

Geschichtswerkstatt Mönchengladbach

Stand: **7. November 2018**

Gladbacher Haus der Erinnerung, Hehner Strasse 54, 41069 Mönchengladbach, 1. Etage, Raum 007

Karl Boland / Hans Schürings

Soziales Mönchengladbach – Die Stadt für alle¹

Ein Diskussionspapier

„Die gestaltete Stadt kann ‚Heimat‘ werden, die bloß
agglomerierte nicht, denn Heimat verlangt
Markierungen der Identität eines Ortes.“
(*Alexander Mitscherlich*)²

Schon lange machen sich mehr oder weniger kluge Köpfe in und außerhalb der Stadt Mönchengladbach darüber Gedanken, was denn das kulturell Besondere, Originäre, Einzigartige, Charakteristische und vor allem aber auch sozial Verbindende an Mönchengladbach sein könnte. Einen zentralen, die heutige Stadt umfassenden, Ursprungsmythos, wie in manchen anderen Städten, gibt es hier nicht. Können Niers, Textilindustriekultur, rheinischer Kapitalismus und Sozialkatholizismus, die Vielfalt der Honschaften oder gar die vielen Grünflächen (einst: „Grüner Bogen“) eine Identität stiften, oder wie es Prof. Jung jüngst in einem Vortrag formulierte, Mönchengladbach zu einer Marke machen, vergleichbar mit bekannten Markenprodukten, oder auch Städten wie Paris (Die Stadt der Liebe) oder Rom (Die ewige Stadt)? Wozu ist dies überhaupt notwendig oder für wen relevant?

Mönchengladbach ist nicht erst seit der einschneidenden Deindustrialisierung der Textil- und Bekleidungsindustrie ab Ende der 1960er Jahre eine „arme“ Stadt. Damit ist zunächst nicht der städtische Haushalt gemeint (Schuldenstand heute ca. 1,1 Mrd. Euro). „In Mönchengladbach ist fast jeder Fünfte arm.“³ Dieser Zustand ist in Deutschland seit Jahren in einigen Regionen in stark verfestigter Form vorzufinden, wozu u.a. das Ruhrgebiet gehört und eben auch einige Städte am Niederrhein. „Armut“ muss an erster Stelle als eine Relation zu einem sozialen „Normalzustand“ betrachtet werden und ist keinesfalls ein qualitatives Merkmal für die davon betroffenen Menschen zu werten. Leben in Armut ist eben ein Leben unter anderen Umständen (Einkommen, Bildung, Wohnen, Gesundheit etc.) als unter Wohlstands-Verhältnissen. Deswegen sprechen wir auch von einer „Kultur der Armut“, wenn sich ein Gemeinwesen darin eingerichtet hat bzw. einrichten musste.

¹ Der Titel entstammt dem Vortrag „STADT.LAGE.KUNST“ Oder: Von der Kunst irgendwie besonders – und deshalb Marke - zu sein, von Prof. Richard Jung, der am 16. Oktober 2018 im Museum Abteiberg, Mönchengladbach gehalten wurde. Siehe auch: https://www.youtube.com/watch?v=zhAKoGMGL_U

² Mitscherlich, Alexander: Die Unwirtlichkeit unserer Städte – Anstiftung zum Unfrieden, Frankfurt/M., 1978 14. Auflage (zuerst 1965), S. 15

³ Rheinische Post vom 1. 11. 2018, Serie: Armut und Ausgrenzung: Angela Rietdorf: Wie Familienarbeit zum Risiko wird

Die Stadt Berlin hatte versucht, mit dem Slogan „Arm, aber sexy“ (Klaus Wowereit, 2003) die mit hoher Arbeitslosenzahl und hoher Hartz IV-Quote gekennzeichnete soziale Situation in der Stadt mit einem Werbegag aufzuwerten.

Warum muss man immer drum herum reden, dass in Mönchengladbach die Arbeitslosigkeit und Langzeitarbeitslosigkeit recht hoch ist, ebenso die Anzahl der Hartz-IV-Empfänger (18,6%) und auch – sehr bedauernswert - die Kinderarmut? Aber auch die Schulabbrecher-Quote, die vielen äußerst geringen Renten und die hohen Zahlen der sogenannten „Aufstocker“, die von ihrem Arbeitsentgelt allein nicht existieren können, gehören dazu. Die Auswirkungen der Deindustrialisierung sind immer noch allgegenwärtig und produzieren im Laufe der Zeit eben eine Kultur der Armut. Ein soziales Konzept, wie dieser nunmehr fast 50 Jahre dauernden Entwicklung wirksam entgegengetreten werden kann, gibt es schlichtweg nicht.

