

blickpunkt stadt



Folgen Sie der Stadt auf:
www.facebook.com/StadtMoenchengladbach
www.twitter.com/StadtMG
www.instagram/moenchengladbach_de
www.youtube.com,StadtMoenchengladbach

Dein
MG

Dein Sommer wird magisch!

STADT
SOMMER
2022

Mönchengladbach. Gemeinsam. Vielfalt.

#stadtsommerng

Mönchengladbach feiert den ersten „Stadtsommer“

Die Pandemie ist zwar immer noch nicht vorbei, aber die Vorfreude auf einen Sommer ohne viele Einschränkungen ist nach einer zweijährigen Durststrecke riesengroß. Was die Stadt alles zu bieten hat und welche Potenziale in den Sommermonaten wiederbelebt und neu entdeckt werden können, zeigt die von der Stadt gemeinsam mit der städtischen Marketinggesellschaft MGMG initiierte Kampagne „Stadtsommer“. Von Mai bis Ende September zeigt die stadtweite Print- und Online-Marketingkampagne, welche Vielfalt in den zahlreichen Veranstaltungen steckt und unterstützt auf diese Weise das großartige Engagement der AkteureInnen in unserer Stadt. „Mit der Bündelung von Festivitäten in unserer Stadt werden die Innenstädte und Stadtteilzentren neu erlebbar. Die Events sorgen mit ihrer Strahlkraft dafür, dass die Gladbacher*innen, aber auch auswärtige Besucher*innen, in unsere Stadt kommen. Erst mit dieser Bündelung in Form einer Kampagne wird deutlich, wie vielfältig unsere Stadt ist und wie viele sich engagieren, um Aktionen und Angebote auf die Beine zu stellen“, erklärt Oberbürgermeister Felix Heinrichs. Unter dem Label „Stadtsommer“ werden verschiedene Events, egal ob Stadtfest, Sportveranstaltung, Konzert oder Kulinarikfestival, gemeinsam vermarktet. Das entspricht der neuen städtischen Gesamtstrate-

gie, die Stadt Mönchengladbach in ihrer ganzen Vielfalt ganzheitlich zu denken und alle Menschen mitzunehmen. **Weitere Infos zum Programm des „Stadtsommer 2022“ gibt es im Internet unter stadtsommerng.de (DeinMG.de).** Die Fülle an Veranstaltungen zeigt, dass es in Mönchengladbach für nahezu jede Zielgruppe tolle Angebote gibt und diese nicht nur in den beiden großen Stadtzentren, sondern auch in den vielen kleineren Stadtteilzentren stattfinden.

Mehr Wahrnehmung und Aufmerksamkeit
 Das Angebot an stadtweiten Veranstaltungen des Sommers standortübergreifend in Form dieser Kampagne zu bündeln, passt gut in die von der Stadt initiierten Zentrenstrategie zur Stärkung der Innenstadt- und Stadtteilzentren. Im Rahmen dieses Strategieansatzes werden von der Stadtverwaltung in fachübergreifenden Arbeitsgruppen Ansätze und Maßnahmen für die zukünftige Belebung der Zentren entwickelt. Im Dialog mit der Stadtgesellschaft wurde dabei der Wunsch geäußert, bestehende Angebote besser zu vermarkten. „Wir haben diese Idee aufgegriffen und in den Stadtsommer überführt. In Summe erhalten so die einzelnen Veranstaltungen eine deutliche bessere öffentliche Wahrnehmung und Aufmerksamkeit“, erklären die Stadtsommer-Projektleiterinnen Alice Welt-

ers-Dahmen von der städtischen Marketinggesellschaft (MGMG) und Vera Tolo aus dem Büro des Oberbürgermeisters. Damit soll deutlich werden, dass die Zentren in Mönchengladbach und Rheydt wesentlich mehr zu bieten haben als das reine Shopping-Erlebnis. In den vergangenen Jahren hat die allgemeine Veränderung im Konsumverhalten der Einwohner*innen (Online-Käufe) und der allgemeine gesellschaftliche und wirtschaftliche Wandel (Digitalisierung) zu starken Veränderungen in den Zentren beigetragen. Signifikante Umsatzrückgänge beim Einzelhandel und weniger Laufkundschaft in den Zentren sind die Folge.

