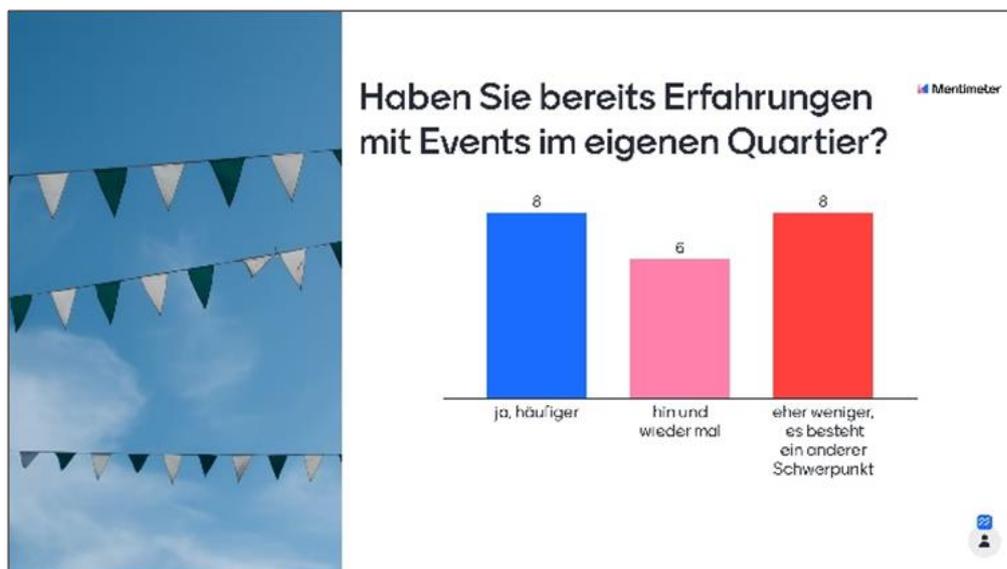




## TransLOek: Events im Quartier – ein erfolgsversprechender Ansatz zur Stärkung von Quartieren und der Lokalen Ökonomie? Newsletter Nr. 11/ März 2023

Am 31. Januar 2023 fand das neunte Treffen des Kompetenznetzwerkes „Lokale Ökonomien am Niederrhein“ statt. Das Thema der Veranstaltung lautete „Events im Quartier – ein erfolgsversprechender Ansatz zur Stärkung von Quartieren und der Lokalen Ökonomie?“



Zu Beginn der Veranstaltung wurden die Teilnehmer:innen gebeten, mithilfe von „Mentimeter“ über eigene Erfahrungen mit Events im Quartier zu berichten. Die erste Abbildung zeigt, dass von den 22 Personen, die die Frage beantwortet haben, immerhin 16 Erfahrungen mit Events im Quartier hatten – sei es häufiger oder eher gelegentlich.



Wenn ja, welche Arten von Events  
waren das?

Mentimeter



Abbildung 2 zeigt, mit welchen Arten von Quartierevents die Teilnehmer:innen bereits Erfahrungen gemacht haben. Dabei überwiegen eindeutig Märkte und Stadtteilfeste; es wird aber auch ein breites Spektrum sonstiger Veranstaltungen genannt – von Musikfestivals über Workshops, politische Veranstaltungen und Gesprächsrunden bis hin zur „digitalen Schnitzeljagd“. Für die meisten Teilnehmer:innen war das Thema mithin nicht vollkommen neu.

Zwei Vorträge schlossen sich der Einstiegsbefragung an. Lema Dehsabzi stellte mit der Frage „Events im Quartier – ein erfolgversprechender Ansatz zur Stärkung von Quartieren und der Lokalen Ökonomie?“ grundlegende Überlegungen zum Thema vor. Die Referentin hat sich in ihrer Abschluss-Arbeit an der HafenCity Universität in Hamburg theoretisch sowie u.a. am Beispiel eines Hamburger Stadtteils auch praktisch mit der Thematik der Events im Quartier befasst.

Events würden häufig als Motor umfangreicher Stadterneuerungs- und Aufwertungsprozesse insbesondere in benachteiligten Quartieren angesehen, führte Lema Dehsabzi zunächst aus. Auch wenn die Effekte von Mikro-Events – anders als die von Mega-Events – bislang nur selten untersucht worden seien, so könne man doch von positiven Effekten ausgehen:

- Die Sichtbarkeit des Quartiers wird gesteigert und das Image verbessert.
- Events können identifikationssteigernde Wirkung haben; Menschen und Raum werden emotional miteinander verbunden.
- Events können Impulsgeber mit Innenwirkung und Aufbruchsstimmung sein.
- Mögliche Investoren werden auf das Quartier aufmerksam.
- Fördermittel können mobilisiert werden.
- Eine Verkürzung von Planungszeiten kann gelingen, weil ein Event meist frei von bürokratischen Strukturen ist.

