heraus, welche dem besten Arbeitsplatzangebot in der Region, den Klein- und Grossstädten folgt. Dies zeigt die folgende Abbildung 15.

Wunschorte Städter

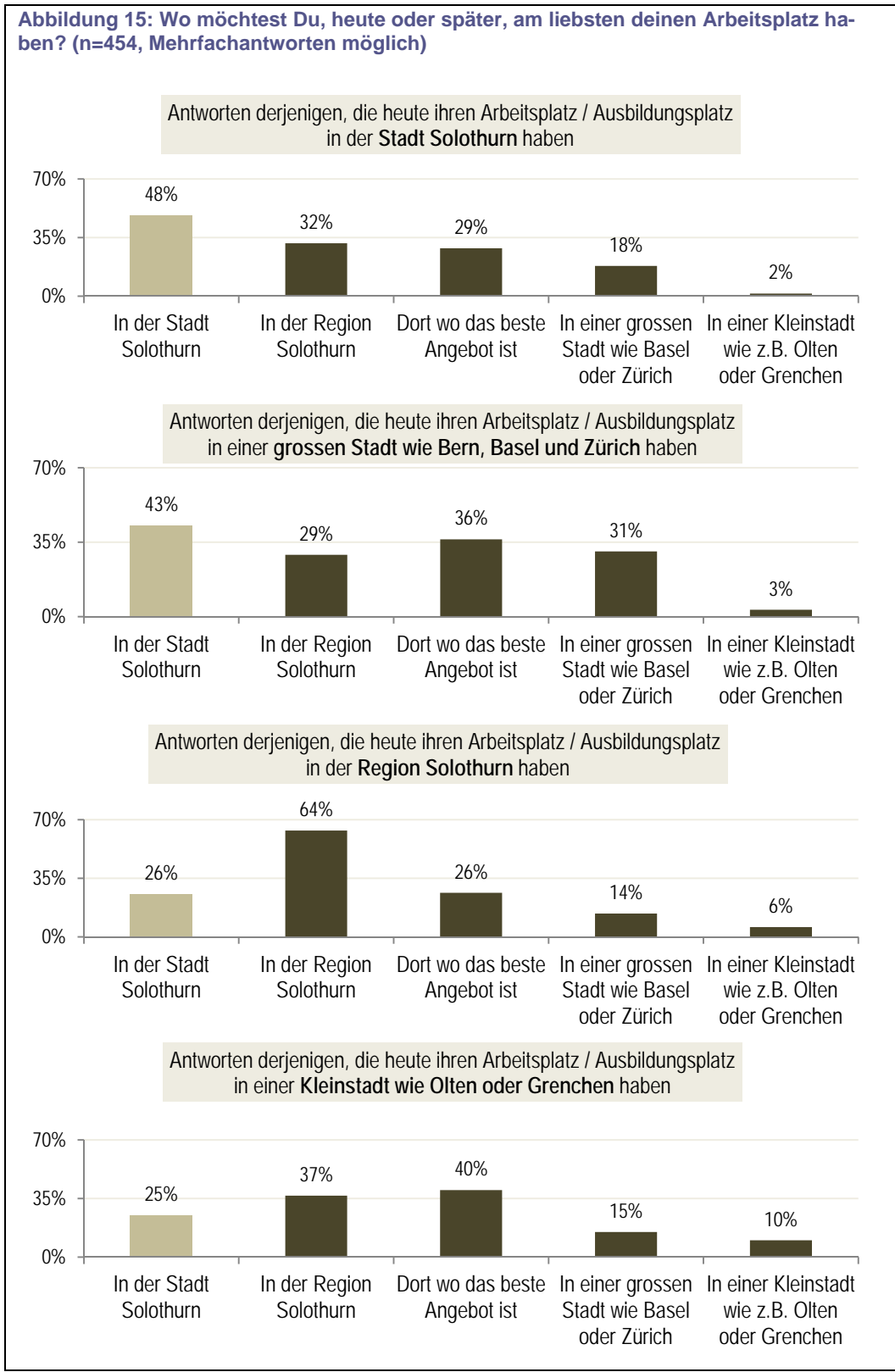
Die oberste Abbildung zeigt, dass die Bindung an die Stadt als Arbeitsort bei der Hälfte der jungen Menschen, die bereits heute in der Stadt arbeiten oder in Ausbildung sind, stark ist. Ihr Wunscharbeitsort ist und bleibt die Stadt. Etwa ein Drittel ist flexibel und würde auch eine Stelle in der Region antreten. Etwa zwanzig Prozent zieht es zum Arbeiten weg, in eine grosse Stadt wie Basel, Bern oder Zürich. Ein knappes Drittel geht dorthin, wo das beste Arbeitsplatzangebot ist.

