

Öffentliche **Berichtsvorlage**

Vorlagen-Nr.:

V/0409/2007

Auskunft erteilt:

Frau Spinnen

Ruf:

492 27 00

E-Mail:

spinnen@stadt-muenster.de

Datum:

15.05.2007

Betrifft

Förderwettbewerb Stadtteilmarketing 2007

Beratungsfolge

23.05.2007	Werksausschuss Münster-Marketing	Bericht
24.05.2007	Bezirksvertretung Münster-Ost	Bericht
31.05.2007	Bezirksvertretung Münster-Hiltrup	Bericht
31.05.2007	Bezirksvertretung Münster-West	Bericht
12.06.2007	Bezirksvertretung Münster-Nord	Bericht
12.06.2007	Bezirksvertretung Münster-Südost	Bericht

Bericht:

Bereits zum zweiten Mal hat die Stadt Münster den Förderwettbewerb Stadtteilmarketing ausgeschrieben und durchgeführt. Das Konzept für diesen Wettbewerb wurde einstimmig am 24. Mai 2005 im Werksausschuss Münster Marketing beschlossen (Vorlage "Fördermittel für Stadtteilmarketing", Nr. V/0393/2005).

Ziel dieses Instrumentes ist

- die Aktivierung der Menschen vor Ort und zwar über Vereins- und Parteigrenzen hinweg und
- die Aufforderung an die Stadtteile, ihre Stärken und Alleinstellungsmerkmale zu definieren, diese weiterzuentwickeln und sie als Teil des gesamtstädtischen Marketings einzubringen.

Anforderungen an die Wettbewerbsteilnehmer waren

- die Formulierung der Stärken des Stadtteils bzw. eines Leitthemas,
- die Umsetzung der Stärken durch Projekte,
- die Bezugnahme auf das Münster-Profil,
- die Gewährleistung der erforderlichen finanziellen Beiträge von privaten Akteuren und Mitteln der Bezirksvertretung und
- die Zusammensetzung der Akteursbasis.

In der ersten Förderrunde 2006 haben die vier Stadtteile Albachten, Hiltrup, Roxel und Wolbeck einen Zuschlag erhalten.

Für das Jahr 2007 wurden für die Umsetzung des „Förderwettbewerbes Stadtteilmarketing“ 15.000 Euro aus dem Budget von Münster Marketing bereitgestellt.

Bewerber Förderwettbewerb 2007

Beim Förderwettbewerb Stadtteilmarketing 2007 haben sich die beiden Stadtteile Kinderhaus und Mecklenbeck sowie der Stadtbezirk Münster-Ost beworben.

Jury

Über die Vergabe der Förderung und deren Höhe hat ein Vergabegremium aus externen Fachberatern auf der Grundlage der eingereichten Konzepte und der Präsentationen im Rahmen der Jurysitzung am 21. April 2007 entschieden. Die Jury war wie folgt besetzt:

- Prof. Dr. Dr. hc.mult. Heribert Meffert, em. Direktor des Institutes für Marketing und Vorsitzender des Beirates Münster Marketing (Vorsitzender der Jury)
- Elke Frauns, Beratungsbüro Frauns Münster
- Peter Schnepfer, Kuratorium Bürgerstiftung Münster
- Tobias Viehoff, Vorsitzender der Wirtschaftsinitiative Münster

beratend (ohne Stimmrecht):

Bernadette Spinnen, Fritz Schmücker, Anja Uhlenbrock (Münster Marketing)
Dr. Thomas Hauff (Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung)

Beschlussprotokoll der Jurysitzung

„Mit dem Förderpreis Stadtteilmarketing der Stadt Münster werden zukunftsorientierte, innovative Projekte ausgezeichnet, die zur Entwicklung der Stadtteile und damit auch zur Profilierung der Stadt Münster beitragen. Der Jury lagen drei qualifizierte Bewerbungen vor, die von engagierten Vertreterinnen und Vertretern der Stadtteile präsentiert und erläutert wurden. Die breit gestreuten Projekte waren unterschiedlich im Inhalt und zeitlicher Reichweite.“

Neu unter den Bewerbern war diesmal auch ein Stadtbezirk, der mit Münster-Ost mehrere Stadt-/Ortsteile in integrierter Form vertrat. Im Mittelpunkt aller Bewerbungen standen Ideen und Projekte aus den Bereichen „Lebensart, Kultur und Tourismus“. Alle Bewerber wurden – wenn auch in unterschiedlichem Maße – von der Jury mit Förderbeiträgen bedacht. Die Entscheidung der Jury wurde einstimmig gefällt.

Die Begründungen zu den prämierten Stadtteilen:

Kinderhaus:

Der Stadtteil Kinderhaus hat ein sehr konkretes und überzeugendes Stadtteilmarketingkonzept unter dem Motto „Willkommen in Kinderhaus, weltoffen seit 1333“ vorgelegt. Das Konzept ist ein Brückenschlag in einem Stadtteil, in dem Menschen aus 48 Nationen leben - eine Verbindung

zwischen verschiedenen Kulturen und Generationen. Das vorgeschlagene Projekt ist nah an den Menschen im Stadtteil und eignet sich in besonderem Maße für ein nach innen gerichtetes Marketing: die Kinderhauser sind stolz auf ihre Heimat, die geprägt ist von vielen Gegensätzen und großer Diversität. Kinderhaus stützt damit zudem das Profil „Lebensart“ im Markenprofil der Stadt Münster auf seine eigene und individuelle Art und gibt ihm eine sympathische und zukunftsgerichtete Ausprägung.