Diesen positiven Effekten stehen laut Frau Dehsabzi aber auch möglich Nachteile gegenüber:

- Da dem (sicheren) Aufwand ein unsicherer Ertrag gegenübersteht, sind positive Effekte nicht von vornherein sichergestellt.
- Mögliche (negative) Verteilungswirkungen bleiben unberücksichtigt. Events können aber zur Folge haben, dass bestimmte Probleme nicht behoben, sondern nur verschoben werden.
- Es besteht die Gefahr, überdimensionierte Infrastrukturen zu schaffen, die später hohe Unterhaltskosten für die Stadt zur Folge haben.

Frau Dehsabzi beschrieb auch mögliche Erfolgsfaktoren bei der Gestaltung und Ausrichtung von Events:

- Die Gewerbetreibenden sollten frühzeitig in die Eventstrategie eingebunden und selbst aktiv werden können (finanziell und/oder personell, mit Engagement und Eigeninitiativen);
- die Gewerbetreibenden sollten ihre Öffnungszeiten anpassen, damit Geschäfte auch und gerade während eines Events erreichbar sind;
- das Event sollte Erlebnischarakter haben bzw. etwas Besonderes im Quartier sein (Qualität statt Quantität);
- ein passendes Eventmarketing ist wichtig (Plakate, social media, Radio, Presse etc.) sowie ein/eine Eventmanager:in, der/die für Konzeption, Planung, Umsetzung und Evaluation verantwortlich ist;
- die „City-Akteur:innen“ sollten zur Förderung des Wir-Gefühls und der Akzeptanz eingebunden werden.

Werden einzelne oder mehrere dieser Faktoren nicht berücksichtigt, kann das den Erfolg von Events ebenso schmälern wie eine eventuelle Passivität des Einzelhandels oder das Wetter.

Mit ihrem Beitrag „Events im Quartier – Erfahrungen aus dem Stadtteil Mönchengladbach-Rheydt“ veranschaulichten Kajetan Lis und Markus Offermann die eher theoretischen Überlegungen von Frau Dehsabzi aus der Perspektive der Quartierspraxis. Kajetan Lis hat als Leiter der Abteilung „Stadterneuerung und Stadtentwicklung“ der Stadt Mönchengladbach übergeordnete Aspekte von Events im Blick während Markus Offermann in seiner Funktion als Quartiersmanager in Mönchengladbach-Rheydt bereits zahlreiche Events initiiert, organisiert und mitgestaltet hat. Zu Beginn des Beitrags sprach Herr Lis einige grundsätzliche Überlegungen an: In erster Linie seien Quartiere Orte, in denen sich die Bewohner:innen wohl fühlen und mit denen sie sich identifizieren sollten. Vor diesem Hintergrund müsse man sich fragen, welche Events dazu beitragen können, diesem Ziel gerecht zu werden. Z.B. können große Events wie z.B. eine Kirmes überregionale Anziehungskraft entfalten – aber gleichzeitig zu Ärger bei den Anwohner:innen führen (Müll, Parkplätze...). Er betonte weiterhin, dass Konkurrenz zwischen stationären Händlern und z.B. Beschickern von Märkten vermieden werden sollte und deshalb der stationäre Handel bei Events stets einbezogen werden müsse.

Herr Offermann stellt den Mönchengladbacher Stadtteil Rheydt anschließend kurz vor. 14.500 Menschen wohnen in Rheydt. Der Anteil von Personen im SGB-II-Bezug ist überdurchschnittlich hoch, die Anteile ausländischer Mitbürger:innen und von Menschen mit Migrationshintergrund ebenfalls. Er ging auch auf den Imagewandel ein, den Rheydt in den vergangenen 50 Jahren durchlaufen hat. Früher stand der Stadtteil für einen hochwertigen inhabergeführten Einzelhandel, für einen Standort mit überregionaler Bedeutung und für Einzelhandelsflächen, die hohe Mieteinnahmen erzielen konnten. Imageprägendes Kennzeichen des Stadtteils war: Rheydt war „geordnet und sauber“. Mittlerweile werden in der Berichterstattung andere Attribute verwendet: Hohe Kriminalität, unsicher, schmutzig, geprägt von Leerstand, aber auch von Armut der Bevölkerung und einem (angeblich) fehlenden Gemeinschaftsgefühl. Positive Dinge werden hingegen nicht wahrgenommen und kommen viel zu selten in die Berichterstattung.