Wunschorte Region

Junge Solothurner, die in der Region arbeiten, bleiben dem regionalen Arbeitsmarkt weitgehend treu. Über 64 Prozent möchte auch in Zukunft hier tätig sein, ein weiteres Viertel kann es sich vorstellen, künftig auch in der Stadt zu arbeiten. Der Anteil junger in der Region tätiger oder ausgebildeter Erwachsener, den es in die grossen Städte

oder zum besten Angebot zieht, ist wesentlich geringer als in der vorhin beschriebenen Gruppe.

**Abbildung 15: Wo möchtest Du, heute oder später, am liebsten deinen Arbeitsplatz haben? (n=454, Mehrfachantworten möglich)**



Bestes Angebot

Letztlich zeigt sich eine kleine, aber flexible Gruppe von jungen Erwerbstätigen, die heute in Kleinstädten wie Grenchen oder Olten arbeitet und sehr offen für den zukünftigen Arbeitsort ist. Die meisten unter ihnen folgen dem besten Angebot, sei dies in der Region Solothurn, in einer grösseren oder in einer kleineren Stadt. Zwölf Antworten darauf, was für sie interessante Arbeitsplätze wären, zeigt das Defizit kleinstädtischer Regionen als Arbeitsmärkte. Wer dem interessantesten Arbeitsangebot folgt, sucht nach Arbeitsplätzen bei grossen Firmen, in spezialisierten Berufen, im kulturellen oder kreativen Bereich oder richtet sich nach den Bedingungen, die der Arbeitgeber und der Arbeitsplatz bieten, wie aus Tabelle 1 exemplarisch gelesen werden kann.

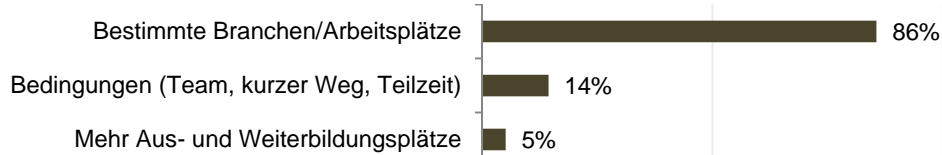
**Tabelle 1: Was wären für dich interessante Arbeitsplätze? (n=12, arbeitet heute in einer Kleinstadt wie Grenchen oder Olten, offene Antworten)**

<p><b>Grossfirmen mit breiten Einsatzmöglichkeiten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine grosse Firma mit verschiedenen Arbeitsangeboten: Technisch, Soziales, Kaufmännisches</li> <li>• Kleinere Firmen aber auch ein oder zwei grosse Fische (ist mit dem Zuzug von Depuy-Synthes besser geworden) welche Arbeitsplätze in der Informatik oder anderen zukunftsorientierte Branchen anbieten.</li> <li>• Bei einer grossen Firma in einer funktionierenden Abteilung oder im kleinen Team mit viel Entscheidungsfreiraum.</li> <li>• Für Ökonomen oder wissenschaftliche Mitarbeiter</li> </ul>
<p><b>Grafik-/Design-/Kultur-/Kreativunternehmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsplätze die eher in grösseren Städten zu finden sind. Kreative Jobs muss man in Solothurn suchen.</li> <li>• Online Marketing, Social Media, Web 2.0</li> <li>• Mehr Angebote in Kunst und Kultur, evtl. wieder Lerneteliers in Richtung Schneiderei</li> <li>• Kreative Arbeitsplätze für handwerklich Begabte</li> </ul>
<p><b>Spezifische Firmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technische Berufe. Ich bin gelernter Elektroniker, die Arbeitsplätze in diesem Bereich werden aber immer weniger (vergl. Ascom, Kanton, Astra, die Arbeitsplätze oder gar den Standort gestrichen haben)</li> <li>• Als im Gesundheitswesen spezialisierte Fachperson ist man v.a. an die jeweiligen Spitäler gebunden.</li> </ul>
<p><b>Moderne Arbeitsplätze, kurze Wege</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gutes Team. Schneller Arbeitsweg. Gut bezahlt.</li> <li>• Gute Verbindungen mit ÖV, Parkplätze, Konzept, Team</li> </ul>