Die Jury unterstützt die Arbeit der Marketinginitiatoren in Kinderhaus mit 5.000 Euro. Weitere 1.500 Euro stehen für Kinderhaus zur Verfügung, um den geplanten Stadtteilrundweg als aktive Plattform der verschiedenen Kinderhauser Kulturen zu verstetigen und mit Leben zu füllen. Diese Mittel stehen unter dem Vorbehalt, dass die Bezirksvertretung West ebenfalls ihren Förderbeitrag entsprechend erhöht und der Stadtteil Kinderhaus ein ergänzendes qualifiziertes Konzept vorlegt.

Mecklenbeck:

Der Beitrag des Organisationsteams „Stadtteil Mecklenbeck e.V.“ (in Gründung) zum Förderwettbewerb Stadtteilmarketing zeichnet sich durch eine Vielfalt von Ideen und Projektvorschlägen aus, die von einem breiten bürgerschaftlichen Bündnis getragen werden. Das hiermit zum Ausdruck kommende bürgerschaftliche Engagement im Stadtteil wird von der Jury besonders hervorgehoben. Die Jury stellt weiterhin lobend heraus, dass der Beitrag den Spannungsbogen von der Entstehung Mecklenbecks bis zum heutigen Mecklenbeck schlägt und eine Vielzahl für den Stadtteil relevanter Handlungsfelder anspricht. Unter dem Oberthema zielt der Beitrag „Mecklenbeck – leben – lernen – leisten“ insbesondere aber auch darauf, die Qualitäten Mecklenbecks zur Profilbildung von Münster einzubringen.

Angesichts der vielfältigen Überlegungen und bereits laufenden bürgerschaftlichen Anstrengungen empfiehlt die Jury, zunächst mit dem Aufbau der Internetplattform zu beginnen und bewilligt hierfür die beantragten Mittel in Höhe von 2.000 Euro. Mit diesem Schritt soll eine weitere Integration und konzeptionelle Bündelung der Ideen zum Stadtteilmarketing unterstützt und angeregt werden. Die Jury empfiehlt, auf Basis der bereits vorliegenden Analysen des Wettbewerbsbeitrags die Diskussionen zum Profil von Mecklenbeck und seinen spezifischen Qualitäten fortzuführen und im Anschluss hieran gleichermaßen aktivierende und profilbildende Projekte zu entwickeln, die über die vorgeschlagenen Projekte hinausgehen. Das bestehende bürgerschaftliche Potenzial bietet aus Sicht der Jury hierfür eine hervorragende Grundlage.

Stadtbezirk Ost:

Der Beitrag des Marketingbeirats im Stadtbezirk Münster-Ost wird für seine besonders innovative Qualität ausgezeichnet. Münsters Osten schafft es, über die Verschiedenheiten und Eigenheiten der einzelnen Ortsteile hinweg, einen ganzen Bezirk miteinander zu verbinden. Das Konzept „grün&blau – natürlich Münsters Osten erleben!“ ist plausibel und schlägt eine nachvollziehbare Markenbildung für Münsters Osten vor und ist damit ein wichtiger Beitrag zum Marketing der ganzen Stadt. Das Konzept ist sehr professionell angelegt, ein griffiger Slogan und ein sympathischer Gesamtauftritt lassen auf große Umsetzungserfolge hoffen.

Die Jury fördert das Marketingkonzept mit insgesamt 5.000 Euro und unterstützt die integrierte Umsetzung in einem breiten Bürgerbündnis mit 1.500 Euro zusätzlich.

Fazit

Sowohl die Entwicklungen in den Stadtteilen, die in der ersten Förderrunde einen Zuschlag erhalten haben wie auch die Beiträge im diesjährigen Wettbewerbsverfahren zeigen, dass der Förderwettbewerb Stadtteilmarketing die Erwartungen voll erfüllt.

Den Stadtteilen gelingt es, eine nachvollziehbare und nachhaltig angelegte Vision im Stadtteil zu formulieren und dafür eine breite Akteursbasis im Stadtteil bzw. -bezirk aufzubauen. Darüber hinaus wird mit der Konzentration auf die Qualitäten und Stärken der Stadtteile auch die jeweilige Bedeutung und Rolle für die Entwicklung der Gesamtstadt und ihre Profilierung deutlich. Sie tragen wesentlich zur Marke Münster und zur Profilbildung bei.

Die drei Stadtteile haben in kurzer Zeit die für die Förderung vorausgesetzten Mittel der jeweiligen Bezirksvertretung sowie private Gelder der örtlichen Wirtschaft aktivieren können. Auch wenn der ausgelobte Förderbetrag nach 2006 eine Halbierung erfahren hat (von 30.000,00 Euro auf 15.000,00 Euro in 2007), werden wiederum enorme Investitionen in den Stadtteilen freigesetzt, sowohl finanziell wie auch hinsichtlich des bürgerschaftlichen Engagements.

I.V.

gez.
Hartwig Schultheiß
Stadtdirektor