

Öffentliche **Beschlussvorlage**

Vorlagen-Nr.:
V/0113/2007
Auskunft erteilt:
Frau Spinnen
Herr Dr. Hauff
Ruf:
492 27 00
492 61 35
E-Mail:
spinnen@stadt-muenster.de
haufftho@stadt-muenster.de
Datum:
20.04.2007

Betrifft

Erstes Münsteraner Zukunftsgespräch (08.09.2006) "Münster - Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb" - Ergebnisse und Konsequenzen

Beratungsfolge

23.05.2007	Werksausschuss Münster-Marketing	Vorberatung
31.05.2007	Ausschuss für Stadtplanung, Stadtentwicklung, Verkehr und Wirtschaft	Vorberatung
31.05.2007	Kulturausschuss	Vorberatung
06.06.2007	Ausschuss für Soziales, Gesundheit und Arbeitsförderung	Vorberatung
13.06.2007	Hauptausschuss	Vorberatung
13.06.2007	Rat	Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Sachentscheidung

1. Der Rat nimmt die Ergebnisse des „Ersten Münsteraner Zukunftsgespräches“ zur Kenntnis (Anlagen 2 und 3).
2. Die Verwaltung wird beauftragt, mit der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und der Fachhochschule Münster Gespräche zur Gründung einer „Konzertierten Aktion Wissenschaftsstadt Münster“ zu führen, die perspektivisch alle Hochschulen und auch die außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie die Wirtschaft einbeziehen soll (Anlagen 3 und 4).
3. Der Rat nimmt zur Kenntnis, dass die Ergebnisse des Projektes „Kompetenzfeldentwicklung Münster“ der Wirtschaftsförderung Münster GmbH die bei der Vorbereitung des Zukunftsgesprächs identifizierten Zukunftsfelder „Gesundheit/Life Science“ und „Nanotechnologie“ auch aus Sicht der wirtschaftlichen Entwicklung bestätigen und weiterqualifizieren.
4. Der Rat beauftragt die Verwaltung, das Themenfeld „Gesundheit/Life Science“ in den von der Prognos AG vorgeschlagenen Spezifizierungen „Medizintechnik und Pharma“ und „Präventivmedizin“ gemeinsam mit den Hochschulen, der münsterschen Wirtschaft und der Wirtschaftsförderung Münster sowie den städtischen Fachdienststellen (v.a. Stadtplanung) zu einem Marken- und Profilierungsthema für Münster zu entwickeln.

5. Die Verwaltung wird beauftragt, das Markenthema „Westfälischer Friede“ als Teil der Konzentrierten Aktion Wissenschaftsstadt Münster und mit geeigneten Partnern aus der Stadt mit dem Ziel der überregionalen Positionierung und Profilierung weiterzuentwickeln (Anlage 6).
6. Die Verwaltung wird beauftragt, Projekte zu entwickeln und umzusetzen, die die Verbindung zwischen Wissenschaft und Kultur als Teil des Zukunftsprofils „Wissenschaft und Lebensart“ für breite Bevölkerungsschichten sichtbar machen und die Stadt auch international positionieren.
7. Die Verwaltung wird beauftragt, die von den Beschlussvorschlägen 2 – 6 nicht erfassten Projektvorschläge des Zukunftsgesprächs unter Berücksichtigung ihrer Vernetzungs- und Profilbildungspotenziale in Rückkopplung zu den Mitgliedern des Beirats Münster Marketing zu prüfen und entsprechend den Prüfergebnissen Vorschläge zu ihrer Realisierbarkeit in öffentlich-privater Partnerschaft zu entwickeln (Anlage 5).

Kosten/Folgekosten

Durch die vorstehenden Beschlusspunkte entstehen unmittelbar keine Kosten und Folgekosten.

Bei Bedarf werden den Ratsgremien entsprechende Beschlussvorschläge in gesonderten Vorlagen vorgelegt.

Begründung:

Zu 1. Münsteraner Zukunftsgespräch „Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“

Unmittelbar nach der Gründung des Eigenbetriebs Münster Marketing hat die Stadt Münster begleitet vom Beirat Münster Marketing unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert eine Zukunftsdebatte unter breitem Einbezug der Stadtgesellschaft geführt mit dem Ziel, die zentralen Stadtentwicklungs- und Profilierungsfelder Münsters zu identifizieren. Das einstimmige Votum des Rates hob die Themenfelder „Wissenschaft“ und „Lebensart“ als diejenigen hervor, an denen sich die zukünftige Stadtentwicklung vorrangig orientieren und in denen eine überregionale bis internationale Reichweite und Wahrnehmbarkeit Münsters angestrebt werden sollte und auch erreichbar erscheint.

Zusätzlich sind die zentralen Qualitäten der Stadtentwicklung definiert und für alle wichtigen Themenfelder wie die soziale Balance, Kultur, Sport, etc. Leitorientierungen formuliert worden, nach denen die einzelnen Verwaltungsressorts ihre Arbeit im Sinne eines Orientierungsrahmens und Prüfrasters ausrichten sollen (vgl. Vorlage Nr. 118/2004 + 118/2004 E1 und Anlage 1).

Der konsequente Integrierte Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozess (ISM) und vor allem sein Ergebnis - eine klare Marken- und Positionierungsstrategie für Münster - hat bundesweit Anerkennung gefunden. Der ganzheitliche Ansatz, der strategisch orientiert ist, und der Profilierung vor Werbung setzt, gilt inzwischen als einzig erfolgversprechender Weg, wie die Bewertung des ISM-Prozesses und des Münsteraner Stadtmarketings durch das Deutsche Institut für Urbanistik (Berlin) 2006 zeigt.

Gleichwohl ist zu bemerken, dass Münster längst nicht mehr die einzige Stadt ist, die diesen Profilierungsweg als „Stadt der Wissenschaft“ geht. Städte und Regionen wie etwa Bremen und Braun-

schweig machen vor, wie mit Hilfe einer klaren Positionierungs- und Entwicklungsstrategie über Bildung und Wissenschaft der Struktur- und Imagewandel der Städte nachhaltig bewältigt und erfolgreich gestaltet werden können.

Die 2005 gestartete Exzellenz-Initiative, bei welcher sich die Universität Münster bislang nicht in der Förderlinie „Zukunftskonzepte“ (in den Medien als „Eliteuniversitäten“ tituliert) durchsetzen konnte, aber in der zweiten Wettbewerbsrunde mit insgesamt drei Initiativen in den Förderlinien Exzellenzcluster und Graduiertenschulen in der Endauswahl vertreten ist, wirft zudem die drängende Frage nach der Intensivierung und der zukünftigen Ausrichtung der Zusammenarbeit von Stadt und Hochschulen auf.

Der Beirat Münster Marketing hat aus diesen Gründen und als Fortsetzung des Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozesses (ISM) beschlossen, ein erstes Münsteraner Zukunftsgespräch zum Thema „Münster – Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“ durchzuführen, um den bisherigen Umsetzungsprozess des Profils „Wissenschaft und Lebensart“ von Stadtgesellschaft und Experten bewerten und Vorschläge zur Weiterentwicklung erarbeiten zu lassen. Dieses Gespräch hat der Beirat Münster Marketing in verschiedenen Arbeitsgruppen in der ersten Jahreshälfte 2006 intensiv vorbereitet (siehe Anlage 5). Das Gespräch hat mit ca. 300 Teilnehmern am 08.09.2006 stattgefunden und eine Reihe von Handlungsempfehlungen formuliert (vgl. Bericht über die Veranstaltung - Anlage 3).