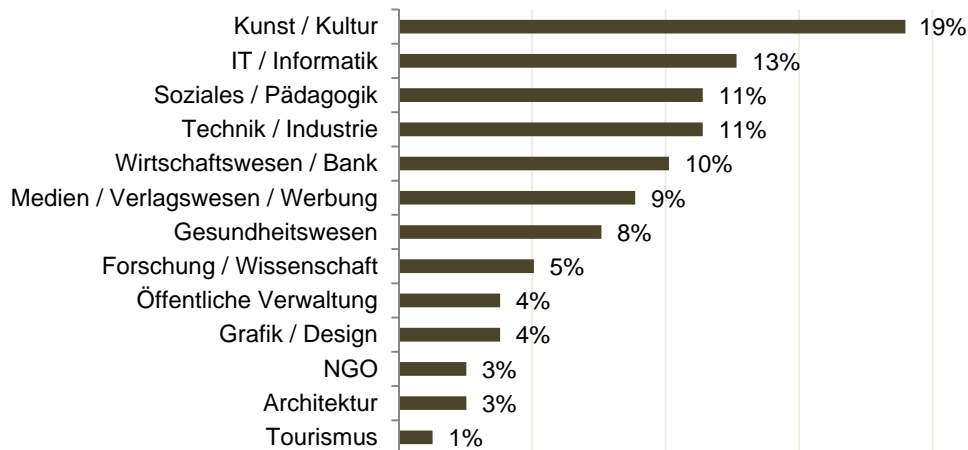
Branche, Bedingungen, Weiterbildung

Diese Einschätzung eines interessanten Arbeitsmarktes spiegelt einen Ausschnitt des grossen Ganzen aus den offenen Antworten aller Befragten auf die Frage. Die überwiegende Mehrheit der Jungen aus Stadt und Region nennt eine bestimmte Branche, welche die Attraktivität des Arbeitsplatzangebots ausmacht. Etwa fünfzehn Prozent nennen Arbeitsplatzbedingungen wie etwa ein gutes Team, kurze Wege, gute Erreichbarkeit der Arbeitsplätze oder die Möglichkeit zu Teilzeitarbeit. Etwa fünf Prozent betonen die Wichtigkeit von Aus- und Weiterbildungsplätzen, wie Abbildung 16 zeigt.

Abbildung 16: Was macht interessante Arbeitsplätze aus? (n=118)



**Interessante Branchen aus Perspektive der Jungen**



**Interessante Branchen**

Die aus der Perspektive der Jungen interessanten Branchen deckt das Arbeitsplatzangebot in der Stadt Solothurn nur teilweise. Ein grosser Anteil von fast zwanzig Prozent der Jungen möchte im Kunst- oder Kulturbereich arbeiten, ergänzend dazu haben Medien-, Verlags-, Werbe- und Grafikerunternehmen eine anziehende Wirkung auf junge Menschen. Mit dem Kulturschwerpunkt in der Stadt bestehen grundsätzlich gute Voraussetzungen, diese Wünsche zu bedienen. Die Nachfrage nach vorhandenen Stellen übersteigt aber mit grosser Sicherheit das Angebot. Weitere beliebte Berufsfelder sind IT und Informatik, Soziales und Pädagogik, Technik und Industrie sowie das Wirtschafts- und Bankenwesen. Verschiedentlich wird der Wunsch nach einem kreativen Arbeitsplatz und innovativen Arbeitgebern geäussert. Beliebt sind sowohl kleine Unternehmen mit grossem Gestaltungsspielraum als auch grosse, national und international ausgerichtete Firmen, deren Tätigkeitsfelder sich nicht nur auf die Region beschränken und welche viele Möglichkeiten in der Berufskarriere bieten, inklusive Einsätzen im Ausland oder in anderen Städten der Schweiz. Als attraktiver Arbeitsort nennen einzelne Junge die Altstadt oder ein Arbeitsplatz an der Aare.

**Wirtschaftsförderung Stadt Solothurn**

Eine aktive Wirtschaftsförderung in der Stadt Solothurn, die sich an den Bedürfnissen junger Menschen orientiert, müsste sich also

- um moderne und attraktive Arbeitsplatzbedingungen bei den bestehenden Unternehmen bemühen,
- Kooperationen zwischen Kulturbetrieben und Dienstleistern fördern, damit sich daraus eine Wachstumsmöglichkeit für den Kultur- und Kreativbereich ergibt
- Daraus Synergien entstehen, die von den Grafik-, Werbe- und Medienunternehmen genutzt werden können,
- und zwei bis drei grosse national und international tätige Unternehmen anlocken.



