„Mönchengladbach ist eine Kommune im Aufbruch“

Eva Eichenberg (37) ist Teamleiterin bei der WFMG - Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH. Sie war in dieser Funktion auch für das Projekt „Stadtlabore für Deutschland“ verantwortlich. Im Interview spricht sie über die besondere Rolle ihrer Kommune dabei – und erläutert, warum sich Mönchengladbach zu einem Hotspot für innovative Textilwirtschaft entwickeln soll.

Mönchengladbach war früh mit an Bord bei dem Projekt „Stadtlabore für Deutschland“. Können Sie einmal darüber berichten...

Wir sind von Anfang an bei diesem Förderprojekt dabei gewesen. Dadurch waren wir auch an der Erstellung des Antrags aktiv beteiligt und konnten hier unsere Erfahrungen und Ideen aktiv einbringen. Das lag mit Sicherheit auch daran, dass wir bereits in der Vergangenheit viel mit dem IFH Köln zusammengearbeitet haben und auch an der Studie „Vitale Innenstädte“ teilgenommen haben. Vor dem Projekt hatten wir zudem in Mönchengladbach eine Workshopreihe durchgeführt, um Zukunftsperspektiven für die Innenstadt zu erarbeiten.

Das Projekt wurde mit dem Sonderpreis „Erlebnis Innenstadt“ des „ZukunftHandel Award“ von Handelsverband und Google ausgezeichnet. Die WFMG nahm den Preis stellvertretend für die Projektgruppe entgegen. Sicherlich lag das auch daran, dass sie sehr früh mit der Umsetzung gestartet sind und eine gewisse Vorreiterrolle eingenommen haben. Wie sah diese aus?

Wir sind tatsächlich sehr früh mit der Umsetzung gestartet, speziell vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie war das nicht selbstverständlich. Der Startschuss fiel bereits im August 2021. Wir waren dann eine der ersten Kommunen, die den Leerstandsmelder auf der eigenen Webseite aktiviert haben. Wir haben zudem einen sehr intensiven Dialog zum Thema Innenstadt mit den relevanten Akteuren seitens der Stadt, also zum Beispiel Quartierbüros und Stadtplanung, aber auch jenen in der Innenstadt, wie beispielsweise Händlern und Immobilieneigentümern, geführt. Wir haben versucht, auch neue Nutzergruppen für die Innenstadt zu erschließen und natürlich auch entsprechend geguckt, dass wir Suchende und Eigentümer von leerstehenden Immobilien mit Hilfe des digitalen Leerstands- und Ansiedlungsmanagement LEAN® zusammenbringen. Heute können wir sagen, dass wir schon eine sehr gute Übersicht der Leerstände in LEAN® haben. Es gilt aber weiterhin, zusätzliche Daten zu ergänzen, diese zu validieren und zu verifizieren, um dann wirklich einen komplett vollständigen Status zu haben. Nur so kann man auf Such-Anfragen seitens potenzieller Mieter passgenau reagieren.

Gibt es schon Vermittlungserfolge?

Um es ehrlich zu sagen: Nein. Es gab jetzt noch keinen Erfolg wie in Hanau in der Form, dass wir über das Matching von LEAN® Mieter und Vermieter zusammengeführt hätten. Das haben wir leider noch nicht geschafft. Es gab aber durchaus mehrere Interessenten und daraus resultierende Gespräche, die Stand heute zwar noch zu keinem Vertragsabschluss geführt haben. Aber allein durch die Erfassung der Daten in LEAN® konnten wir andere Vermittlungen vorantreiben und Mieter und Vermieter zusammenbringen.

Was für Vermittlungen waren das?

Das waren vor allem Konzepte, die erstmal temporär untergebracht worden sind. Wir arbeiten wie gesagt sehr intensiv mit den Quartiersbüros in der Stadt auch zusammen, die bei uns das „Sofortprogramm Innenstadt“ des Landes NRW betreuen. Dort gibt es ja eine subventionierte Ladenmiete. Eines dieser Konzepte war eine Verkaufsstelle für Wasserbetten, die wir ansiedeln

konnten. Das andere war ein Jugendkulturlokal, also ein Begegnungsort für junge Menschen. Das bringt auch frischen Wind in die Innenstadt.

Solche Beispiele zeigen aber auch, dass eine Innenstadt nicht auf Handel als einzigen Magneten setzen kann.

Genau. Deswegen arbeiten wir gerade mit der gesamten Stadt Mönchengladbach, also den verschiedenen Fachbereichen, daran, eine zentrale Strategie für die Innenstadt zu entwickeln. Dabei geht es auch darum, dass man die doch noch sehr üppigen Handelsflächen, die noch ausgewiesen sind, dahingehend überprüft, wo sich der Handel eigentlich im Kern abspielt. Die Frage ist, wo sind die Frequenzen, die der Handel braucht? Diese haben wir während des Projektes zusammen mit Hystreet untersucht. Daraus ergeben sich dann auch Lagen, die sinnvoll sind, um dort andere Nutzungen unterzubringen – wie zum Beispiel Wohnungen. Aber hier spielen auch komplizierte baurechtliche Aspekte eine Rolle.

Sprechen wir noch einmal über das Leerstandsmanagement: Sie haben die bessere Steuerungsfähigkeit der Innenstadt ja bereits angesprochen. Können Sie auf diesen Aspekt noch etwas näher eingehen...

Wir haben uns schon immer damit befasst, Leerstände und Nutzung in der Innenstadt zu erfassen. Aber nun haben wir den Schritt von einer einzelnen Excel-Liste hin zu einem effizienten System vollzogen, auf das verschiedene Akteure der Stadt zugreifen können. Und darin sehe ich vor allem den Mehrwert. Allein die Tatsache, dass wir dadurch noch stärker in den Dialog miteinander gegangen sind, hilft uns, Ansiedlungen viel effizienter und gemeinschaftlich am Standort Mönchengladbach anzugehen.

Zum Schluss: Was gehen Sie in Zukunft an?

Mönchengladbach ist eine Kommune im Aufbruch. Wir waren immer ein Standort, der vor allem bekannt war für Textilmaschinenproduktion – das hat sich mittlerweile geändert. Dieser Bereich ist stark geschrumpft. Aber wir sind im Bereich Textile Innovationen immer noch stark aufgestellt. C&A lässt bspw. seit Kurzem in einem bundesweit beachteten Reshoring-Projekt seine Jeans bei uns in der Stadt produzieren, und es gibt viele junge, innovative Unternehmen hier aus der Branche. Das merken wir auch bei den Ansiedlungen in der Innenstadt, dass der Standort dadurch sehr spannend für außergewöhnliche Firmen aus der Textilbranche geworden ist. Sie wollen an diesem Prozess teilhaben. Wir haben in der Stadt auch immer noch starke Marken wie Gardeuer, Alberto, Cinque oder van Laack, die wirklich tolle Mode machen und international damit agieren. Deswegen wollen wir das Thema Textil weiter fokussieren und erhoffen uns davon auch einen Impuls, der sich auf die Innenstadt positiv auswirkt. Ein anderer Fokus wird unsere Lage im Grenzgebiet zu den Niederlanden sein. Wir wollen auch unseren Nachbarn ein Shopping-Erlebnis bieten und sind im engen Austausch mit Kommunen in den Niederlanden.