

Öffentliche **Berichtsvorlage**

Vorlagen-Nr.:

V/0653/2006

Auskunft erteilt:

Frau Spinnen

Ruf:

492 27 00

E-Mail:

spinnen@stadt-muenster.de

Datum:

23.08.2006

Betrifft

Regionalmarketing für das Münsterland;
Bericht über den Stand der Fusionsbemühungen zwischen der Münsterland Touristik und der Aktion Münsterland

Beratungsfolge

07.09.2006 Werksausschuss Münster-Marketing

Bericht

Bericht:

Im Zuge der Haushaltskonsolidierung hat die SPD-Fraktion einen Antrag auf aufgabenkritische Überprüfung regionalpolitischer Mitgliedschaften der Stadt Münster gestellt. Der Hauptausschuss hat in seiner Sitzung am 17.05.2006 daraufhin beschlossen, die abschließende Beratung über diese Frage an den Werksausschuss Münster Marketing zu delegieren. Der Werksausschuss Münster Marketing sollte regelmäßig über die Entwicklung informiert werden.

Diese Vorlage ist als ein Zwischenbericht zum Stand der Fusionsbemühungen der beiden Regionalvermarktungseinrichtungen Aktion Münsterland und Münsterland Touristik zu verstehen.

Bereits zum Zeitpunkt der Erstellung der Verfahrensvorlage (V/0325/2006 vom 27.04.2006) hatte die Landrätekonzferenz den Auftrag erteilt, bis spätestens 2007 die Fusion beider o.g. Einrichtungen vorzubereiten.

In der Zwischenzeit haben beide Vorstände ein Verfahren beschlossen, an dessen Ende ein Vorschlag für die künftige Aufgaben- und Organisationsstruktur für das Regionalmarketing und an dessen Anfang eine definierte Dachmarke für das Münsterland stehen soll.

Der Markenprozess soll bereits im September beginnen. Die professionelle Begleitung erfolgt durch eine ausgewiesene Düsseldorfer Agentur, die auch Münster beraten hat.

Der Aufgabenplan sieht zwei Phasen mit folgenden Schritten vor:

1. Analysephase (01.06. - 30.09.2006)

- strategische Ausrichtung des künftigen Regionenmarketings Münsterland entwerfen (ggf. Expertenworkshop),

- einheitliche regionale Marke Münsterland (z.B. Wirtschaftsstandort, Tourismusregion, Lebensraum) festlegen,
- derzeitige Marke und Position des Münsterlandes kritisch prüfen,
- künftige Handlungsfelder der neuen Institutionen festlegen (z.B. Wirtschaft, Tourismus, Kultur),
- Status Quo der Aufgaben und Projekte der Aktion Münsterland und der Münsterland Touristik feststellen,
- Stärken und Schwächen sowie Wirkung der Aufgaben analysieren, Finanz- und Kostenstruktur prüfen,
- künftiges Aufgabenprofil definieren, finanzielle Synergien herausarbeiten,
- Gremien- und Mitgliederstruktur prüfen.

Am Ende der Analysephase steht ein Grobkonzept mit den Eckpunkten der Zusammenlegung der Aktion Münsterland und der Münsterland Touristik. Das Grobkonzept soll als Zwischenergebnis Beratungsgegenstand einer Landrätekonferenz im Herbst 2006 sein. Dort wird dann die Konzeptphase näher ausgestaltet.

2. Konzeptphase (01.10. - 31.12.2006)

- Festlegung des Vereinszwecks und der -ziele (Stichworte: Dachmarkenentwicklung, Geschäftsfelder, Corporate Identity, regionale Abgrenzung)
- Festlegung der Organisationsform (Stichworte: Rechtsform, Name, Sitz, Mitgliederstruktur, Organe/Gremienbesetzung, Geschäftsführung)
- Planung des Personalbedarfes
- Finanzplanung und Finanzierung (Stichworte: Gesamtbudget, Mitgliedsbeiträge, Sponsoring, Businessplan)
- Marketingstrategie

Am Ende der Konzeptphase steht ein Umsetzungsplan der als weiteres Zwischenergebnis Beratungsgegenstand einer Landrätekonferenz im Frühjahr 2007 sein kann. Dort wird dann die Umsetzungsphase (ab 01.01.2007) näher ausgestaltet.

Die Werksleitung Münster Marketing wird dem Werksausschuss Münster Marketing regelmäßig über den Fortgang der Gespräche informieren.

I.V.
gez. Schultheiß
Stadtdirektor