Stadtsommer: Gemeinsames Erleben!
 Der Stadtsommer soll mit seinen Veranstaltungen dabei helfen, mehr Identifikation zu schaffen durch gemeinsamen Erleben und nachhaltige Perspektiven aufzuzeigen, die einen neuen Nutzungsmix jenseits des Einzelhandels in den Zentren befördern. Das Format ist bewusst als erste Version angelegt, deren Erfahrung und Reflektionen im Herbst dann schon in die Planungen für den Stadtsommer 2023 einfließen werden. Hierzu sind bereits heute schon alle Interessierten als Save-the-Date für den 8. November eingeladen. Termininfos befinden sich im Internet unter stadtsommerng.de.



Liebe Mönchengladbacherinnen, liebe Mönchengladbacher,

Stärken stärken, Chancen nutzen und Probleme beseitigen – mit einer Zentrenstrategie, die wir im vergangenen Jahr vorgestellt haben, wollen wir unsere Zentren in Mönchengladbach und Rheydt eine Perspektive geben und frische Impulse setzen. In den vergangenen Monaten sind wir mit vielen Akteuren der Stadtgesellschaft ins Gespräch gekommen, denn die Potenziale, die in unseren Innenstädten schlummern, können wir nur gemeinsam heben. Die Kampagne Stadtsommer und die digitale Schnitzeljagd Scavenger Hunt sind zwei Bausteine dieser Zentrenstrategie, um Sie, liebe Leserinnen und Leser, mit einzubinden und auf Entdeckungsreise zu gehen. Was bieten unsere Innenstädte? Gehen Sie mit uns auf Entdeckungsreise und nutzen Sie die spielerische Möglichkeit, Ihre Stadt einmal ganz neu kennen zu lernen.

Die hier beschriebenen Veranstaltungsformate sind Bausteine zur Stärkung der Innenstädte, aber auch Ansiedlungserfolge sind wichtig. Rund 1,7 Millionen Euro erhält die Stadt Mönchengladbach aus dem Sofortprogramm des Landes NRW unter dem Dach der Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen“. Mit diesen Fördermitteln haben wir schon einiges erreicht und erste Vermietungen erfolgreich abschließen können. Weitere Objekte stehen kurz vor dem Vertragsabschluss. Einen guten Überblick über das Erreichte gibt es auf Seite 4.

Ihr Felix Heinrichs
 Oberbürgermeister

In den Zentren Orte der Begegnung schaffen

Die von der Verwaltungsspitze initiierte Zentrenstrategie nimmt weiter Fahrt auf

Neue Lebensweisen, mobile Arbeit, der Wandel im Handel, Digitalisierung – die Megatrends der Zeit wirken sich spürbar auf die Entwicklung der Zentren in allen Innenstädten aus. Die von der Verwaltungsspitze im vergangenen Jahr vorgestellte Zentrenstrategie bündelt die Kräfte, um den Innenstädten in Gladbach und Rheydt ein neues Profil zu geben und Potenziale heben zu können. Die Zentrenstrategie will Impulse setzen, damit eine lebendige, lebenswerte Zukunft für die Zentren und die gesamte Stadt geschaffen werden kann. Zentral für den Ansatz der

Zentrenstrategie ist der Gedanke, dass Veränderung in den Zentren die Bündelung und Einbindung aller Kräfte und Akteure in der Stadtverwaltung und Stadtgesellschaft benötigt. In verschiedenen Workshops und –pandemiebedingt – virtuellen Zentren-Dialogen, die auf dem Youtube-Kanal der Stadt nach wie vor zur Verfügung stehen, wurden bereits verschiedene Aspekte dieser Zentrenstrategie mit der Stadtgesellschaft vertieft. Weitere Beteiligungsformate werden in den nächsten Monaten folgen. Die Zentren waren stets auf Einzelhandel

und Konsum ausgerichtet. Was lange Zeit gut funktionierte und für hohe Besucherströme sorgte, ist in Zeiten des Online-Handels kein alleiniger Frequenzbringer mehr. Die Zentren in Mönchengladbach und Rheydt müssen sich stärker auf einen Nutzungsmix konzentrieren. Die Zentren müssen zu einem lebenswerten, grünen und attraktiven Ort der Begegnung werden und neben Einzelhandel auch Raum für weitere Nutzungen wie beispielsweise Wohnen, Gastronomie und Veranstaltungen, Kunst und Kultur sowie Spiel, Sport und Erholung bieten.