Im Ergebnis wurde die Profilsentscheidung aus dem Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozess von allen Seiten nachdrücklich als zukunftsweisend und richtig unterstrichen. Münster hat auf dem Weg in die Wissensgesellschaft beste Voraussetzungen; allerdings konstatierte das Zukunftsgespräch noch erkennbare Umsetzungsschwächen, die vor allem aus einer unzureichenden Vernetzung der zahlreichen Akteure resultieren. Viele machen vieles richtig; aber: stärker und klarer profilieren könnte sich Münster, wenn die zahlreichen Aktivitäten zu schlagkräftigen und erkennbaren Projekten verknüpft würden.

Dies gilt insbesondere für die Kooperation von Stadt und Wirtschaft mit den Hochschulen. Sie hat sich seit dem Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozess, seit den gemeinsamen Bewerbungsprozessen „Stadt der Wissenschaft“ und der Einrichtung des Wissenschaftsbüros bei Münster Marketing deutlich verbessert, muss aber jetzt in eine organisierte Form der Zusammenarbeit überführt werden.

Im Anschluss an das Zukunftsgespräch wurde Herrn Prof. Meffert aufgrund seiner großen Verdienste die Paulus-Plakette durch den Oberbürgermeister verliehen. In seiner Dankesrede setzte sich Herr Prof. Meffert mit zentralen Herausforderungen und Aufgaben für die erfolgreiche Profilierung von Münster als europäischer Wissenschaftsstadt auseinander (vgl. Anlage 4).

Als wichtige Aufgaben für die Umsetzung des Zukunftsprofils „Wissenschaft und Lebensart“ werden benannt:

- Die Sicherung und Weiterentwicklung der leitbildkonformen Positionierung von Münster
- Die Profilierung von Münster als Marke durch eine identitätsorientierte Markenführung
- Die Vernetzung und Institutionalisierung der Zusammenarbeit von Stadt, Wirtschaft und Hochschulen.

Diese Anstöße unterstreichen die zentralen Ergebnisse des Zukunftsgespräches und zeigen darüber hinaus Instrumente zu deren Umsetzung auf.

Zu 2. Konzertierte Aktionen Wissenschaftsstadt Münster

Der entscheidende und weitreichendste Vorschlag aus dem Zukunftsgespräch ist die Initiierung einer „Konzertierten Aktion Wissenschaftsstadt Münster“ - eine mit festen Strukturen versehene

strategische „Allianz für Münster“, gemeinsam getragen von Stadt, Hochschulen, weiteren Wissenschaftsakteuren und der Wirtschaft (vgl. Ausführungen von Prof. Gerhard W. Wittkämper Anlage 3, Seite 5). Damit soll das seit der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft entstandene Netzwerk der verschiedenen Akteure zu einer Plattform weiterentwickelt werden, um langfristig die strategische Entwicklung und Profilierung der Wissenschaftsstadt Münster zu verbessern. Dazu gehören

- die Definition von Themenfeldern, in denen Münster wissenschaftlich exzellent ist, der Wirtschaftsstandort über ein Zukunftspotenzial verfügt und die zum Zukunftsprofil der Stadt passen. Die Definition und Entwicklung dieser Themenfelder ist eng mit dem Projekt „Kompetenzfeldentwicklung“ der Wirtschaftsförderung Münster GmbH verbunden (vgl. Beschlusspunkt 3 und 4).
- geisteswissenschaftliche Kompetenzfelder und Alleinstellungsmerkmale, die die Kompetenzen der Wissenschaftsstadt Münster nutzen und mit möglichst großer Reichweite wahrnehmbar machen, wie z.B. die Aktivitäten zur Markenbildung „Westfälischer Friede“ (vgl. Beschlusspunkt 5).
- Schlüsselprojekte, die geeignet sind, den Transfer zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu optimieren und zu forcieren.
- die Entwicklung eines gemeinsamen Marketingkonzeptes.

Die Hochschulen und die Wirtschaft haben bereits ihrerseits zu dieser Art der Kooperation ihre Bereitschaft erklärt, zu der sowohl eine strategische als auch eine operative Ebene gehört. Bei den Vorbereitungen zum Zukunftsgespräch und den Vorgesprächen zur Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt haben sich zunächst „Gesundheit/Life sciences“, „Nanotechnologie“ und der „Westfälische Friede“ als tragfähige Profilierungsthemen herausgestellt.

Wie bereits vorstehend beschrieben, ist es Ziel der Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt Münster, die Austauschprozesse zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu intensivieren. In engem Dialog zwischen Wissenschaft und Wirtschaft sollen moderiert und unterstützt durch die Wirtschaftsförderung Lösungen entwickelt werden, die eine Professionalisierung des Wissenstransfers erreichen sollen.

Grundsätzlich geht die „Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt Münster“ weit über die Intensivierung der rein ökonomischen Austauschbeziehungen hinaus. Ziel ist die breite Verankerung des Thema „Wissenschaft“ in allen Bereichen der Stadtgesellschaft.

Zu 3. und 4. Kompetenzfeldentwicklung und Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt

Zeitgleich mit dem Prozess der „Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt Münster“ und inhaltlich mit diesem verknüpft hat die Wirtschaftsförderung Münster gemeinsam mit Vertretern der münsterischen Wirtschaft die Firma Prognos damit beauftragt, wachstumsstarke Zukunftsthemen für Münster und das Münsterland zu identifizieren, mit denen eine strategische Perspektive für Münsters Wirtschaft entwickelt werden kann.

Dabei geht es darum, neben der flexiblen und breit angelegten Wirtschaftsförderung neue Themenfelder aufzustellen, die in Münster

- bereits jetzt stark vertreten sind
- eine gewisse Alleinstellung versprechen
- und Zukunftspotenzial besitzen.

Die Vorschläge der Firma Prognos für eine Profilierung des Wirtschaftsstandortes Münster / Münsterland beziehen sich durchweg auf Wirtschaftsfelder, die eine große Nähe zur Wissenschaft aufweisen. Sie ergänzen und konkretisieren die Ergebnisse aus der „Konzertierte Aktion Wissen-

schaftsstadt“ im Bereich Gesundheit/Life Sciences und Nanotechnologie, fokussieren auf die Potenziale der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung und bilden die Basis für eine zielgerichtete Diskussion mit der Landesregierung NRW im Zuge der Neuorientierung der Wirtschafts- und Innovationspolitik (Stärken stärken) und der Einwerbung von Mitteln aus dem Förderprogramm EFRE 2007-2013. Die Prognos AG schlägt vor, Projekte für die folgenden fünf Kompetenzfelder zu entwickeln:

1. NanoBioAnalytik in Medizintechnik und Pharma
2. Medizinische Prävention
3. Coatings & Prozessstoffe
4. Geoinformation
5. Betriebliche Outsourcing-Dienstleistungen

Für die Profilierung Münsters als Wissenschaftsstadt und als Wirtschaftsstandort werden vor allem zwei Cluster aus dem Medizinbereich vorgeschlagen. Dies ist zum einen das Themenfeld „NanoBioAnalytik in Medizintechnik und Pharma“, zum anderen das Kompetenzfeld „medizinische Prävention“. In den nächsten Monaten sollen in speziellen Arbeitsgruppen aus Wirtschaft und Wissenschaft zu allen fünf Kompetenzfeldern besondere Umsetzungsprojekte entwickelt werden. Die Markenthemen „medizinische Prävention“ und „NanoBioAnalytik in Medizintechnik und Pharma“, werden gemeinsam von Münster Marketing und der Wirtschaftsförderung mit Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft weiterentwickelt und in eine Kommunikationsstrategie für verschiedene Zielgruppen - nicht nur wirtschaftlich relevante - übersetzt.

