

Stadtteilmarketing - Förderkriterien und Zeitplan

Ziel des Stadtteilmarketings muss es sein, den Beitrag der einzelnen Stadtteile zum Profil der Stadt Münster zu definieren, zu verbessern und nach außen erkennbar zu machen.

Um diesen Inhalt, den Markenkern, festzulegen, bedarf es einer längeren und intensiven Vorbereitung im Stadtteil. Darin muss der Stadtteil

- seinen Beitrag zum Stadtprofil orientiert an den Ergebnissen des ISM definieren
- seine Stärken und Schwächen im Hinblick auf Kunden, Gäste, Bürger belegen
- seine ehrenamtlichen Strukturen so stärken, dass eine langfristige Arbeit mit breiter bürgerschaftlicher Beteiligung sichergestellt ist
- ein langfristiges Strukturkonzept darlegen, in dem keine kurzfristigen Events den Hauptakzent bilden
- die finanzielle Basis aus Mitteln des Stadtteils im Sinne eines PPP-Modells absichern
- eine Organisation etablieren, die mindestens aus einem Marketingbeirat und der Bezirksverwaltungsstelle und der Bezirksbürgermeister/Bürgermeisterin besteht.

Allgemeine Bewerbungsgrundlagen

Adressaten: Wer kann sich bewerben?

- Das Angebot von Münster Marketing, einen Stadtteilmarketingprozess in ausgewählten Stadtteilen zu fördern, richtet sich an die Stadtteile, die dafür auch eine ausreichend intensive und effektive Vorarbeit geleistet haben und die bereit sind, diesen Profilierungsprozess auch langfristig durchzuführen.
- Jeder Stadtteil entscheidet selbst nach Absprache mit der jeweiligen Bezirksvertretung (BV) wie er sich definieren und abgrenzen will. Die BV muss sich an dem Stadtteilprojekt mit mindestens 2.500 € beteiligen. Die BV entscheidet vorher, wie viele Bewerbungen aus ihrem Bezirk sie stützen und mitfinanzieren will. Diese Erklärung der BV muss der Bewerbung jedes Stadtteils beiliegen.
- Im ersten Förderdurchgang sollen ausschließlich Außenstadtteile gefördert werden; die Bewerbung von Stadtteilen und Quartieren aus dem Bezirk Münster-Mitte ist langfristig grundsätzlich nicht ausgeschlossen.

Inhalt und Projekte: Was kann gefördert werden?

- Die Bewerbungen der Stadtteile müssen sich an den Ergebnissen des ISM-Prozesses orientieren.
- In der Bewerbung muss deutlich werden, wie sich der Stadtteil als Teil des ganzen (Münster-Profiles) sieht, welches Thema er in den Vordergrund stellt und mit welchem Projekt er das Thema umsetzen will. Das Projekt muss etwas sichtbares sein - die Bewerbung muss also ein Umsetzungskonzept für ein Stadtteilthema enthalten.

Beispiel:

Ein Stadtteil, der die Lebensart Münsters für Gäste erfahrbar machen will, kann eine Aufwertung des Radwegenetzes im Stadtteil vorschlagen. Ein Stadtteil, der die Wohn- und Lebensqualität als Markenzeichen für sich sieht, kann ein Projekt vorschlagen, das diese Qualitäten in Flyer und Internetauftritt kommentiert oder eine andere Idee entwickeln, wie die Wohn- und Lebensqualität im Stadtteil sichtbar gemacht werden kann.

Rahmenbedingungen: Welche Bedingungen gelten für eine Förderung?

Bürgerbeteiligung

In die Bewerbung und Umsetzung sollen möglichst viele Akteure des Stadtteils eingebunden sein. Es muss im Antrag deutlich werden, dass die Initiative auf breite bürgerschaftliche Beteiligung gegründet ist. Der Stadtteil muss zudem eine Organisation nachweisen, die mindestens aus einem Marketingbeirat und der Bezirksverwaltungsstelle und dem Bezirksbürgermeister/der Bezirksbürgermeisterin besteht. Eine bereits bestehende und vom Stadtteil akzeptierte bürgerschaftliche Gruppe kann durchaus einen Teil des Marketingbeirates bilden. Sie sollte aber unbedingt durch Vertreter und Vertreterinnen anderer gesellschaftlicher Gruppierungen etwa aus Wirtschaft, Handel, Gastronomie, ggf. aus Vertretern der politischen Parteien und anderer relevanter Vereine ergänzt werden.

Förderkriterien

- Es werden maximal 3 Stadtteile pro Jahr gefördert
- Die Gesamtfördersumme des Verfahrens beträgt maximal 30.000,- €, diese 30.000 ,- € werden aus dem Budget von Münster Marketing bereitgestellt
- Der geförderte Stadtteil muss mindestens zusätzlich 50 % Eigenanteil der Fördersumme selbst aufbringen, davon 25 % durch den Stadtteil (BV) und die Verwaltung und 25 % durch private Investoren.
- Über die Vergabe der Förderung und die Höhe der Fördersumme entscheidet eine externe Jury. Die Jury behält sich vor, ggf. kein Projekt zu fördern.
- Es muss eine zeitliche Präzisierung des jeweiligen Prozesses geben: Das Projekt muss innerhalb eines halben Jahres in 2006 durchgeführt werden.
- Die Fördermittel dienen dem Aufbau von langfristigen Strukturen; sie sind nicht für Stadtteilstests oder andere Stadtteilereignisse zu verausgaben.

- Es wird keine Defizitfinanzierung geben, ebenso keine Förderung nach dem Gieskan-nenprinzip.
- Die Fördersumme kann nicht für Projekte „angespart“ werden.

Aufbau der Bewerbung

Die Bewerbung soll in folgende Fragestellungen gegliedert sein:

1. Was sind wir? Welches Thema hat sich der Stadtteil vorgenommen? Wie sieht sich der Stadtteil selber und welche Stärken erkennt er?
2. Finanzierung: Nachweis des 50 %igen Eigenanteils der beantragten Fördersumme
3. Stadtteilthema: Welches Thema hat der Stadtteil zu seinem eigenen gemacht? Wie wird das begründet?
4. Wie behandelt der Stadtteil das Thema? In welche Richtung gehen die Projektideen?
5. Wie bezieht sich die Bewerbung auf das Münster-Profil?

Zeitplan und weiteres Verfahren

- Information aller Bezirksverwaltungsstellenleiter und Bezirksbürgermeister/innen am 01.09.2005.
- Frühestens Ende September werden die Bewerbungsunterlagen herausgegeben
- Bis Ende Januar können und sollen die Stadtteile daran arbeiten
- Die Jury tagt wieder im Februar, die Bewerbungsunterlagen der Stadtteile werden ihr vorher zugesandt
- Die Antragsteller stellen der Jury ihr Projekt persönlich vor.
- **Erste Phase: Stadtteile bekommen Zuschlag, aber die Höhe des Förderbetrages wird noch nicht genannt**
- **Zweite Phase: Qualifizierungsmaßnahmen auf Empfehlung der Jury mit Unterstützung durch Münster Marketing** (Die Jury wird die Qualifizierungsmaßnahmen begleiten und Qualifizierungskriterien festlegen.)
- **Dritte Phase: Entscheidung im März 2006, die Jury legt die Förderhöhe fest**
- **Abschluss: Die Preisträger stellen ihre Projekte der Öffentlichkeit vor**