Alle Informationen zum Stadtsommer und dessen Veranstaltungen finden Sie unter den DeinMG Social Media Accounts bei Instagram & Facebook sowie online unter stadtsommerng.de



✓ Aufgaben erfüllen ✓ Punkte sammeln ✓ Gewinnen

SCAVENGER HUNT MÖNCHENGLADBACH

27.06. bis
10.07.2022



**GEWINNE PREISE IM
GESAMTWERT VON 5.000€**

EVENT-TIPP

**Pop Paradiso
am Abteiberg**

Das Festival Pop Paradiso im Skulpturengarten des Museums Abteiberg, im Sommer 2021 spontan erfunden für die Corona-Zeit, erhält jetzt seine zweite Auflage und feiert 40 Jahre Museum Abteiberg. Vom 23. bis 26. Juni wird Pop Paradiso zum großen Fest für Museum und Stadt. Die verschiedensten lokalen Szenen kommen zusammen und nutzen den Garten als ihre Bühne, ihre Bar, ihren Musik-, Kunst- und Partyraum. Jeder Tag bringt ein anderes Format, Kontakte und Übergänge sind dabei Programm, frei nach der Devise der Avantgarden: „Seht, hört, erlebt, was ihr nicht kennt“. Die neueste Erscheinung für POP Paradiso 2022 im Skulpturengarten ist der Auftakt der Kunsthalle for Music in Mönchengladbach am 23. Juni, 19 bis 22 Uhr: eine Ausstellung für das Museum Abteiberg und eine große Produktion für das Museum und die gesamte Stadt Mönchengladbach. Drei Festivals im Festival bestimmen das Wochenende von Pop Paradiso, umsonst und draußen, initiiert und umgesetzt von Kultur- und Jugendinitiativen in Mönchengladbach. Am Freitag, 24. Juni gibt es „Carneval Global, global sounds and rhythms“, erst in entspannter Picknick-Atmosphäre, dann mit tanzbaren Beats. Der Samstagabend, 25. Juni, gehört der Jugend – dem „Festival Youtopia“. Die Jugend übernimmt den Abteiberg mit Musik, Performances, Skaten, Graffiti und vielem mehr. Den Abschluss macht am Sonntag, 26. Juni das „MIR-Festival“, in dem der Skulpturengarten schon ab mittags zum Hotspot für elektronische Musik, Nachhaltigkeit und Kunst wird.

Große und kleine Stadtzentren, skurrile Orte oder in Vergessenheit geratene Schönheiten: Mönchengladbach ist pure Vielfalt! Es lohnt sich, die Stadt (neu) zu entdecken. Das lässt sich nun mit einer digitalen stadtweiten Schnitzeljagd der besonderen Art bewerkstelligen.

Vom 27. Juni bis 10. Juli geht ganz Mönchengladbach auf Entdeckungsreise! Die „Scavenger Hunt“ ist eine moderne Form der Schnitzeljagd durch die Stadt, bei der überall im Stadtgebiet unterschiedliche Aufgaben gelöst werden müssen. Anders als bei einer traditionellen Schnitzeljagd müssen sich die Teilnehmer*innen nicht linear durch festgelegte Aufgaben arbeiten. Stattdessen gibt es eine Liste mit zum Teil witzigen Aufgaben, deren Lösungen unterschiedlich viele Punkte bringen. Gespielt wird in Team von zwei bis fünf Personen. Das Ziel ist, möglichst viele Punkte zu sammeln.



Die Scavenger Hunt wird mit Hilfe einer speziell entwickelten Smartphone-App gespielt, die ein junges Start-Up aus Paderborn entwickelt hat. Die App ist kostenfrei verfügbar

für Android und iOS. Die Teilnehmer*innen haben die Aufgabenliste mit rund 150 Aufgaben, die zur persönlichen Auswahl stehen, damit jederzeit in der Hosentasche und können eine Aufgabe auch mal spontan oder nebenbei erledigen. Über die App können sich die Teams anmelden und die Aufgaben einsehen. Während des Spiels ist keine Internetverbindung nötig. „Mit dieser Schnitzeljagd laden wir alle Interessierten dazu ein, ihre Stadt aufs Neue kennenzulernen. Das passt gut zu unserer Strategie, die Zentren und Stadtteilzentren in Mönchengladbach zu stärken. Wir laden spielerisch dazu ein, die Innenstädte zu erkunden. Wir sorgen für Frequenz in den Zentren und Stadtteilen“, so Oberbürgermeister Felix Heinrichs. Die Schnitzeljagd wird mit öffentlichen Mitteln aus dem Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte finanziert.