Darüber hinaus soll das Thema „Gesundheit/Life Sciences“ mit dem Fokus auf der vorbeugenden Medizin über die rein wirtschaftlich orientierte Kompetenzfeldentwicklung hinaus auch die Qualitäten Münsters als Stadt mit funktionierenden Gesundheitsnetzwerken, mit einer gesundheitsbewussten, sportlich aktiven und durch die Gesundheitsbildung ansprechbaren Bevölkerung umfassen. In dieser Breite erfüllt das Themenfeld die Anforderungen an ein Markenthema, das Münsters Profil als Wissenschaftsstadt mit Lebensart stärkt, für verschiedene Zielgruppen übersetzt und für die Stadtentwicklung breit nutzbar macht.

Das Profilthema „Gesundheit/Life Sciences“ ist mit den Ratsbeschlüssen „Gesundheitsstadt Münster - Gesundheitswirtschaft als Standortfaktor“ (Vorlage Nr. 139/2003) und „Integriertes Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingkonzept Münster (ISM). Münster-Profil, Leitorientierungen und Leitprojekte“ (Vorlage Nr. 118/2004 E 1), Anlage 5, bereits vorbereitet.

Mit Beschluss 404/2003 hat die Stadt Münster ihre Bereitschaft zur Übernahme der Bundesgeschäftsstelle des Gesunde Städte-Netzwerkes der Bundesrepublik Deutschland erklärt. Das Gesunde Städte-Netzwerk, initiiert durch das WHO-Projekt Healthy Cities, ist ein Zusammenschluss von derzeit 63 Städten und Kreisen bundesweit. Zu den Zielen des Netzwerkes gehört u.a. Gesundheitsförderung und Prävention als gesellschaftspolitische Aufgabe im öffentlichen Bewusstsein zu verankern. Seit 2003 wird vom Gesundheitsamt Münster aus erfolgreiche bundesweite Gesunde Städte-Arbeit geleistet. Sie bringt der Stadt nicht nur Anerkennung, sondern auch Wissenspotenzial. Kontakte werden auf unterschiedlichen Ebenen gepflegt.

Zu 5. Westfälischer Friede

Spätestens seit den Feierlichkeiten 1998 (350 Jahre Westfälischer Friede) ist deutlich geworden, dass Münster als Stadt des Westfälischen Friedens in Europa eine erkennbare Alleinstellung hat und in dieser auch wahrgenommen wird. Knapp 10 Jahre nach dem Jubiläum zeigt sich zudem, wie politisch aktuell die Thematik und wie drängend die Probleme in der Welt angesichts drohender Verteilungskämpfe um knapper werdende Ressourcen und neue ethnische und konfessionelle Konflikte geworden sind.

Im Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozess und erneut im Rahmen des Ersten Münsteraner Zukunftsgespräches ist die Bedeutung des Westfälischen Friedens für die Stadtidentität und das Stadtprofil Münsters hervorgehoben worden. Dem Rat wird daher hiermit vorgeschlagen, das Thema „Westfälischer Friede“ in einer offenen Programmatik zukunftsgerichtet und auf aktuelle politische Situationen bezogen mit den Hochschulen und weiteren wichtigen Partnern in der Stadt für eine Profilierung Münsters in Europa aufzubereiten und zu entwickeln. Der inhaltliche Fokus soll sich dabei weniger auf den Westfälischen Frieden als staats- oder völkerrechtliches Vertragswerk richten, sondern vielmehr auf die Konfliktbewältigung und Friedenssicherung in den Verhandlungen am Ende des 30jährigen Krieges. Schließlich soll es darum gehen, einen Beitrag zur Entwicklung neuer Instrumentarien und Verfahren zur Konfliktvermeidung, Konfliktlösung und Friedenssicherung zu entwickeln (Konzept siehe Anlage 6).

Wie richtig die Stadt mit diesem Konzept liegt, zeigt sich u.a. daran, dass der Deutsche Städtetag und das Bundesministerium für Bildung und Forschung im Wissenschaftsjahr 2007 als einen Projektpartner im Themenfeld „Freiheit der Religion - Freiheit der Entwicklung“ gemeinsam mit Konstanz (Konstanzer Konzil) und Wittenberg (Luther) Münster mit dem „Westfälischen Frieden“ nominiert hat. Die Kooperation mit den Partnerstädten im Rahmen der Initiative „Die Geisteswissenschaften. ABC der Menschheit“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, des Deutschen Städtetags und des Zentrums für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM) in Karlsruhe ist unbedingt dazu geeignet, Münster auch überregional mit diesem Konzept zum „Westfälischen Frieden“ bekannt zu machen. Münster unterscheidet sich dabei auch von der Stadt Osnabrück, die sich als „Friedensstadt“ eher allgemein profiliert. Gleichwohl ist auch mit dieser Kooperation die Profilierung Münsters als „Stadt des Westfälischen Friedens“ noch nicht langfristig in der europäischen Wahrnehmung verankert wie das etwa 1998 mit der Europaratsausstellung und dem Besuch der europäischen Königshäuser in Münster gelungen ist oder wie es der Stadt Aachen mit dem Karlspreis immer wieder gelingt. Die Anstrengungen der „Konzertierten Aktion“ müssen sich daher in erster Linie darauf richten, ein Konzept für Münster zu entwickeln, das die Stadt auch international zu einer der wichtigsten Adressen für die Fragen von Toleranz, Dialog und internationaler Verständigung macht.

Neben der Durchführung einer jährlichen Veranstaltungswoche um den 24. Oktober (zum Konzept siehe Anlage 6) und der im zweijährigen Rhythmus stattfindenden Verleihung des Friedenspreises der Westfälischen Wirtschaft ist daher auch geplant, möglichst kurzfristig eine Internetplattform „Westfälischer Friede - gestern.heute.morgen“ zu erstellen und das Profilthema prominent auf der Startseite des städtischen Internetauftritts zu platzieren. Die Plattform wird das bestehende und auf ständige Weiterentwicklung ausgerichtete Netzwerk „Westfälischer Friede“ darstellen und Verlinkungen zu allen anderen Partnern anbieten. Dadurch sollen diese ihrerseits auch von einer intensiven und gebündelten Öffentlichkeitsarbeit profitieren.