## 5. Einschätzung des Wohnungsmarktes

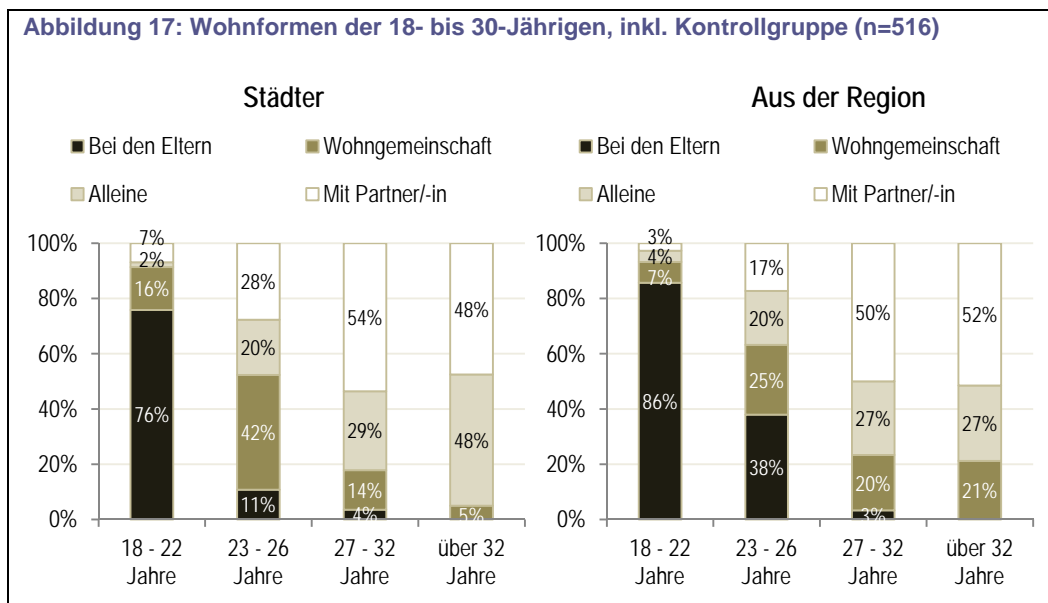
Die nächsten Auswertungen zeigen, wie junge Solothurner in der Stadt und Region wohnen und wie sie den städtischen Wohnungsmarkt einschätzen.

### 5.1 Wohnverhalten

Wohnformen

Junge Solothurner wohnen bis etwa mit 20 Jahren bei den Eltern. Städter werden beim Wohnen schneller selbständig als junge Erwachsene aus der Region, wie Abbildung 17 zeigt. Zwischen 18 und 22 Jahren ist bereits ein Viertel aus dem Elternhaus ausgezogen, bei den Jungen aus der Region sind es erst halb so viele. Von den Jungen aus der Region wohnt auch bis Mitte 20 noch über ein Drittel bei den Eltern. In der Stadt reduziert sich dieser Anteil auf geringe elf Prozent. Junge Städter, die nicht mehr bei den Eltern wohnen, wohnen meist in Wohngemeinschaften oder sind mit dem Partner oder der Partnerin zusammen gezogen. Der Zusammenhang mit dem Ausbildungs- respektive Erwerbsstatus zeigt, dass junge Menschen in Ausbildung häufig bei den Eltern wohnen. Wer arbeitet, wohnt früher alleine oder mit dem Partner, was mit den finanziellen Möglichkeiten zusammenhängt. Die Wohnform der Wohngemeinschaft wird unabhängig des Erwerbs- oder Ausbildungsstatus gewählt. Es ist vielmehr eine Einstellungs- und Altersfrage.

Abbildung 17: Wohnformen der 18- bis 30-Jährigen, inkl. Kontrollgruppe (n=516)

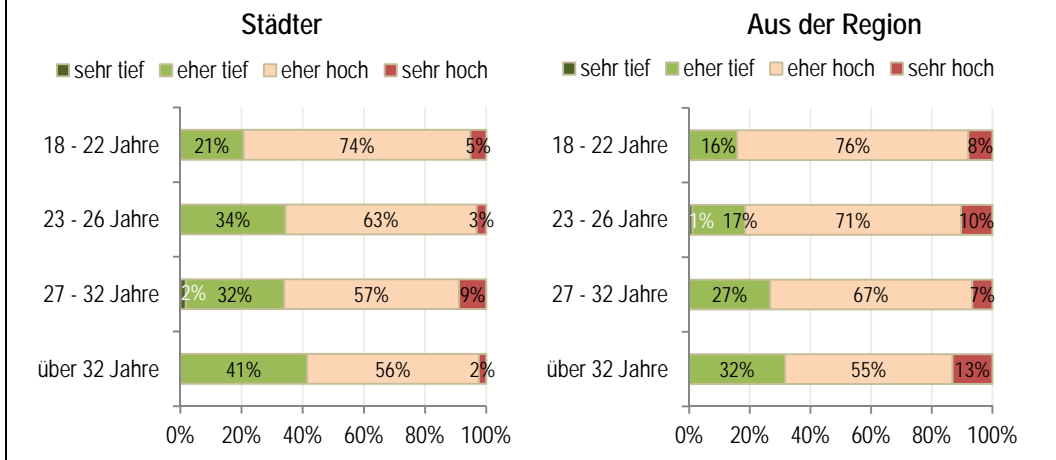


### 5.2 Einschätzung des heutigen Angebots

Einschätzung  
Wohnungspreise

Die Jungen schätzen die Mietpreise der Wohnungen in der Stadt Solothurn zwar nicht als besonders tief ein, allerdings zeigen sich auch keine Anzeichen dafür, dass sich junge Menschen das Wohnen in der Stadt nicht leisten können. Der Anteil derjenigen, welche die Preise als sehr hoch einschätzen, ist selbst bei den jüngsten Erwachsenen sehr gering, wie Abbildung 18 zeigt.

