

Herrn Oberbürgermeister
Hans Wilhelm Reiners
Rathaus Abtei
Rathausplatz 1
41061 Mönchengladbach

Mönchengladbach, den 17.01.2018

Fraktionsantrag

Bau-und Planungsausschuss: 30.01.2018

Finanzausschuss: 31.01.2018

Hauptausschuss: 07.02.2018

Rat: 15.02.2018

Beratungsgegenstand

Einrichtung und Betreiben einer Touristeninformation im Vitus Center

Beschlussentwurf:

Der Bau-und Planungsausschuss, der Finanzausschuss, der Hauptausschuss empfiehlt,
der Rat beschließt:

1. Die Stadt Mönchengladbach beauftragt die MGGMG mit der Erstellung eines Konzepts zur Einrichtung einer Touristeninformation im Vituscenter. Neben den klassischen Angeboten einer Touristeninformation soll dabei insbesondere der Bereich der digitalen Stadtführung ausgebaut werden.

Begründung

Die Tourismuszahlen in Mönchengladbach steigen kontinuierlich. Über 324.000 Übernachtungen im Jahr 2016 (250.000 Übernachtungen im Zeitraum von Januar bis September 2017) sprechen eine deutliche Sprache. Zu Mönchengladbach, als größter Stadt am linken Niederrhein und Oberzentrum der Region gehört zwingend auch eine gut ausgestattete Touristeninformation, die auswärtigen Besuchern an einem zentralen Ort die wichtigsten Informationen über Mönchengladbach präsentiert.

Als Standort für eine Touristeninformation bietet sich das Vituscenter mit seiner verkehrsgünstigen Lage zum Hauptbahnhof an. Aufgrund der bereits im Center vorhandenen Infrastruktur mit Servicestellen der Stadt sollte außerdem geprüft werden, inwieweit hier im Bereich von Personal und Ausstattung Synergien geschaffen werden können.

Im heutigen digitalen Zeitalter reicht es nicht mehr aus, Informationen ausschließlich in Flyern oder auf Webplattformen bereitzuhalten, Besucher wünschen sich vielmehr interaktive Erlebnisse und emotionale Ansprache. Das gilt nicht nur für auswärtige Besucher, sondern auch für die unterschiedlichsten Zielgruppen innerhalb der Stadt, egal ob Schüler, die Geschichte ihrer Heimat spielerisch erleben wollen, Neubürger oder Studierende eine Orientierung brauchen, Tou-

risten sich Inspirationen für ihren Besuch wünschen, oder Investoren den Standort bewerten müssen.

Mit der entsprechenden digitalen Ausstattung der Touristeninformation wäre es möglich, dass Besucher sich z.B. individuelle Thementouren zusammenstellen oder auf einer interaktiven Karte mit Roboter-Guide auf Erkundungstour gehen. Einkaufskunden könnten sich (wie aus dem Web gewohnt) einen Warenkorb zusammenstellen und Tagestouristen interessenorientiert zu den richtigen Orten geführt werden. Das digitale Schaufenster selbst könnte ein touristisches Highlight werden.

Neben touristischen Themen kann sowohl der Wirtschafts- und Hochschulstandort Mönchengladbach, als auch die enorme Bedeutung der Textilwirtschaft und des Maschinenbaus für Mönchengladbach digital präsentiert werden, ebenso wie Borussia Mönchengladbach und andere sportliche und kulturelle Highlights, die diese Stadt besonders und einzigartig machen. Ergänzend sollten ein Ticketservice sowie der Verkauf von Merchandisingprodukten das Angebot komplettieren.

Andere Branchen, beispielsweise die Automobilindustrie, nutzen solche digitalen Ausstellungsräume bereits sehr erfolgreich und ziehen damit auch neue Besucher und Sekundärkunden an. Insofern könnte ein solcher Showroom das Tourismus- und Standortmarketing optimal verstärken und die analogen Informationen und die persönliche Beratung bedarfsgerecht ergänzen. Möglicherweise entwickelt sich mit solch einer Darstellungsplattform auch ein Netzwerk an Dienstleistern für neue Bedarfe. Das digitale Schaufenster Mönchengladbach wäre eine Investition in den Standort, aber gleichzeitig auch ein Bekenntnis zu Zukunftsthemen und Technologien. Hierdurch würde in Mönchengladbach ein Alleinstellungsmerkmal in der Region etabliert.

gez.
Nicole Finger
Fraktionsvorsitzende

gez.
Sylvia Laufenberg
Fraktionsgeschäftsführerin