Im Fokus der Veranstaltungswoche zum „Westfälischen Friede“ 2006 stand das Netzwerk „Humanitäre Hilfe“, das auf das „Kompetenzzentrum Humanitäre Hilfe“ der Fachhochschule Münster zurückgeht. Das Netzwerk besteht aus Einrichtungen der Fachhochschule, der Universität, zahlreichen Hilfsorganisationen (Deutsches Rotes Kreuz, Feuerwehr, Katastrophenschutz), dem 1. Deutsch-Niederländischen Korps, dem Lufttransportkommando, münsterschen Schulen und Kultureinrichtungen sowie freien, nicht institutionalisierten Akteuren.

Das in 2006 entwickelte Veranstaltungskonzept soll auf der beschriebenen Grundlage weiterentwickelt werden und auch in den Jahren zwischen der Friedenspreisverleihung möglichst überregional wahrnehmbar sein. Die Arbeit des Netzwerkes „Westfälischer Friede“ wird als ein Projekt der „Konzertierten Aktion Wissenschaftsstadt“ verstetigt und in enger Kooperation mit den Hochschulen und weiteren Partnern aus Münster weiterentwickelt. Die wissenschaftliche Projektleitung hat der ehemalige Leiter des Stadtarchivs Prof. Dr. Franz-Josef Jakobi übernommen.

Das offene Veranstaltungsprogramm wird in diesem Jahr in enger Kooperation mit dem Team um Prof. Dr. Barbara Stollberg-Rilinger und Prof. Dr. Hubert Wolf von der Westfälischen Wilhelms-Universität durchgeführt, das sich gerade mit einem umfangreichen Forschungsprogramm zum Thema „Religion und Politik in den Kulturen der Vormoderne und Moderne“ im Wettbewerb der deutschen Hochschulen um die Bewilligung von Exzellenz-Clustern befindet.

Zu 6: Verbindung zwischen Wissenschaft und Lebensart / Wissenschaft und Kultur

Eine Wissenschaftsstadt mit Lebensart muss zwingend ein entsprechendes und vielfältiges Kulturangebot vorhalten und dies auch in der Außenkommunikation darstellen, will sie in der Außenwahrnehmung als solche glaubwürdig sein. Dies ist eine wichtige Grundlage für eine erfolgreiche Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt mit überzeugender Strahlkraft. Die Leitorientierung für die Kultur im ISM-Prozess (Wir wollen als ein kulturelles Zentrum unseres Landes Projekte mit internationaler Ausstrahlung entwickeln) gilt daher noch immer ausdrücklich als Zielvorgabe für den Kulturstandort Münster.

Die Verbindung zwischen Wissenschaft und Kultur ist für Münster ausgesprochen prägend.

- Die studentische Kultur macht große Teile des kulturellen Lebens der Stadt aus. Institutionen wie das Theater im Pumpenhaus oder die soziokulturellen Zentren Kreativhaus und cuba, aber auch viele andere freie Kulturgruppen sind ohne die Hochschulen in Münster nicht denkbar.
- Das kulturell interessierte Publikum Münsters setzt sich in großen Teilen aus dem Umfeld der Hochschulen zusammen. Ohne sie fehlten den nach wie vor hervorragenden und vielfältigen kulturellen Angeboten schlichtweg die Abnehmer.
- Die Hochschulen sind selbst Träger von zahlreichen Kultureinrichtungen, z.B. den wissenschaftlichen Museen. Die Musikhochschule und die Kunstakademie sind gar wichtige Ausbildungsorte für junge Künstler und Künstlerinnen mit einer durchweg internationalen Klientel.

Dennoch ist die Verbindung zwischen Wissenschaft und Kultur in Münster weiter ausbaufähig, was ihre Sichtbarkeit und vor allem was die (internationalen) Reichweiten bei Kulturprojekten anbelangt.

Der Weiterentwicklung der kulturellen Infrastruktur in Münster durch die Investitionen von Landschaftsverband Westfalen-Lippe, Land Nordrhein-Westfalen, Universität und Stadt in den nächsten Jahren kommt daher eine große Bedeutung für die Markenführung der Stadt mit Wissenschaft und Lebensart zu. Vom Schlossplatz aus wird mit der geplanten Musikhalle und den Kongressfaszilitäten für wissenschaftliche Kongresse eine städtebauliche Verbindung über die Pferdegasse hergestellt, wo sich die bedeutenden universitären Museen wie zum Beispiel das Archäologiemuseum, das Bibelmuseum etc. konzentrieren werden. Die Museumszeile bindet das neue LWL-Landesmuseum ein und führt über das Picasso-Museum in die Innenstadt.

Dass diese städtebauliche Verbindung keine zufällige und zudem hervorragend geeignet ist, die Verbindung von Wissenschaft und Kultur sichtbar zu machen, soll durch ein gemeinsames Marketing aller Einrichtungen und gegebenenfalls durch Kooperationsprojekte für Münsters Bürgerinnen und Bürger und für seine Gäste erkennbar werden.

Auch das Konzept „Westfälischer Friede“ - entwickelt und bestätigt durch die Arbeitskreise Kultur beim ISM-Prozess und im Zukunftsgespräch scheint geeignet, Münster als Kulturstadt international zu positionieren und soll daher ein zentrales Profilierungsfeld der Wissenschaftsstadt Münster werden (vgl. Begründung zu 2. und 5., Anlage 6).

Zu 7. Umsetzung der weitere Projektvorschläge aus dem Zukunftsgespräch

Zur Vorbereitung des Zukunftsgespräches sind in vier verschiedenen Arbeitskreisen des Beirats Münster Marketing unter Hinzuziehung weiterer Fachleute unter einer klaren Fragestellung konkrete Projektvorschläge entwickelt worden (siehe Anlage 5). Sie sind als Ideenpool zu verstehen und sollten daher auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Die Projektvorschläge verfügen über eine sehr unterschiedliche Tiefenschärfe; einige befinden sich bereits in der Umsetzung.

Ein großer Teil der Projektvorschläge wird durch die Beschlussvorschläge zur „Gründung der Konzentrierten Aktion“, zur Entwicklung der Kompetenzfelder „Gesundheit/Life Science“ und „Westfälischer Friede“ sowie durch die Hervorhebung und Sichtbarmachung der „Verbindung Wissenschaft und Kultur“ aufgegriffen. Auch für hiermit noch nicht erfasste Projekte ist zu prüfen, ob sie geeignet und umsetzbar sind, die Rolle Münsters als Stadt des Wissens und im Standortwettbewerb zu stärken. In diesem Kontext sind beispielsweise Vorschläge zu thematisieren, die mit der Industrie- und Handelskammer Nord-Westfalen und der Handwerkskammer Münster an der Spitze auf eine Profilierung Münsters als exzellentem Ausbildungsstandort und auf die die Stärkung der Weiterbildung und des lebensbegleitenden Lernens abzielen. Industrie- und Handelskammer Nord-Westfalen und die Handwerkskammer Münster haben bereits ihre Bereitschaft signalisiert, sich in diesem Themenfeld zu engagieren.