**Abbildung 18: Wie schätzt du die Mietpreise in der Stadt Solothurn für deine Bedürfnisse ein? (n=541)**



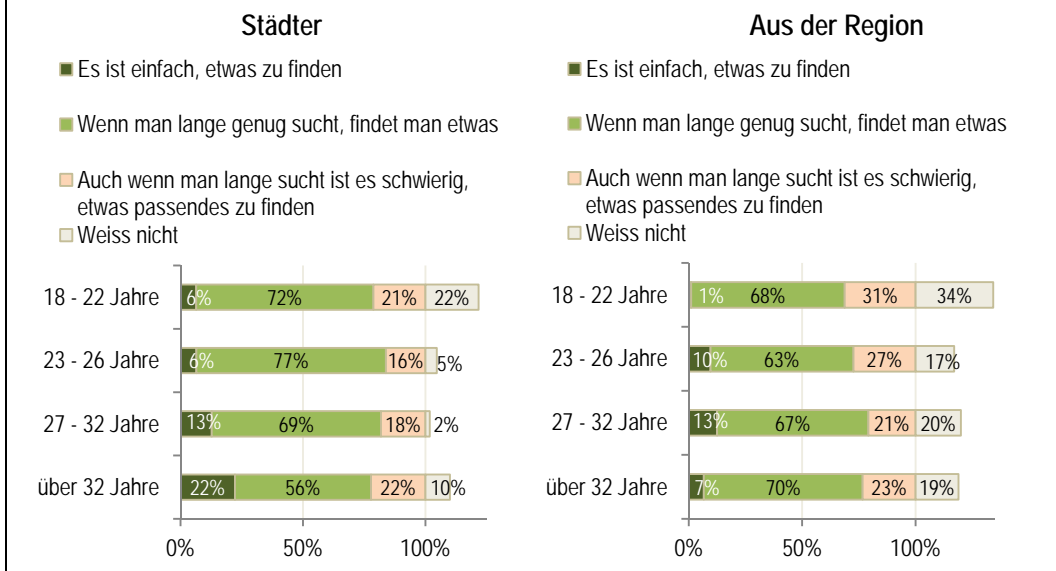
Regionale Unterschiede

Die regionalen Unterschiede sind darauf zurückzuführen, dass der Anteil befragter junger Frauen in der Region höher ist als in der Stadt und sich ein signifikanter Geschlechterunterschied zeigt: junge Männer schätzen die Preise als tragbarer ein als junge Frauen, unabhängig davon, ob sie noch in Ausbildung oder bereits erwerbstätig sind.

Wohnungssuche

Die Wohnungssuche wird von den 18- bis anfangs 30-Jährigen sehr ähnlich eingeschätzt mit der Ausnahme, dass sich die ganz Jungen häufiger noch keine Meinung gebildet haben, da sie noch zu Hause wohnen. Dies ist auf Abbildung 19 zu sehen.

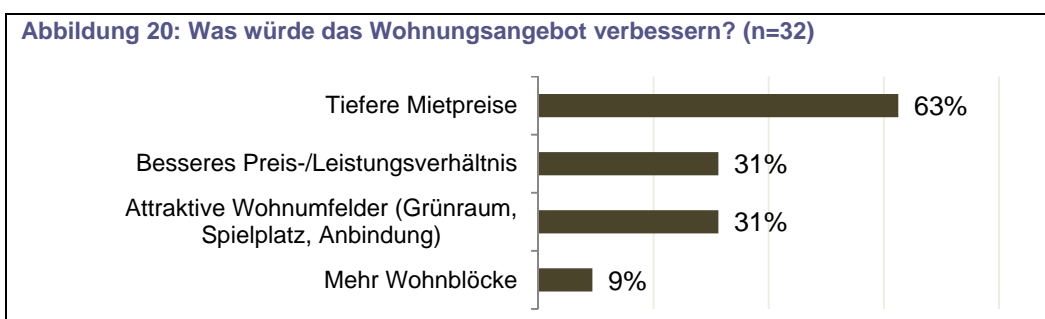
**Abbildung 19: Wie schätzt du die Wohnungssuche in der Stadt Solothurn für deine Bedürfnisse ein? (n=423)**



Unterschiede nach Erwerbsstatus Wer noch in Ausbildung ist, stellt sich häufiger hinter die Aussage, dass erst eine längere Suche zum Erfolg führt. Umgekehrt sind junge Erwerbstätige mit grösserem finan-  
ziellem Spielraum häufiger der Meinung, dass es einfach ist, etwas zu finden. Die Einstellung, dass auch eine lange Suche nicht zum Erfolg führt, äussern die Befragten unabhängig ihrer finanziellen Möglichkeiten. Ihre Erwartungen dürften grundsätzlich nicht mit dem Angebot übereinstimmen.