Foto-, Video- und Textaufgaben
Dass die Scavenger Hunt keine „normale“ Schnitzeljagd ist, offenbaren schon die ersten Aufgaben. Es warten Foto-, Video-, Text- und GPS-Aufgaben auf die Teams, die für viel Spaß und unvergessliche Erlebnisse sorgen. Über die App tauscht man sich aus, kommuniziert mit der Community und kann jederzeit einzusehen, ob man sich schon Richtung Gewinnertreppchen befinden oder noch ein paar punktebringende Aufgaben lösen muss. Welche Aufgaben zu lösen sind, haben Mitarbeiter*innen der Stadtentwicklung, der Pressestelle und der Marketing Gesellschaft in gemeinsamer Abstimmung mit den Machern der App entwickelt. Hierzu wurde im Vorfeld die Landingpage scavenger-huntmg.de (DeinMG.de) aufgebaut und darüber eine zweiwöchige Online-Umfrage gestartet. Die Bürger*innen konnten sich hierüber beteiligen und besondere Orte nennen, die mit Aufgaben in der Jagd verbunden werden sollen. Es wurden zahlreiche Anregungen genannt, Ideen vorgeschlagen und Fotos hochgeladen, die nun ein Teil dieser Schnitzeljagd geworden sind. Ein Fokus der Aufgaben liegt insbesondere auf den verschiedenen Stadtzentren, da die Scavenger Hunt als Marketingprojekt aus der städtischen Zentrenstrategie entstanden ist mit dem Ziel, wieder mehr Identifikation und positive Wahrnehmung für die ganze

Stadt zu schaffen. „Die ganze Vielfalt unserer Stadt spiegelt sich in diesem Spiel wider“, so Heinrichs. Es sollen gezielt nicht nur Aufgaben gelöst, sondern auch Erlebnisse geschaffen werden. „Ich erinnere mich eher an einen Brunnen, an dem ich mit Angel gestanden habe, als an einen Brunnen, zudem ich nur eine Frage beantwortet habe“, erklärt Carsten Schott, der aus dieser Schnitzeljagd ein Geschäftsmodell gemacht und als Dienstleister die Scavenger Hunt vorbereitet und die App entwickelt hat. Oder einen Kuchen zu backen, der vor einer Mönchengladbacher Sehenswürdigkeit verzehrt wird. Mit einem entsprechenden Foto würde diese Aufgabe dann als gelöst bewertet und mit



entsprechenden Punkten prämiert. Gewonnen hat am Ende das Team mit den meisten Punkten. Die 20 besten Teams werden zu einer Abschlussveranstaltung von Oberbürgermeister Felix Heinrichs ins Rathaus Abtei eingeladen. Dem Gewinner-Team winkt als Hauptpreis ein Zeppelin-Rundflug über Mönchengladbach. Es gibt auch noch viele andere Preise zu gewinnen, der Gesamtwert liegt bei rund 5.000 Euro.

Wie kann ich an der Scavenger Hunt teilnehmen?
Du willst eine spannende Schnitzeljagd erleben, die attraktive Preise bietet? An der Scavenger Hunt kann jeder mitmachen, der Lust hat! Dazu lädt man einfach die App „Scavenger Hunt DE“ herunter und wählt die Mönchengladbacher Hunt aus. Jetzt kannst Du Dich mit Deinem Team anmelden. Entweder registrierst Du ein neues Team oder trittst einem bestehenden Team bei. Die Teilnahme ist selbstverständlich kostenlos. **Genaue Infos zur Registrierung findest Du auf der Webseite scavengerhuntmg.de**

Was erwartet mich?
Die Scavenger Hunt stellt insgesamt 150 Aufgaben – keine Sorge, man kann frei auswählen und muss nicht alle machen. Manche Aufgaben kannst Du mit Deinem Team nebenbei erledigen, für andere muss man sich ins Zeug legen. Natürlich spiegelt sich das auch in den Punkten wider. Für alle Aufgaben gilt: Kreativität wird mit Bonuspunkten belohnt!