I.V.

gez.
Schultheiß
Stadtdirektor

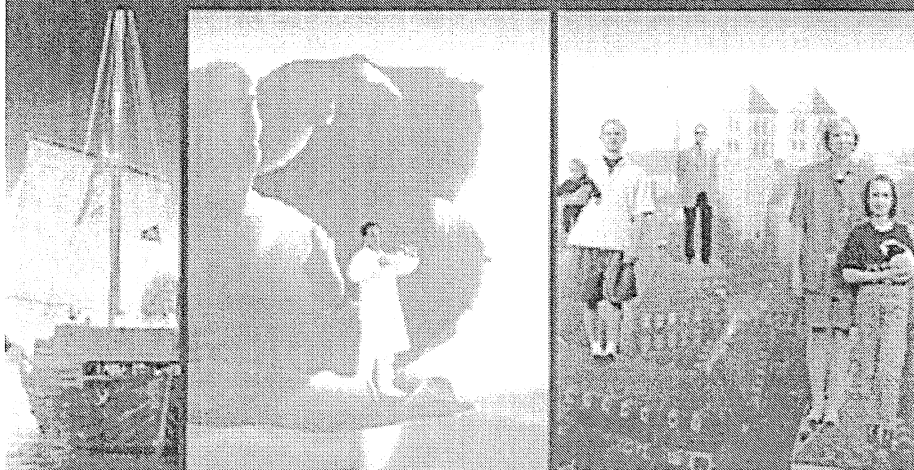
Anlagen

- Anlage 1: Zukunft macht Geschichte – Ziele und Leitorientierungen für die Zukunft von Münster (Beschluss des Rates 26.05.2004)
- Anlage 2: Vortrag von Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert im Zukunftsgespräch
- Anlage 3: Bericht über das Zukunftsgespräch am 08.09.2006
- Anlage 4: Dankesrede von Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert anlässlich der Verleihung der Paulus-Plakette
- Anlage 5: Ergebnisse der Arbeitskreise des Beirats Münster Marketing zur Vorbereitung des Zukunftsgesprächs
- Anlage 6: Jährliche Veranstaltungswoche zur Erinnerung an den Westfälischen Frieden

STADT MÜNSTER

Zukunft macht Geschichte

Fundament
Profil
Ziele & Leitorientierungen
für Münster



Unser Fundament

Wir sind eine Stadt mit hohem Verantwortungsbewusstsein

- für gute Erziehungs-, Bildungs- und Lebensperspektiven unserer Kinder und Jugendlichen
- für eine familienfreundliche und generationsgerechte Stadtentwicklung
- für eine umfassende Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am städtischen Leben
- für eine Gleichstellung von Mann und Frau in allen Bereichen der Stadtgesellschaft
- für die Stärkung des Grundsatzes der Subsidiarität und Förderung bürgerschaftlicher Eigenverantwortung und der freien Träger
- für soziale Solidarität zwischen allen Teilen der Bürgerschaft
- für eine gute Nachbarschaft von Menschen deutscher und ausländischer Herkunft
- für die Pflege des interkulturellen Lebens
- für die Notwendigkeit nachhaltiger Zukunftsgestaltung
- für lokale und globale Zusammenhänge
- für friedenssicherndes und humanitäres Handeln

Wir wissen um die besondere Bedeutung unserer Stadtteile und werden auch in Zukunft für deren Lebendigkeit und Funktionsfähigkeit Sorge tragen

Wir wissen um die enge Verbindung von Stadt, Münsterland und Westfalen und werden daher besondere Verantwortung für eine gemeinsame Entwicklung übernehmen

Wir setzen weiterhin auf bürgerschaftliches Engagement, auf ein vielfältiges städtisches Leben und auf das besondere Münster-Gefühl all derer, die sich mit unserer Stadt verbunden fühlen

Unser Profil

Wissenschaft und Lebensart

Unsere Leitorientierungen

Wir werden einer der führenden Bildungs-,
Wissenschafts-, Forschungs- und Entwicklungs-
standorte in Europa

Wir werden als Wirtschaftsstandort die Stadt
des dynamischen Mittelstandes in Nordrhein-
Westfalen

Wir werden als ein kulturelles Zentrum unseres
Landes Projekte mit internationaler
Ausstrahlung entwickeln

Wir wollen das Zentrum für Verwaltungen und
Institutionen sowie für öffentliche und private
Dienstleistungen in Westfalen bleiben und an
ihrer Modernisierung aktiv mitwirken

Wir werden das unverwechselbare Stadtbild
bewahren und die City als Ort der Begegnung,
als Marktplatz und als Motor der Stadtent-
wicklung stärken

Wir werden Münster zu einer Stadt mit höchster
Lebens- und Erlebnisqualität weiterentwickeln:

- mit hoher Umwelt- und Naturqualität
- mit breitem Freizeit- und Sportangebot
- mit hohem Wohnwert, Familienfreundlichkeit
und sozialer Balance in der Stadtgesellschaft

Wir werden Münster auf der Basis unserer
Geschichte und des Prinzips von „Toleranz
durch Dialog“ zu einer weltoffenen Stadt
weiterentwickeln

**Wir setzen uns weiterhin dafür ein,
dass Münster nachhaltig lebenswert bleibt -
als Stadt im Gleichgewicht!**

Vom Rat der Stadt Münster am 26. Mai 2004 beschlossen;

Dr. Thomas Hauff
Amt für Stadt- und
Regionalentwicklung, Statistik
Stadt Münster
Tel.: 02 51-4 92-12 10
Fax: 02 51-4 92-79 05
E-Mail: Haufftho@stadt-muenster.de

Bernadette Spinnen
Münster Marketing
Stadt Münster
Tel.: 02 51-4 92-27 00
Fax: 02 51-4 92-79 54
E-Mail: Marketing@stadt-muenster.de





1. Münsteraner Zukunftsgespräch

**Warum muss Münster sich als
„regionale“ Wissenshauptstadt profilieren?**

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Heribert Meffert

Münster, 08.09.2006

© Prof. Dr. Dr. h.c. mult. H. Meffert, Marketing Centrum Münster

- 1 -

Agenda



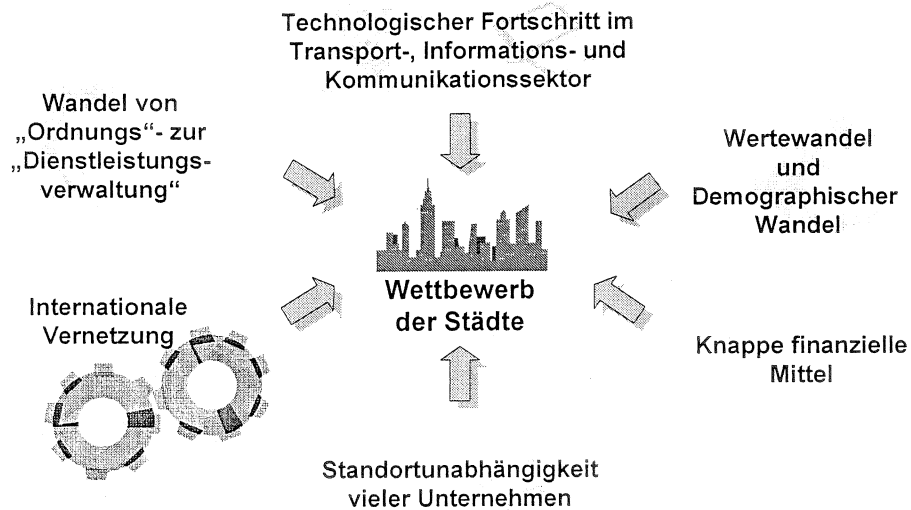
1. Bedeutung Stadtmarketing und Stadtentwicklung