### 5.3 Schwerpunkt Zukunft

Verbesserung Angebot Dass das Wohnungsangebot befriedigend ist, zeigt auch der geringe Anteil an Vor-  
schlägen, was das Wohnungsangebot verbessern würde. Von den über 400 Antwor-  
tenden haben lediglich 30 Personen einen Vorschlag gemacht. Abbildung 20 zeigt,  
dass der Wunsch nach tieferen Mietpreisen am häufigsten fällt. An zweiter Stelle wird  
die zu kleine Auswahl bemängelt, an dritter Stelle werden Merkmale zur Wohnumge-  
bung hervorgehoben. Letztlich wünschen sich einige Junge mehr Wohnblöcke.



Einzelne Bedürf- nisse Vereinzelt wird der Bedarf nach Unterstützung bei der Wohnungssuche geäussert,  
eine grössere Offenheit für die Nutzung von Wohnungen als Wohngemeinschaft, die  
Möglichkeit zu alternativen Wohnformen, beispielsweise über das Modell «Wohnen für  
Hilfe», bei dem beispielsweise die Unterstützung im Garten oder bei der Hausarbeit zu  
tieferen Mietpreisen führt oder dass die Altstadt-Wohnungen öffentlich ausgeschrie-  
ben werden, damit junge Menschen auch ohne Beziehungen eine Chance auf solchen  
Wohnraum haben.

Wohnungspolitik Ein Wohnungsangebot, da sich an den Bedürfnissen junger Erwachsenen orientiert,

- bietet genügend erschwinglichen Wohnraum und
- ermöglicht das Wohnen in einer Wohngemeinschaft.

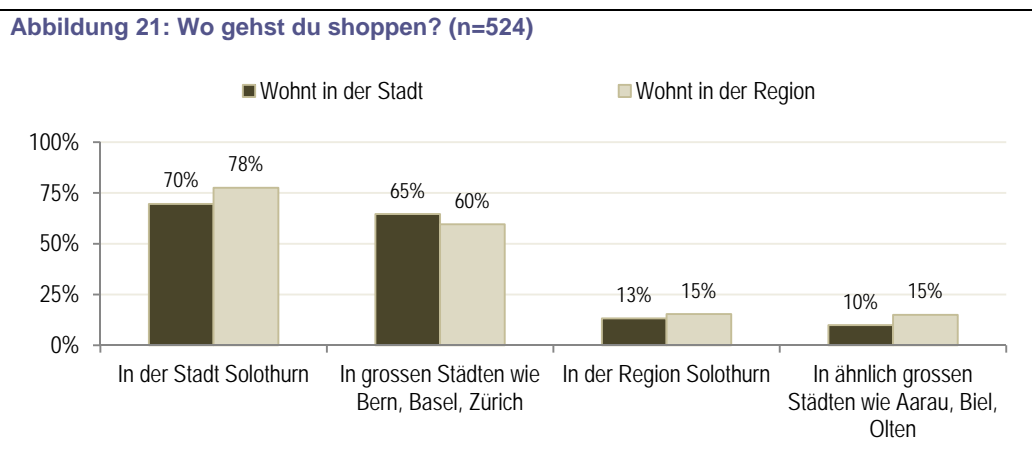
## 6. Erwartungen an den Shopping-Standort

Die folgenden Auswertungen zeigen das Einkaufsverhalten der Jungen und die Ein-  
schätzung des Shopping-Angebots.

### 6.1 Einkaufsverhalten

Einkaufsverhalten Die Einkaufsgewohnheiten der 18- bis 32-Jährigen sind deutlich ausgeprägt. Die  
Mehrheit kauft in der Stadt Solothurn ein, fast ebenso viele gehen aber auch in den

grossen Städten Bern, Basel und Zürich auf «Shopping»-Tour, wie Abbildung 21 zeigt. Die Region und Kleinstädte im Umfeld spielen eine marginale Rolle. Junge Solothurner in Ausbildung kaufen häufiger in den Grossestädten ein als junge Erwerbstätige. Das hängt damit zusammen, dass Studierende der Fachhochschulen und Universitäten sich regelmässig in den Städten aufhalten.