Demgegenüber wurden verschiedene Ideen und Visionen entwickelt, die insbesondere primär mit baulichen bzw. städteplanerischen Mitteln Mönchengladbach voranbringen sollen. Allen voran der „Masterplan 3.0“ und „MG+ - Wachsende Stadt“. Doch berechtigterweise muss die Frage gestellt werden, so überzeugend die Ideen auch sein mögen, welche sozialen Gruppen aus der Stadtbevölkerung denn von diesen Maßnahmen profitieren werden und wer eher ein höheres Risiko erleiden wird, zukünftig als Betroffener von „Gentrifizierungsprozessen“ aus seiner preisgünstigen Wohnung verdrängt zu werden? Steine und Beton sind nicht unbedingt Mittel mit denen man Menschen emotional erreichen, geschweige denn begeistern kann, warum ist klar. Schafft dies Orientierung, Identifikation, Zufriedenheit und inneren Zusammenhalt in der Mehrheit der Mönchengladbacher, wie es Prof. Jung nennt? Werte und Emotionen werden durch Bauprogramme bzw. stadtentwicklerische Aktivitäten nicht stadtumfassend aktiviert.

Gerne wird von Verantwortlichen der Stadt Mönchengladbach im Zusammenhang mit der „Wachsenden Stadt MG+“ diese als „Konzern“ bezeichnet. Es ist seit Jahren in kommunalen Führungsgremien Mode geworden, vom „Konzern Stadt“ zu sprechen. Dabei sollten wir nicht vergessen, dass der Begriff Konzern aus dem Gesellschaftsrecht der Wirtschaft kommt und wir wissen alle, dass man dort mit Demokratie, Bürgerbeteiligung und Daseinsvorsorge nichts am Hut hat. Ist die Bezeichnung „Konzern Stadt“ vielleicht auch Programm? Sollte damit etwa die Abkehr von der allgemeinen Daseinsvorsorge als Ziel der Kommunalpolitik verbunden sein? Niemand fragt bisher jedoch nach einer corporate identity (dem Selbstbild) des sogenannten Konzerns Mönchengladbach. Auch bleiben Bilanzen schuldig, die ausweisen, welche Vorteile der Konzern Mönchengladbach für die allgemeine Wohlfahrt der Mönchengladbacher bedingt.

Sind allein schon viele Mönchengladbacher aufgrund ihres sozialen Status von der Teilhabe am sozialen, politischen und kulturellen Leben ausgegrenzt, kommt noch ein anderer wichtiger Faktor hinzu. Auch aus anderer Perspektive sind viele Mönchengladbacher nicht in das kommunale Geschehen einbezogen oder aber auch gar nicht daran interessiert. Z.B. macht dies die Wahlbeteiligung bei der letzten Kommunalwahl mit ca. 45% (2014) deutlich. Nimmt man die nicht Wahlberechtigten und sowie die damals 14-jährigen hinzu, ergibt sich, dass ca. 2/3 aller derzeitigen

Mönchengladbacher (also ~175.000 Einwohner) nicht durch die Kommunalpolitik in Mönchengladbach vertreten sind. Dazu muss auch gesagt werden, dass die Wahlbeteiligung in Mönchengladbach schon seit langen Jahren deutlich geringer ausfällt, als es im Landesdurchschnitt üblich ist. Mittlerweise kann man sagen, dass eine deutlich unterdurchschnittliche Wahlbeteiligung auch zu den Merkmalen einer Armutskultur gehört.

Eng damit zusammen hängt auch die mangelnde Bindung, um nicht zu sagen Identität, an die Stadt Mönchengladbach überhaupt. Man erwartet nicht viel, um nicht zu sagen: vielfach gar nichts. Auf das Problem der starken Ortsteilbezogenheit (darüber hinaus gibt es ja auch nicht viel und sie liegt im wahrsten Sinn nah) soll an dieser Stelle nicht näher eingegangen werden. Seit der Gebietsreform von 1975, als die heutige Stadt Mönchengladbach zu einer Verwaltungseinheit zusammengepuzzelt wurde, ist kaum ernsthaft versucht worden die Stadt als eine „soziale“ Einheit zu denken. Es ist zwar in den vergangenen Jahren viel Aufwand in die Veranstaltungskultur der Stadt mit zahlreichen „neuen Formaten“ der Eventisierung gesteckt worden, doch das Problem der mangelnden populären Identifizierung mit der Gesamtstadt konnte man damit bislang nicht beheben.

Damit kann der gegenwärtige Zustand in der Stadt Mönchengladbach sehr treffend mit dem Topos des „Rasenden Stillstandes“ von Paul Virilio beschrieben werden. Während es bei zahlreichen Bauprojekten nicht schnell genug mit der Realisierung gehen kann, ist ein Großteil der Mönchengladbacher Einwohner, insbesondere der weitaus nominell stärkere aber sozial schwächere Teil, nicht nur vom Wohlstand und Wachstum, sondern auch durch Ausgrenzung und mangelnde Teilhabe emotional-emphatisch vom Gemeinwesen Mönchengladbach, abgehängt. Was kann aber helfen, „die auseinanderdriftende Gesellschaft“ (so der neue Fraktionsvorsitzende der CDU in Berlin, Ralph Brinkhaus)⁴ zusammenzuhalten?