2. Ziel und Vorgehensweise Beirat Münster Marketing

© Prof. Dr. Dr. h.c. mult. H. Meffert, Marketing Centrum Münster

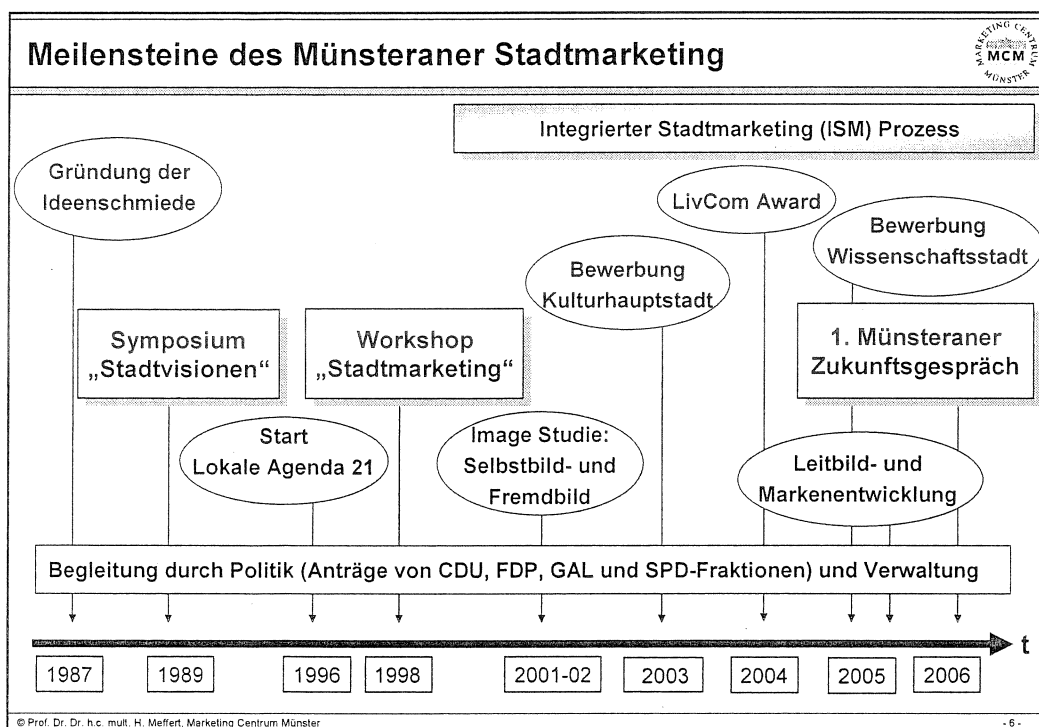
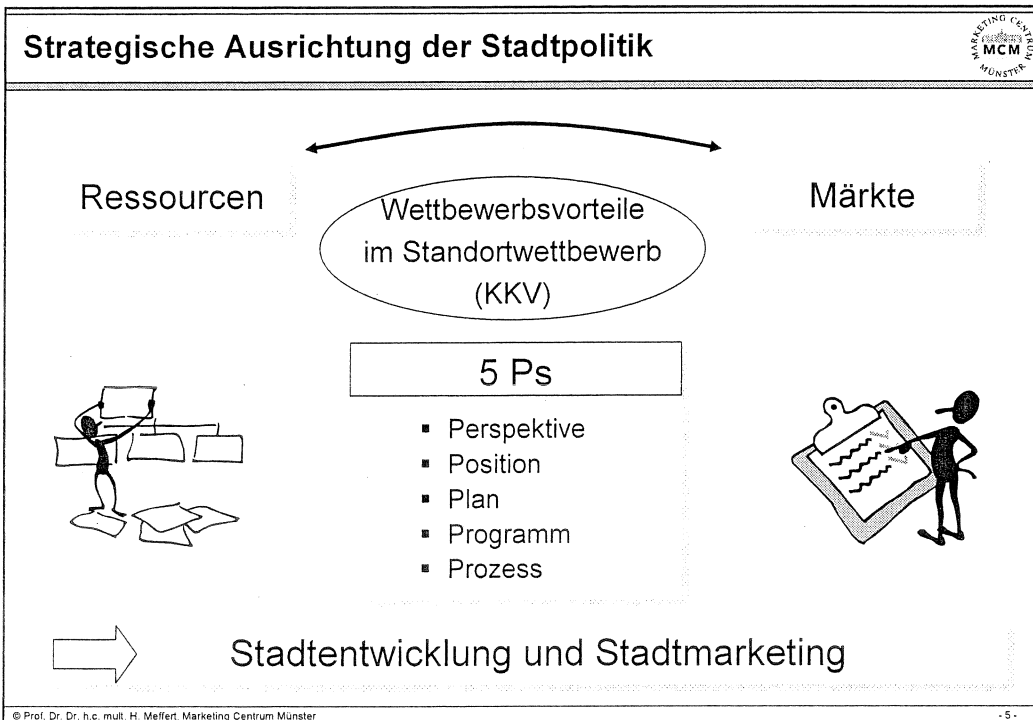
- 2 -

Aktuelle Herausforderungen im Standortwettbewerb



Münster begegnet Wettbewerb in vielfältiger Hinsicht

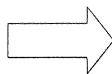
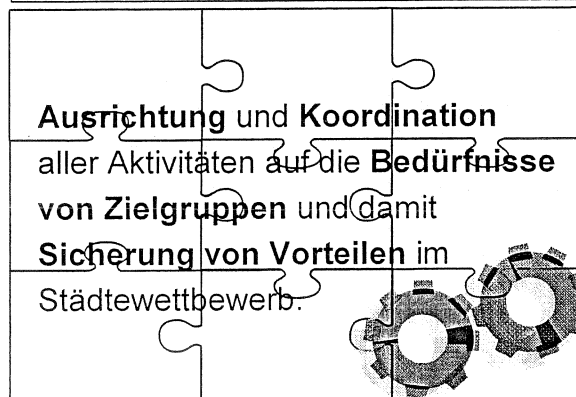
ESSEN RUHRGEBIET 2010 Kulturhauptstadt 2010	Kultur Bildung Wirtschaft	Dresden. Stadt der Wissenschaft 2006
10 Hochschulen im Exzellenzcluster	STADT MÜNSTER	11 Metropolregionen



Verständnis von Stadtentwicklung und Stadtmarketing als...