Wie bleibe ich auf dem Laufenden?
Die Liste mit den verschiedenen Aufgaben werden wir erst Mitte Juni veröffentlichen! Folge uns auf DeinMG Instagram oder Facebook, hier halten wir Dich auf dem Laufenden. Was wir aber jetzt schon versprechen können: Es gibt einen wirklich vielfältigen Mix, der Dich durch möglichst viele Mönchengladbacher Stadtteile und -zentren führt.

DIE JAGD BEGINNT!

Die ersten Aufgaben gibt es zum Turmfest in Rheydt als Warm-Up

Die verrückte Schnitzeljagd startet am 27. Juni und läuft zwei Wochen lang. Beim Turmfest am 25. und 26. Juni auf dem Rheydter Marktplatz gibt es jedoch schon mit den ersten Aufgaben zum Punktesammeln ein kleines Warm-Up. Am Infostand von DeinMG stehen die OrganisatorInnen aus der Stadt an diesem Wochenende persönlich vor Ort für Rückfragen zur Verfügung.

Ab sofort kann man sich in der App schon für die Scavengerhunt Mönchengladbach registrieren. Eine detaillierte Anleitung dazu findet man auf der Webseite scavengerhuntmg.de

Noch ein kleiner Tipp: Die erste Aufgabe ist schon freigeschaltet und versteckt sich auf dem Infoflyer!

Weitere Infos unter:
facebook.com/DeinMG oder scavengerhuntmg.de

Scan Mich!

Präsentiert von:
Dein MG, MÖNCHENGLADBACH, Zukunft in der Stadt, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen

EVENT-TIPP

Turmfest mit Fun-Parcours

Seit 1977 bietet das Turmfest Rheydt jährlich am letzten Wochenende im Juni ein tolles Open-Air-Programm für alle Generationen. Mit seiner attraktiven Mischung aus Familienfest, Unterhaltung und Sport-Event ist das traditionsreiche Fest, das zur Erinnerung an den neu aufgesetzten Turm des im Zweiten Weltkrieg zerstörten Rathauses Rheydt gefeiert wird, ein besonderes Ereignis. Freitag- und Samstagabend rockt auf der Bühne Live-Musik, am Samstag und Sonntag geht es mit einem vielfältigen Kinder- und Bühnenprogramm auf dem Marktplatz weiter. Jetzt folgt ein ganz besonderes sportliches Highlight für Familien, Freunde, Vereine und Firmen: der große Fun Parcours. In einem riesigen Outdoor-Spielpark können Teams gegeneinander antreten. An einzelnen Stationen finden Wettkämpfe statt, bei denen Geschicklichkeit, Taktik und ein wenig Glück gefragt sind. Der Parcours öffnet am Samstag (11 bis 15 Uhr und 16 bis 20 Uhr) für alle Besucher ab zehn Jahren. Dann können alle Teams ihre Fitness und Fähigkeiten auf den Prüfstand stellen. Zwischen sechs und zehn Elemente müssen die Teilnehmer überwinden.

Stadtgeschichte hautnah (mit)erleben!