Kann die Kreierung einer „Marke Mönchengladbach“, wie immer diese aussehen mag, eine Lösung sein? Was kann Hoffnung geben auf Integration, Inklusion, Teilhabe und mehr sozialer Gerechtigkeit in einer Stadtgesellschaft wie Mönchengladbach? Wenn es der Masterplan 3.0 und MG+ - Wachsende Stadt nicht können, was dann? Nach Prof. Jung muss etwas „gefunden“ und nicht „erfunden“, also die Besinnung auf einen Mythos oder aber reale historische Fakten, die ehemals für bzw. in der Stadt Mönchengladbach von Bedeutung waren und auch noch sind. Fündig wurde er dabei nicht nur beim Volksverein für das katholische Deutschland (1890-1933), sondern auch beim rheinischen Kapitalismus und dem Sozialkatholizismus von Franz Brandts und Franz Hitze. In Mönchengladbach wurde nicht nur die moderne katholische Soziallehre erfunden, vielleicht auch der soziale Wohnungsbau („Gladbacher Haus“), sondern auch vielfältige soziale und caritative Projekte praktiziert, übrigens bis heute.

Diese soziale Vergangenheit bzw. sozialen Geschichten der gesamten Stadt Mönchengladbach, die natürlich aufs Engste mit der Textindustriekultur verbunden ist, könnte, so Prof. Jung für ein allgemein akzeptables und überzeugendes „Narrativ“

⁴ Quelle: Zeit online vom 25. 9. 2018: „In den Augen des neuen Unionsfraktionschefs gilt es in Deutschland vor allem, den Zusammenhalt innerhalb der Gesellschaft wieder zu festigen“.

(Erzählung, Geschichte) heute genutzt werden, dass alle Stadtbewohner einbezieht und Ihnen Zugehörigkeit zu einem Gemeinwesen verschafft. Schließlich haben die einst ca. 1.143 Textilbetriebe im Mönchengladbacher Raum nachhaltige Spuren in den emotionalen Einstellungen und sozialen Befindlichkeiten der Gladbacher Bevölkerung hinterlassen, die im kulturellen Gedächtnis durchaus noch vorhanden sind. Viele identitätsstiftende Erzählungen der textilindustriellen Vergangenheit sind immer noch virulent, wenn sie auch meist nicht beachtet werden und im politischen Alltagsgeschäft keine Rolle spielen.

Angesichts dessen kann es nicht verwundern, dass die sozial bedeutsame Geschichte Mönchengladbachs (das Narrativ), um nicht zu sagen das kollektive Gedächtnis Mönchengladbachs, in den vielen im Kontext mit der Textilindustriekultur entstandenen sozialen Bewegungen (z.B. Verein „Arbeiterwohl“, „rote“ Kapläne, Volksverein, katholische Soziallehre, Innere Mission, Arbeitervereine, rheinischer Kapitalismus, Sozialpolitik in Weimarer Zeit etc.) heute kaum noch Beachtung erfahren. Beachtung findet seit einigen Jahren allenfalls der Gesichtspunkt der Textiltechnik, der mit der Etablierung des Textiltechnikums in der Monfortschen Maschinenbauhalle sichtbar zum Ausdruck gekommen ist. Auch hat sich aus Kreisen des Fachbereichs Textilwesen der Hochschule Niederrhein und der heimischen Textilindustrie der Projektwille gezeigt, die wirtschaftliche und technische Seite der Textilgeschichte wieder an die Oberfläche zu holen und zu einem Zukunftsthema zu machen.

Dennoch legen sie die „gefundene“ Idee Prof. Jungs fast zwingend nahe, der die „Marke“ Mönchengladbach als Kommunikationsdesigner so formuliert: „Soziales Mönchengladbach – Eine Stadt für alle“. Dafür spricht durchaus einiges. Zumal hierdurch nicht nur die soziale Geschichte bzw. Vergangenheit Mönchengladbachs mit der Gegenwart verbunden wird, sondern auch ein für die Mehrheit der Mönchengladbacher gemeinsamer Nenner impliziert ist, der eine Identifikation mit der Stadt Mönchengladbach zumindest ermöglicht. „Soziales Mönchengladbach – Eine Stadt für alle“ integriert und schließt niemanden mehr aus der Stadtgesellschaft aus. Eine starke Botschaft aber nicht allein für den inneren zukünftig zwingend notwendigen Zusammenhalt des immer mehr multikulturellen Mönchengladbachs, sondern auch eine durchaus starke Botschaft nach außen: Von der Wiege der katholischen Soziallehre bis zu einer gewinnbringenden friedvollen Koexistenz des Heterogenen,⁵ und vielleicht auch mehr.

⁵ Vgl. Nancy, Jean-Luc: Eine Kultur vergreift, wenn sie sich gegenüber Fremden verschließt, in: Institut für Auslandsbeziehungen e.V., Ronald Grätz, Stuttgart, 2017, S. 22f.