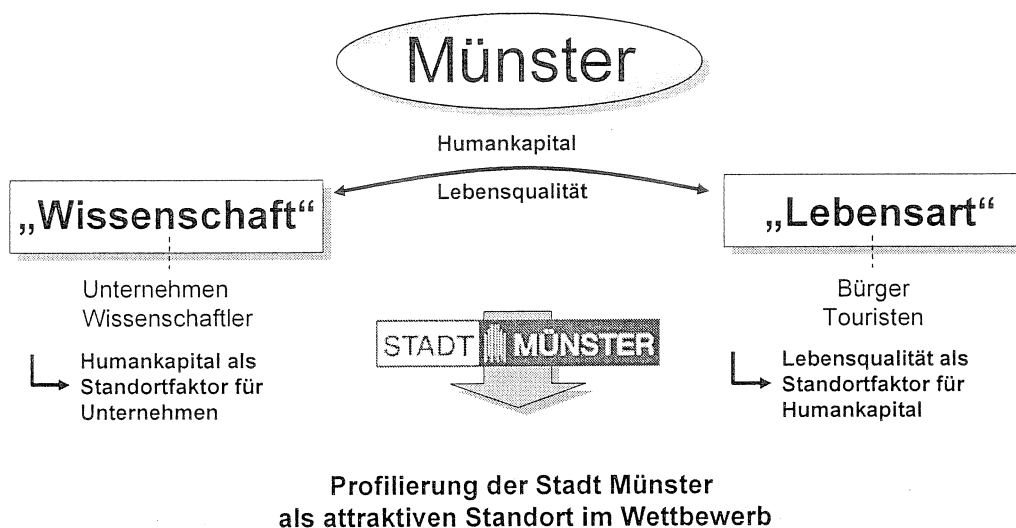


...integrierter Prozess (ISM-Prozess)



Profilierung als attraktive Stadt im Wettbewerb

Ergebnis des ISM-Prozesses: Leitbild für Münster



Agenda



1. Bedeutung Stadtmarketing und Stadtentwicklung
2. Ziel und Vorgehensweise Beirat Münster Marketing

Ausgangsfrage und Ziel der Münsteraner Zukunftsgespräche



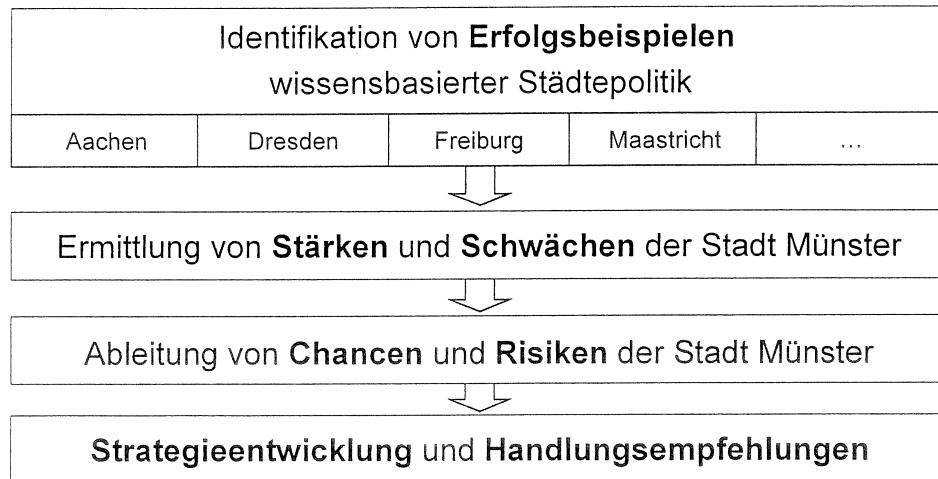
Zentrale Fragestellung

- Was bedeutet die Wissensgesellschaft für die Zukunft der Europäischen Stadt?
- Welche Maßnahmen sind erforderlich, um im internationalen Städte- und Standortwettbewerb zu bestehen?