1046 Jahre, drei Gründungen und eine Stadtgeschichte: Mit Geschichte(n) werden Botschaften erzählt.

Der Überlieferung ist zu entnehmen, dass Gero gemeinsam mit dem befreundeten Benediktinermönch Sandradus aus Trier auf den bewaldeten Hügel an einem (Glad-)Bach traf. Hier fanden sich die Ruinen einer alten, von den Ungarn niedergebrannten Kirche, verlassene Wohngebäude und eine Grabersammlung. Unter anderem handelte es sich um Überreste des einstmaligen Balderich und Hitta in Auftrag gegebenen Gotteshauses. Bei der erstmaligen Ansiedlung auf dem Abteiberg war also schon eine Frau beteiligt. Die örtliche Stille ließ es wohl zu, dass Gero und Sandrad bei der „Ortsbesichtigung“ im Inneren des Berges eine Glocke hörten. Sie folgten dem Klang und fanden Reliquien des Heiligen Vitus in einem hohen Stein verborgen. Das war für die der göttliche Hinweis, dass hier die Klostergründung St. Vitus erfolgen sollte. Die Gründung der Abtei im Jahre 974, mithin auch Keimzelle der später namengebenden Stadt Mönchengladbach, geht demnach auf die Vision von Gero zurück, ohne die es die weitere Stadtentwicklung möglicherweise so nicht gegeben hätte. Geropark und Sandrad- (Straße) sowie Hitta- (Straße) und Balderich erinnern heute noch an die Gründer der Stadt und an die Legende, die von Generation zu Generation überliefert wird.



Der Balderirch vor dem Rathaus Abtei.

Geschichten erzählen
Die „Story“ war offenbar gut, denn sie hat nicht nur überdauert, sondern verbindet auch heute noch die Mönchengladbacher. Hätte es zu damaliger Zeit bereits die vielfältigen kommunikativen Möglichkeiten der Gegenwart, insbesondere die Social-Media-Kanäle, gegeben, Erzbischof Gero und Abt Sandrad wären wohl als die „Storyteller“ par excellence in die Geschichte eingegangen. Storytelling, zu deutsch „Geschichten erzählen“, ist heute in einer immer komplexer werdenden Gesellschaft gefragt denn je. Gut erzählte Geschichten bleiben länger im Gedächtnis und heben sich aus der Informationsflut hervor. Sie informieren, inspirieren und blei-

Geschichten, Emotionen und Informationen vermittelt werden, um Aufmerksamkeit und innere Beteiligung bei Zuhörern, Lesern oder Betrachtern zu wecken.

Die zweite Gründung
Seit Gründung der Abtei durch Gero und Sandrad hat sich das Rad der Geschichte allerdings zwischenzeitlich weitergedreht, neue Kapitel wurden aufgeschlagen und geschrieben. Als zweite Gründung gilt die Blütezeit der Textilindustrie im 19. Jahrhundert. Im Zeitalter der Industrialisierung wurde der Stadt daher auch der Beiname „Rheinisches Manchester“ zugetragen. Die Fabriken, die am Gladbach und anderen Wasserläufen aus dem Boden schossen, machten Mönchengladbach zu einem herausragenden Standort der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie.

Die dritte Geburtsstunde
Und Ende 2009 war sogar von einer dritten „Geburtsstunde“ die Rede, als sich an historischem Ort in der Citykirche auf dem Abteiberg die Initiative Masterplan zusammenfand, um den Masterplan 3.0 unter Beteiligung von Wirtschaft, Handwerk und Industrie, Verwaltung, Politik und Bürgerschaft auf den Weg zu bringen. Beauftragt zur Umsetzung wurde das Büro des Stararchitekten Sir Nicholas Grimshaw. Unter dem Label „MG3.0 – die dritte Gründung“ wurde nach einer Idee der Architektenschaft ein städtebaulicher Masterplan entwickelt und Ende 2012 fertiggestellt, der das Gladbach-Tal, das Hochschulviertel und die Rheydter Innenstadt in den Fokus nahm und Perspektiven für die Zukunft aufzeichnete. Masterplan, mg+ und mehr – die Story bis zur Gesamtstrategie Um die „Story“ abzurunden: An den Masterplan knüpfte nahtlos die Stadtentwicklungsstrategie mg+ Wachsende Stadt an, die heute wiederum Bestandteil der im Dezember 2021 vom Rat verabschiedeten Gesamtstrategie ist. Diese Gesamtstrategie greift wichtige Handlungsfelder für die

Gesamtstadt auf und richtet damit die Stadt auf die Zukunft und den Strukturwandel aus. Mit wichtigen Bausteinen legt sie in sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekten die Ziele für die Entwicklung der größten Stadt am linken Niederrhein fest, in der heute mehr als 272.000 Menschen mit unterschiedlichen Sprachen, Kulturen und Religionen aus 150 Nationen ein Zuhause haben.