Nach der Quartiersvorstellung widmeten sich die beiden Referenten ihrer Kernthematik: Der Rheydter Marktplatz sei der größte Platz in Mönchengladbach und er sei grundsätzlich gut geeignet, um stadtteilbezogene, stadtweite und überregionale Events durchzuführen. Die Frage, die sich dabei jedoch stelle: Können solche Events das Image der Stadt Mönchengladbach und/oder des Stadtteils Rheydt nach innen und nach außen verbessern? Herr Offermann und Herr Lis beantworten diese Frage mit einem klaren „Ja“. Events können das Image im Stadtteil nach innen und außen sehr gut verbessern. Als Beleg stellten die beiden Referenten die Vielzahl und Vielfalt von Events dar, die im Laufe eines Jahres in Rheydt stattfinden. Konkret kann man in diesem Zusammenhang den Rheydter Wochenmarkt nennen, der nach einer Umgestaltung auch mit kleineren Veranstaltungen kombiniert wird. Zu nennen sind auch Hula-Hoop- und Breakdance-Events. Mit der Aktion „Schauzeit“ wurden gewerbliche Leerstände vorübergehend durch Kreative bespielt. Gemeinsame Aktionen zum Schmücken von Tannenbäumen beziehen die Bewohner:innen aktiv ein und finden jedes Jahr statt<sup>1</sup>.

Events sind mithin in Rheydt mittlerweile ein Teil der Strategie zur Aufwertung des Stadtteils geworden. Die Bedingungen und Anforderungen, die die beiden Referenten basierend auf ihren eigenen Erfahrungen im Stadtteil Rheydt mit Blick auf Events und deren Effekte für ein Quartier danach formulierten, decken sich zum größten Teil, aber nicht in vollem Umfang mit denen, die Frau Dehsabzi im eher theoretischen Kontext vorgestellt hatte. Nach Auffassung von Herrn Lis und Herrn Offermann sollten Events in Stadtteilen mit negativem Image ...

- ... das Zusammenleben verbessern,
- ... die Bürger:innen als Zielgruppe und Gestalter mitnehmen,
- ... Potentiale aufzeigen und stärkend nach innen wirken,
- ... die lokale Ökonomie mit Einzelhandel und Gastronomie in den Blick nehmen und einbeziehen.

Damit das gelingen könne – so die Referenten – bedürfe es weniger eines Eventmanagements als vielmehr „der vernetzten Beteiligung und ressourcenintensiven Begleitung der vor Ort agierenden Akteure“. Nicht (nur) das lineare Eventmanagement, sondern vielmehr die netzwerk- und bedarfsorientierte Koordination, die Kommunikation miteinander und kooperatives Handeln mit Blick auf die strategischen Ziele seien notwendig. Und: Es gäbe noch ein weiteres Element, das Aktivitäten wertvoller und erfolgreicher machten – einen X-Faktor: Die Sozialraumexpertise.

---

<sup>1</sup> Leser, die sich über die Arbeit des Rheydter Quartiersmanagement und die Aktion, Veranstaltungen und Events im Stadtteil informieren möchten, können dies unter <https://www.moenchengladbach.de/de/mein-rheydt> tun.

Veranstaltungen sollten von innen nach außen geplant werden – Nachbarschaft, Straße, Stadtteil, stadtweit, regional, überregional; dann könne die Imageverbesserung von innen nach außen gelingen. Schließlich müssten Events veranstaltet werden, die strategisch in bestimmten Handlungsfeldern bestimmten Zielen zugeordnet werden könnten.

Der Vortrag von Herrn Lis und Herrn Offermann war begleitet von zahlreichen Diskussionsbeiträgen: Kann von den Events auch die Lokale Ökonomie profitieren oder nur das Image des Quartiers? Wann ist ein Event erfolgreich und wie könnte man diesen Erfolg messen? Sollten die Events einzeln oder als „Paket“ vermarktet werden? Wer gibt den Anstoß für die Planung von Events – Stadtverwaltung, Unternehmen, Quartiersakteure? Wird die Vielfalt der Rheydter Events im Quartier und darüber hinaus positiv wahrgenommen? Bei den meisten Fragen gab es zwar keine finalen Lösungen, aber spannende Diskussionen und Anregungen zum Nachdenken. Immerhin belegt die Vielzahl der Diskussionsbeiträge, dass Events als Element zur Quartiersentwicklung und damit zur Stärkung der lokalen einiges an Potenzial bieten.

---

**Ansprechpartner:in**

**Dr. Ann Marie Krewer**  
Projektleiterin

Tel. Nummer: +49 (0) 2161 / 186 - 6250  
E-Mail: [transloek@hs-niederrhein.de](mailto:transloek@hs-niederrhein.de)

**Prof. Dr. Rüdiger Hamm**  
Projektleiter

Tel. Nummer: +49 (0) 2161 / 186 - 6411  
E-Mail: [transloek@hs-niederrhein.de](mailto:transloek@hs-niederrhein.de)