

Öffentliche **Beschlussvorlage**

Vorlagen-Nr.:

V/0715/2005

Auskunft erteilt:

Herr Schmücker, Münster Marketing
Herr Bruns, Amt für Grünflächen und
Umweltschutz

Ruf:

492 27 50
492 67 00

E-Mail:

Schmuecker@stadt-muenster.de
Brunsh@stadt-muenster.de

Datum:

29.08.2005

Betrifft

Aktionen in der Nachfolge zum Gewinn des Wettbewerbes "The International Awards for Livable Communities 2004",
hier: Freigabe der Finanzmittel aus dem Wirtschaftsplan von Münster Marketing

Beratungsfolge

08.09.2005 Werksausschuss Münster-Marketing

Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Sachentscheidung:

Der Werksausschuss Münster Marketing gibt die im Wirtschaftsplan von Münster Marketing veranschlagten Mittel in Höhe von je 25.000,00 EURO in 2005 und 2006 frei. Die Finanzmittel werden zweckgebunden verausgabt als Beiträge für die Realisierung des Kunstprojektes "+60NN - Gärten in Münster" und die Vermarktung des Gesamtprojektes, das die Bewerbung innerhalb des Wettbewerbs "Entente Florale 2006" enthält.

Kosten/Folgekosten

Für 2005 und 2006 werden jeweils 25.000,00 EURO aus dem Wirtschaftsplan bereit gestellt.

Begründung:

I. Einleitung

Mit seiner Entscheidung vom 03.03.2005 hat der Werksausschuss Münster Marketing beschlossen, die Bewilligung von Finanzmitteln aus dem Wirtschaftsplan von MM für 2005 und 2006 von der Erstellung eines Gesamtkonzeptes der Bewerbung bei der "Entente Florale 2006" abhängig zu machen, das vor allem die zentralen Leitthemen des Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingkonzeptes - insbesondere die Themen Kultur und Wissenschaft - aufgreifen soll und das Potenzial für eine überregionale Resonanz hat.

Im Sinne des Beschlusses hat Münster Marketing gemeinsam mit dem Amt für Grünflächen und Umweltschutz die in der Vorlage V/0093/2005 ausgeführten Grundlinien konkretisiert und zu einem Konzept entwickelt, das den ISM-Leitorientierungen folgt und gleichzeitig in der öffentlichen und medialen Rezeption eine Wahrnehmung über Münster und die Region hinaus erwarten lässt.

II. Das Konzept

1. Ansatz/Philosophie

Dem Konzept liegen die ISM-Leitorientierungen als Ausgangspunkt zur Grundlage, wobei der Gewinn des LivCom-Awards 2004 einen wesentlichen Bezugsrahmen darstellt. Der Wettbewerb "Entente Florale 2006" bzw. die Teilnahme an diesem ist weniger Ausgangs-, als vielmehr ein Kristallisationspunkt, der sich im Sinne des entwickelten Konzeptes als logische Fortschreibung ergibt. Der Gewinn des Wettbewerbs ist nicht das zentrale Anliegen, sondern die in diesem Kontext realisierten Projekte und die Erreichung der Marketingstrategie mit der Botschaft "Münster - ausgezeichnet lebenswert" stehen im Vordergrund.

Das ISM-Konzept formuliert als Münsters Leitorientierungen die Entwicklung von Projekten mit internationaler Ausstrahlung und die Weiterentwicklung zu einer Stadt mit höchster Lebens- und Erlebnisqualität, mit hoher Umwelt- und Naturqualität. Der Gewinn des LivCom-Awards in 2004 sowie die Skulptur.Projekte machen Münster international insbesondere im Sinne der Leitorientierungen wahrnehmbar. Um diese Qualitäten weiterzuentwickeln und in der Wahrnehmung zu verstetigen, werden in einem Konzept Kunst und Grün als zentrale Charakteristika der Stadt miteinander verbunden: Münster als grüne Stadt und als Stadt, die sich über die bzw. mit den Mitteln der Kunst mit dem öffentlichen Raum auseinandersetzt - ein Thema, das bislang alle bisherigen Skulpturenausstellungen von 1977 bis 1997 reflektiert haben, mit u.a. so wichtigen Arbeiten wie den "Giant Pool Balls" von Claes Oldenburg, 1977, dem "Schiff für Münster" von Ludger Gerdes, 1987, und dem "Garten" von Fischli Weiss, 1987, - um nur einige der wichtigsten Arbeiten stellvertretend zu nennen.

2. Die inhaltlichen Bausteine

Die Kooperationspartner - das Amt für Grünflächen und Umweltschutz und Münster Marketing - sind darin einig, dass das Projekt einen selbständigen Titel erhalten und als zukunftsorientierte Übersetzung der Idee der lebenswertesten Stadt konzipiert werden soll. Es geht dabei nicht nur darum, den Status Quo "Münster ist eine angenehme naturorientierte und grüne Stadt" zu kommunizieren. Ziel der Aktivitäten in 2006 ist es vielmehr, den Preis als Anreiz und Aufgabe zur Auseinandersetzung mit der für Münster besonderen Spannung zwischen Urbanität und Natur, zwischen Groß- und Kleinstadt, zwischen Stadt- und Landstrukturen zu verstehen.

Das Amt für Grünflächen und Umweltschutz seinerseits wird dazu eine Reihe von Projektelementen entwickeln, die den Gartenbaubetrieben, der Landwirtschaft u.a. wie den Bürgern und Bürgerinnen Gelegenheit bieten und sie auffordern, sich selber aktiv für eine lebenswerte Stadt einzusetzen - ob mit der gärtnerischen Gestaltung ausgewählter öffentlicher Flächen oder über einen Wettbewerb für Privatgärten in ausgewählten Wohnquartieren.

Die Einbindung der Gartenbaubetriebe und ihre Bereitschaft, sich aktiv und das heißt nicht nur als Auftragnehmer an dem Gesamtprojekt zu beteiligen, ist nach wie vor Bedingung für die Durchführung.

Die Fachämter der Stadt arbeiten daneben an Projekten, die die Stadttopographie und das Grünsystem über die Grüngestaltung sichtbar machen: sei es durch eine besonders auffallende Bepflanzung der landwirtschaftlichen Flächen im Aatal, um die Nähe von Stadt und Land in Münster kenntlich zu machen, oder durch die besondere Betonung des Aaverlaufs in der Innenstadt.

Die Mitte dieser Projektbausteine bildet eine von Frau Dr. Brigitte Franzen (Westfälisches Landesmuseum) entwickelte Idee: das Kunstprojekt "+60NN - Gärten in Münster" (Konzept siehe Anlage). Das Kunstprojekt und das begleitende bzw. vorherlaufende Symposium sind die Kompassnadeln für das Gesamtprojekt. Sie verdeutlichen weitere Positionen zum Umgang mit öffentlichem Raum gerade in Bezug auf Fragen in der aktuellen Diskussion in Architektur und Landschaftsarchitektur. Überdies erhält das Gesamtprojekt mit dieser konzeptionellen Mitte einen Rezeptionsradius, der die Bewerbung zur "Entente Florale" zwar begleiten, sie aber nicht in den Mittelpunkt der Kommunikation rücken muss.

I.V.

gez.
Hartwig Schultheiß
Stadtdirektor

Anlage