44 Stadtteile prägen die Stadt
Alle 44 Stadtteile mit lebenswerten Quartieren prägen die Stadt auf vielfältige Weise. Und genau das macht heute ihre Identität aus. Mönchengladbacher Persönlichkeiten haben unsere Geschichte und Geschichten geschrieben, wie der Philosoph Hans Jonas, der Luftfahrtpionier Hugo Junkers, der Mitbegründer des Volksvereins für das katholische Deutschland Franz Brandts, oder Louise Gueury, Stifterin der Lungenheilstätte für Frauen im Harter Wald, in dem sich heute ein moderner Herzpark befindet. Aus Mönchengladbach stammte der Tierfilmer Heinz Sielmann, die später als Mutter Ey bekannte Kunstförderin Johanna Stocken und Clara Grunwald, die erste Vorsitzende der Deutschen Montessori-Gesellschaft, genauso wie August Müller, der Erfinder der Kontaktklinke. Historie und Moderne, Krieg, Wiederaufbau und Strukturwandel prägen eine Stadt, deren lebendige Gesellschaft sich durch eine bodenständige Bürgerlichkeit und moderatem Fortschrittsdenken auszeichnet. Die tiefe Verbindung zu dieser „Scholle“ Land, ihren Traditionen und Wurzeln geht letztlich zurück auf die Abteigründung durch Erzbischof Gero von Köln hier auf dem Abteiberg.

Was Herr Gero wohl zu seinem modernen Nachbarn, dem Pritzker Award ausgezeichneten Museum gesagt hätte? Oder zu den Skulpturen im ehemaligen Obstgarten der Mönche? **Übrigens: Für Stadtgeschichte(n) findet man unter stadttouren-mg.de ein großes Angebot an geführten Touren und Rundgängen.**

Zukunft. Innenstadt.



NACHGEFRAGT

„Potenziale aufzeigen“

Herr Dr. Bonin, die Zentrenstrategie nimmt deutlich Fahrt auf. Mit der Marketingkampagne Stadtsommer und der digitalen Schnitzeljagd Scavenger Hunt werden im Sommer zwei Veranstaltungsformate angeboten, die sicherlich Zugkraft für die Innenstädte haben werden. Was bringen diese Aktionen langfristig?

Wir haben schon bei der Einführung der Zentrenstrategie im vergangenen Jahr betont, dass wir uns grundsätzlich überlegen müssen, welches Profil wir unseren Innenstädten in Mönchengladbach und Rheydt geben wollen und mit welchen Mitteln wir die Attraktivität und Aufenthaltsqualität wieder steigern können. Die beiden Veranstaltungsformate sind doch ein ideales Mittel, um die Potenziale aufzuzeigen und bei dieser Profilbildung mitzuwirken. Wir laden spielerisch dazu ein, die Gesamtstadt und insbesondere auch die Innenstädte ganz neu kennenzulernen. Hierzu gehören auch die Angebote, die wir im Rahmen des Sofortprogramms unterstützt und gemeinsam mit den Akteur*innen geschaffen haben. Die Menschen sollen wieder Lust an ihren Zentren und den bestehenden Angeboten bekommen und diese nutzen, hierfür sind solche Aktionen ideal.

Die Zentrenstrategie funktioniert nur, wenn wir alle Akteure mit an den Tisch holen. Mit Stadtsommer und Scavenger Hunt gelingt das, aber was gibt es noch, um die Stadtgesellschaft am Prozess zu beteiligen?

Wir haben bereits zahlreiche Formate durchgeführt, um mit der Stadtgesellschaft ins Gespräch zu kommen. Ich nenne da beispielsweise den Zentren-Dialog, der aus Pandemiegründen fast ausschließlich virtuell angeboten werden konnte und auf dem städtischen Youtube-Kanal nach wie vor verfügbar ist. Es gab aber auch einen spannenden Workshop im Haus Erholung, wo wir mit Eigentümer*innen, Vereinen, der WFMG und IHK sowie interessierten Bürger*innen und Anwohner*innen ins Gespräch gekommen sind. Parallel haben wir mit der Fortschreibung des IHEK Gladbach und Westend sowie der öffentlichen Diskussion über die Zukunft der Hindenburgstr. zahlreiche Formate angeboten, bei denen wir die Meinung der Bürger*innen eingeholt haben. Daran wollen wir auch zukünftig festhalten. Wichtig ist jedoch, dass die Bürger*innen unsere zahlreichen Angebote auch annehmen und nutzen. Welche Bedeutung dieses Thema für die Stadt hat zeigt u.a. die Weiterführung des Quartiersmanagements in Rheydt nach Ablauf der Förderung. Dieses besonders an die Bürger*innen gerichtete Angebot wird in den kommenden drei Jahren gänzlich über den städtischen Haushalt finanziert.