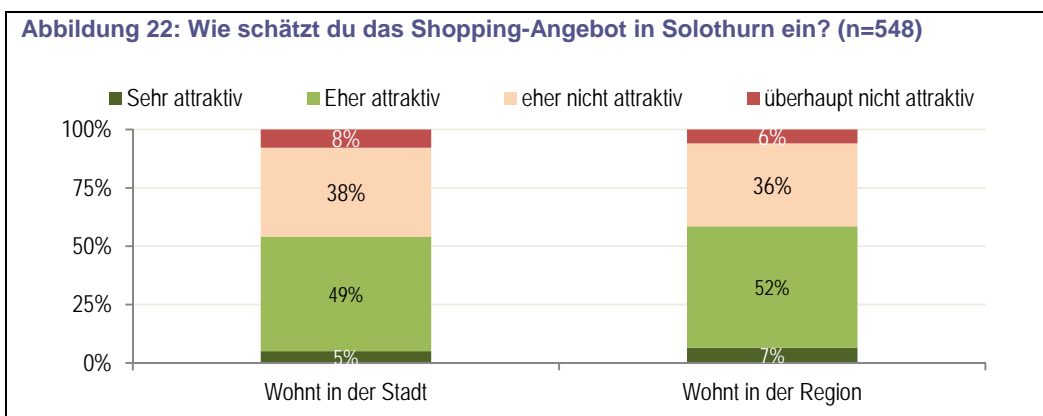
Regionale Unterschiede

Altersunterschiede innerhalb der Anfangs-, Mitte- und Endzwanziger gibt es keine. Allerdings sind die Städter etwas stärker auf die Grossestädte orientiert, die Jungen aus der Region sind etwas mehr auf die Stadt Solothurn sowie die Kleinstädte im Umfeld orientiert. Es zeigt sich einmal mehr das Muster der Stadt-Grossstadt- und Region-Kleinstadt-Beziehungen.

## 6.2 Einschätzung des heutigen Angebots

Einschätzung des Angebots

Die Jungen schätzen das Shopping-Angebot in der Stadt Solothurn kontrovers ein. Die Hälfte ist mehr oder weniger zufrieden, die andere Hälfte findet das Angebot unattraktiv, wie Abbildung 22 zeigt. Altersunterschiede gibt es keine. Wer allerdings häufiger in den Grossestädten einkauft und das dortige Angebot kennt und nutzt, schätzt das Angebot in Solothurn schlechter ein – und nutzt es damit auch weniger.



### 6.3 Schwerpunkt Zukunft

Verbesserung  
Angebot

Das Bedürfnis nach einem grösseren Shoppingangebot ist deutlich grösser als das Bedürfnis nach einer Verbesserung des Wohnungsangebots. So geben über 166 Junge einen Kommentar dazu, was das Angebot attraktiver machen würde, wie Abbildung 23 zeigt.



Bedürfnisse nach  
Altersgruppen

Was ein besseres Angebot ausmacht, scheidet die Geister bereits in der Altersspanne der 18- bis anfangs 30-Jährigen deutlich. So sind Modeketten wie Zara, New Yorker, Mango oder auch der Second Hand-Laden Fizzen vor allem bei knapp 20-Jährigen ein Bedürfnis, was sich auch mit den Bedürfnissen der Schülerinnen und Schüler deckt (siehe Befragung der Schulklassen). Kleine individuelle Läden wie Boutiquen, Designer oder Spezialgeschäfte sind dagegen ein grösseres Bedürfnis der Mitte- bis Endzwanziger, die auch über ein grösseres Budget und einen differenzierteren Geschmack verfügen. Dies spiegelt sich auch am grösseren Bedürfnis der Mittezwanziger nach einer grösseren Angebotsvielfalt mit häufiger wechselnden Kollektionen und mehr Läden. Kritisiert wird zudem das nicht existierende Angebot an Männermode. Eine kleine Minderheit würde ein Shoppingcenter als Bereicherung des Angebots schätzen. Dabei handelt es sich vorwiegend um knapp 20-Jährige mit geringen Budgets. Neben der Mode wird vereinzelt bemerkt, dass ein grösserer Migros oder Coop in der Region fehlt.

Shopping-  
Strategie

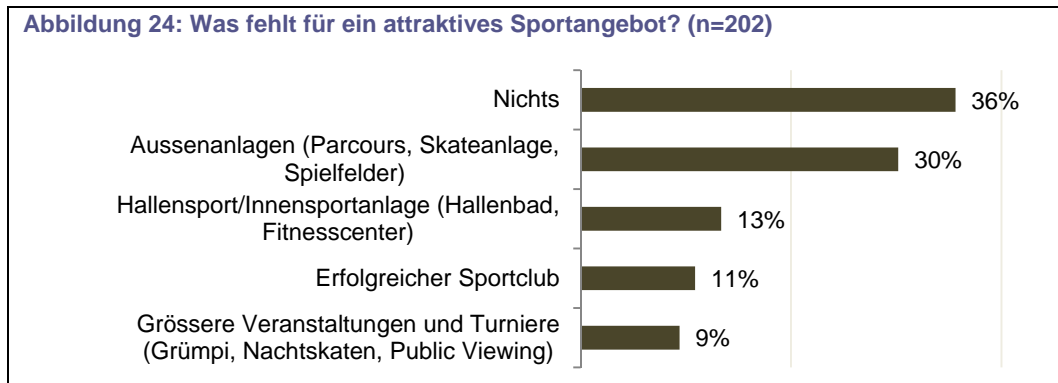
Ein Stadtmarketing, welches die Stadt als Shopping-Treffpunkt für Jugendliche und junge Erwachsene aus der ganzen Region stärken will

- müsste sich aktiv nach einer internationalen Modekette bemühen und
- eine Gewerbestrategie für die Ansiedlung von mehr Modeboutiquen erarbeiten.

## 7. Möglichkeiten für Sporttätigkeiten

Einschätzung des Angebots

Zum Schluss haben die Jungen das Sportangebot bewertet. Was die Möglichkeit zu Sportaktivitäten betrifft, ist ein Drittel der Jungen zufrieden mit dem Angebot und wünscht sich keine Verbesserungen, wie Abbildung 24 zeigt.



Verbesserung des Angebots

Die Zufriedenheit ist bei den über 25-Jährigen grösser als bei den 18- bis 25-Jährigen, da sich die Älteren vermutlich weniger sportlich betätigen als die Jüngeren. Das grösste Bedürfnis besteht nach Aussenanlagen wie einer Skateanlage, Spielfeldern und Parcours. 18- bis 23-Jährige interessieren sich zudem für Hallensport- und Innensportanlagen.

Erfolgreicher Sportclub

Gut zehn Prozent äussern den Wunsch nach einem erfolgreichen Sportclub, welcher die Teilhabe am Sport ohne eigene Betätigung ermöglicht. Am häufigsten wird der Wunsch nach einem Fussball- oder Eishockeyclub geäussert, allerdings ist keine eindeutige Sportart identifizierbar. Die Sportfans zeigen sich sehr offen und nennen häufig gar keine bestimmte Sportart.

Mehr Sportveranstaltungen

Etwa zehn Prozent wünschen sich zudem mehr grössere Veranstaltungen oder Turniere für den Breitensport, die sie entweder besuchen oder an denen sie selbst teilnehmen können.

Sportstrategie

Damit die Stadt die Jungen zu mehr sportlichen Tätigkeiten bringt,

- müssten die Aussenanlagen erweitert,
- das Angebot mit einer Hallensportanlage ergänzt,
- mehr grössere Sportveranstaltungen initiiert und
- die ein Breitensport mit grösserem Club gefördert werden.

## 8. Fazit

Hohe Identifikation

Die jungen Menschen aus der Stadt und Region zeigen eine hohe Identifikation mit der Stadt Solothurn und fühlen sich hier verwurzelt. Was die verschiedenen Angebote des städtischen Lebens betrifft, sind heute nicht alle Bedürfnisse gedeckt. Die Kleinstadt orientiert sich noch in vielen Bereichen an den Bedürfnissen älterer Bewohnerin-

nen und Bewohner und hat noch einiges Potenzial, sich mehr für die jungen Städter zu öffnen.

Wichtigste Attraktionen für ein junges Solothurn

Für ein junges Solothurn fehlt ein Ausgehangebot, das über die klassischen Kulturangebote hinausgeht. An vorderster Stelle steht das Bedürfnis nach längeren Öffnungszeiten und mehr geselligen Orten wie Clubs und Bars und nutzbaren öffentlichen Räumen. Das Arbeitsplatzangebot könnte durch mehr grössere und kleinere Unternehmen bereichert werden, welche moderne Arbeitsplatzbedingungen, Gestaltungsspielraum und Aufstiegsmöglichkeiten bieten. Das Wohnungsangebot deckt die Bedürfnisse weitgehend, solange die Wohnpreise nicht markant steigen. Der Shopping-Standort könnte bereits mit der Ansiedlung einer beliebten Jugend-Modekette deutlich attraktiver gemacht werden, schwieriger aber genauso wichtig wäre es, das Angebot an kleineren, diversifizierten Läden und Boutiquen auszuweiten. Was das Sportangebot betrifft, machen Investitionen in Aussenanlagen bereits einen Unterschied. Sportveranstaltungen können ähnlich wie die Stadtfeste den Zusammenhalt fördern und offen bleibt der Diskussionspunkt, ob die Stadt mit einem grösseren Club ein Zugpferd fördern möchte.

Offenheit und Platz für Junge

Aus der Befragung lässt sich kein zusammenfassender Leitgedanke ableiten, da die Entwicklungsmöglichkeiten in diverse Bereiche der Stadtentwicklung fliessen. Einzelne strategische Stossrichtungen sind in den jeweiligen Kapiteln formuliert. Was allerdings bei der Lektüre der Antworten als gemeinsames Merkmal hängen bleibt ist der Wunsch, dass die Stadt mehr Offenheit, Toleranz und Platz für Junge schafft. Ein Dynamisches Solothurn ist auch ein zukunftsfähiges Solothurn. Da sich die jungen Städter sehr stark mit ihrer Stadt identifizieren, führen Investitionen in ein attraktiveres Angebot für Junge letztlich auch dazu, dass sie längerfristig gehalten werden können.