Dr. Gregor Bonin ist Stadtdirektor und Technischer Beigeordneter der Stadt Mönchengladbach.



Seit Dezember 2020 erhält die Stadt Mönchengladbach Fördermittel aus dem Sofortprogramm Innenstadt zur Belegung leerstehender Ladenlokale.

Die Stadt war in den letzten eineinhalb Jahren gemeinsam mit den Quartiersmanagements Rheydt und Gladbach aktiv und ist es auch weiterhin. Bisher konnten insgesamt acht Ladenlokale – drei in Gladbach und fünf in Rheydt – erfolgreich vermietet werden. Weitere Ansiedlungserfolge stehen kurz vor Vertragsabschluss oder sind bereits in Planung. Beispiele für erfolgreiche Neuvermietungen sind unter anderem in Rheydt seit Mai 2022 ein Jugendcafé in zentraler Lage der Hauptstraße als Treffpunkt für Jugendliche und junge Erwachsene, seit November 2021 das „Rhe er Eck“ wo der KARhe Verein (Kultur Art Rheydt Verein) eine Kulturbühne geschaffen hat und in Mönchengladbach seit Mai 2022 das erste „Queere Zentrum“ in Mönchengladbach auf der Wallstraße, als Raum zum Austausch und als Anlaufstelle für Menschen der LGBTQI-Community. Durch den stetigen Austausch zwischen Eigentümern, Mietinteressenten und den Quartiersmanagements konnten auch außerhalb des Förderprojektes Ladenlokale erfolgreich weitervermittelt werden. Bis Ende 2023 stehen der Stadt Mönchengladbach noch Fördermittel aus dem Sofortprogramm zur Verfügung, das heißt Interessierte haben nach wie vor die Möglichkeit auf eine Förderung zur Anmietung eines Ladenlokals innerhalb der Innenstädte von Gladbach und Rheydt. Das Sofortprogramm gibt eine Starthilfe und fördert Anmietungen leerstehender Ladenlokale zu reduzierten Mieten während des Förderzeitraums (bis Ende 2023) und gibt neuen Geschäftsideen und Nutzungskonzepten so den Raum sich zu etablieren.

Leslie e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, der bereits seit über 20 Jahren die Interessen von Frauen* und Mädchen* vertritt und Frauen*kunst und -kultur fördert. Das erste queere Zentrum Mönchengladbach wird ab März 2021 an der Turmstiege 13 in der Mönchengladbacher Altstadt realisiert und so Dreh- und Angelpunkt queeren soziokulturellen Lebens und Schaffens sein. Oberbürgermeister Felix Heinrichs bei der Eröffnung.



Die Glamour Modeboutique.



Strike – Anlaufstelle für Vintage-Kleidung.

Ein weiterer Ansiedlungserfolg in Rheydt: SU Brands an der Hauptstraße. Bild unten: Ein Zentrum für Kultur ist das ehemalige Rhe-er Eck.



Weitere Informationen zum Sofortprogramm Innenstadt gibt es auf der Website unter www.sofortprogramm.mg und/oder bei den Quartiersmanagements Rheydt und Gladbach. Die Ansprechpartnerin für Rheydt ist Eva-Maria Heiss (Mail: heiss@sofortprogramm.mg), der Ansprechpartner in Gladbach Stefan Sturm (sturm@sofortprogramm.mg).



Ein Jugendcafe in zentraler Lage in Rheydt.

Landesinitiative
**Zukunft.
in!nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**

Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen



IMPRESSUM

Blickpunkt Stadt - Bürgerinformation der Stadt Mönchengladbach

Herausgeber: Stadt Mönchengladbach, Der Oberbürgermeister

Redaktion: Stabsstelle Presse & Kommunikation, Wolfgang Speen (verantwortlich), Mike Offermanns, Telefon: 02161/ 25 20 80, Mail: blickpunkt@moenchengladbach.de