Ziel

- Profilierung von Münster als regionale Wissenschaftshauptstadt

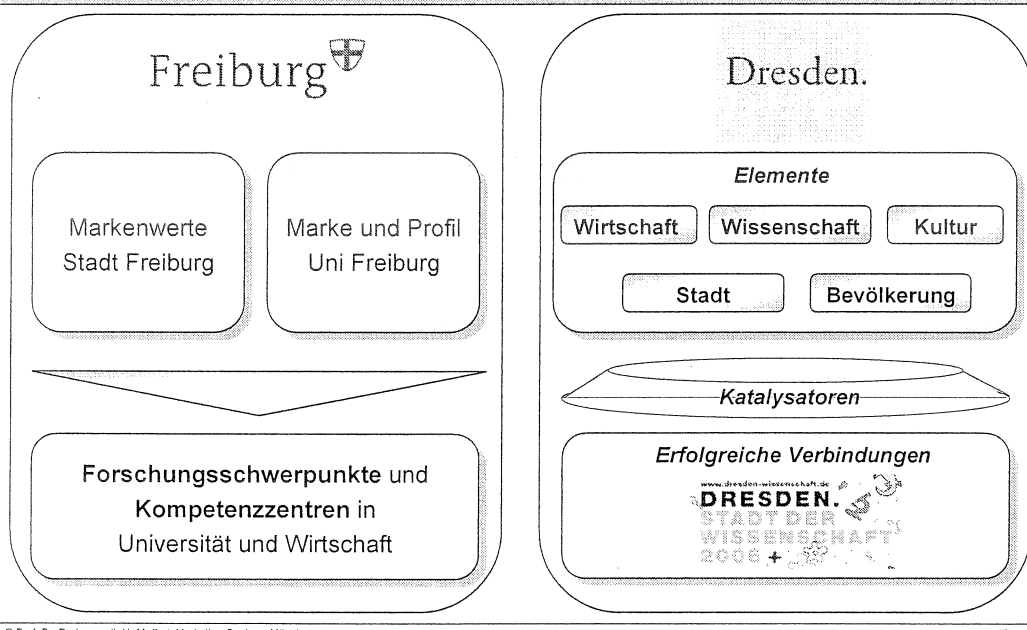
Vorgehensweise der Arbeitskreise



© Prof. Dr. Dr. h.c. mult. H. Meffert, Marketing Centrum Münster

- 11 -

Best Practices im Stadtmarketing



© Prof. Dr. Dr. h.c. mult. H. Meffert, Marketing Centrum Münster

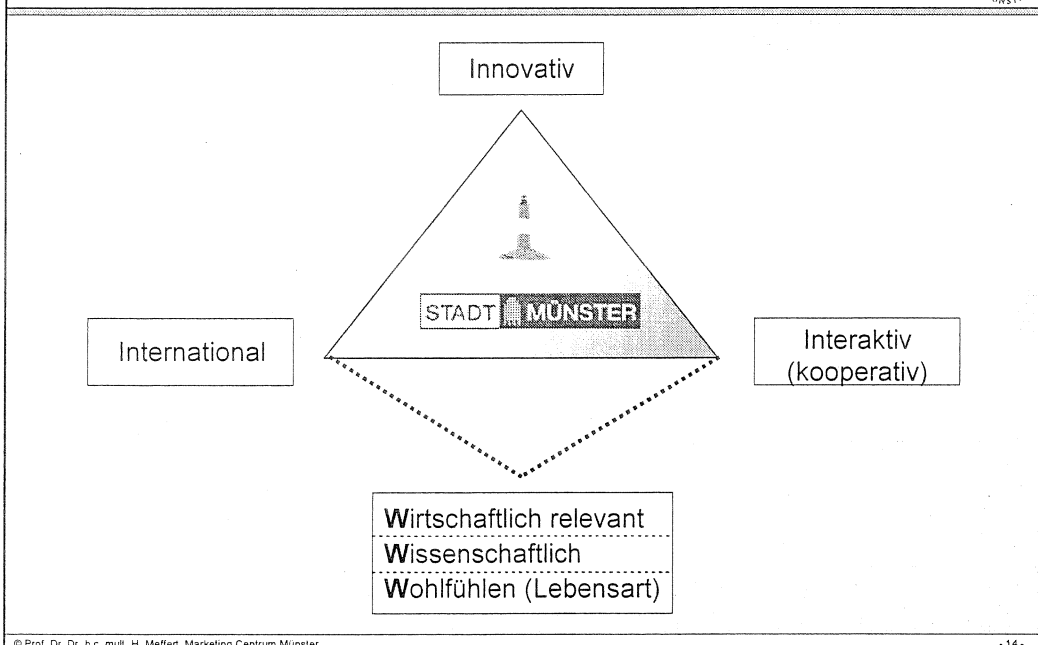
- 12 -

SWOT Stadt Münster - Gesamtüberblick

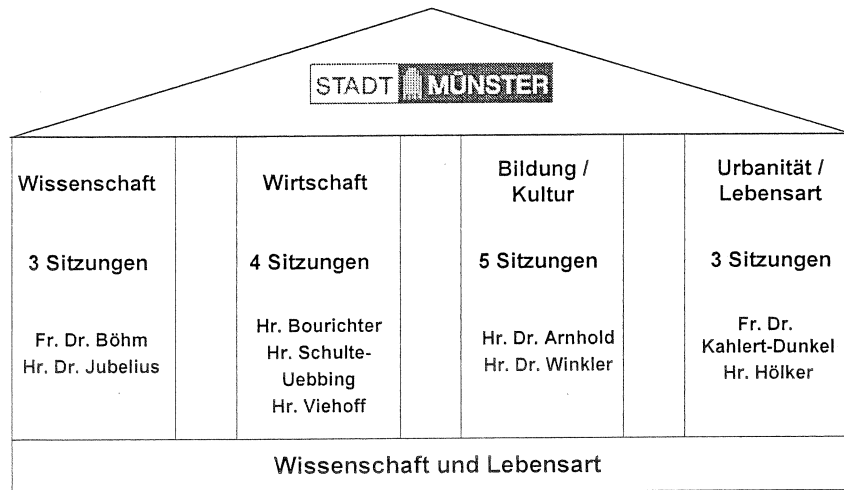


Stärken ▪ Dichte und Qualität an Bildungseinrichtungen (insbes. Hochschulen) ▪ Hohes Bildungsniveau der Bürger ▪ Hohe Lebensqualität ▪ Intakte Infrastruktur ▪ Demographie (Junge Stadt)	Schwächen ▪ Vernetzung und Dialog zwischen Stadt, Hochschulen und Wirtschaft zu wenig ausgeprägt ▪ Hochschulen: wenig profiliert ▪ Unternehmen: wenige Großkonzerne und Unternehmenszentralen
Chancen ▪ Profilierung mit Alleinstellungsmerkmalen (Exzellenz) ▪ Potenziale der Demographie und Lebensart konsequent nutzen	Risiken ▪ Bedeutungs- und Qualitätsverlust im Hochschulwesen (z. B. Exzellenzwettbewerb) Folge: weniger Studierende und Wissenschaftler sinkende Kaufkraft Abwanderung von Betrieben

Kriterien für Leuchttürme / Kompetenzfelder



4 Arbeitskreise – 15 Sitzungen



Zu beantwortende Fragen der Arbeitskreise



- 1 Warum ist das Thema „Wissen“ und „Wissenschaft“ aus Sicht ihres Arbeitskreises relevant?
- 2 Wie schätzen Sie die Ausgangsposition Münsters ein?

Stärken

Schwächen

Chancen

Risiken
- 3 Was schlagen Sie vor, um Münster weiter als „Wissensstadt mit europäischer Ausstrahlung“ zu profilieren?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Bericht über das Erste Münsteraner Zukunftsgespräch „Münster – Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“ (08.09.006, 13.00 h – 17.20 h, Rathausfestsaal)

Herr **OB Dr. Tillmann** eröffnete das Zukunftsgespräch und begrüßte die Anwesenden. In seinen Ausführungen „**Quo vadis Münster – Strategien für Münster**“ verdeutlichte er, dass Münster sich mitten im Strukturwandel und in einem harten Städtewettbewerb befindet. Auf Basis des Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozesses (ISM-Prozess) ist in großem Konsens die Grundsatzentscheidung getroffen worden, sich bei der weiteren Entwicklung an dem Zukunftsprofil „Wissenschaft und Lebensart“ zu orientieren.

OB Dr. Tillmann betonte, dass Wissenschaft ein entscheidender Motor für die Zukunftsfähigkeit von Münster ist und dass die wirtschaftliche Entwicklung in allen Branchen eng an die Nutzung des wissenschaftlichen Potenzials gebunden ist. Auf dem Weg zur „Stadt des Wissens“ spielen Bildung, Kultur und Lebensqualität, aber auch eine stabile soziale Balance wichtige Rollen.

Er machte deutlich, dass trotz der erreichten Fortschritte noch eine Reihe offener Fragen bestehen, die handlungsorientiert diskutiert werden müssen. Beispielhaft wies er auf die Chancen von Münster als Bildungs- und Wissenschaftsstadt im Wettbewerb, die Chancen der großen Milieupluralität in Münster und die Verbindung von Tradition und Zukunft hin. OB Dr. Tillmann bedankte sich beim Beirat Münster Marketing und insbesondere bei Professor Meffert für seine Initiative zum Zukunftsgespräch und bei der Bertelsmann Stiftung für ihre Unterstützung bei der Vorbereitung.

Die Ausführungen von **Dr. Johannes Meier**, Mitglied des Vorstands der Bertelsmann Stiftung, standen unter dem Titel „**Kommunen schaffen Zukunft**“. Angesichts der „Megatrends“ der Globalisierung und des demographischen Wandels sowie einer zunehmenden Differenzierung von Bildungsbiographien hob er die zentrale Rolle von Bildung und Erziehung hervor. Er machte deutlich, dass der globale Wettbewerb „keine lokalen Befindlichkeiten“ kennt und forderte für die lokale Ebene mehr Angebotstransparenz, eine Vernetzung der Träger, ein ressortübergreifendes Prozessmanagement und eine Kultur der Prozessverantwortung.

Professor Walter Siebel, Stadtsoziologe an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, setzte sich mit der Frage einer „**Renaissance der Europäischen Stadt in der Wissensgesellschaft**“ auseinander. Dabei konzentrierte er sich auf die Kennzeichen der europäischen Stadt, stadtrelevante gesellschaftliche Veränderungen (z.B. Globalisierung, ökonomischer Strukturwandel, demographischer Wandel, verringerte kommunale Handlungsspielräume) und Tendenzen für eine neue Attraktivität von Städten als Wohn- und Arbeitsorte.

Professor Siebel machte deutlich, dass die Wissensökonomie urbane Standorte bevorzugt, da Hintergrund- und Kontextwissen an urbane Milieus gebunden sind. Neue-

ren Untersuchungen zufolge wird die urbane Lebensqualität zunehmend zur Grundlage für die städtische Wirtschaftspolitik, da sich die hochqualifizierten Beschäftigten in kreativen Berufen an urbanen Milieus orientieren, d.h. an Städten, deren Bildungs- und Kulturangebot, deren Toleranz und deren differenzierte Szenen besonders ausgeprägt sind. Unter den Bedingungen einer Wissensökonomie ziehen demnach nicht mehr Arbeitskräfte zu den Betrieben, sondern die Betriebe ziehen dorthin, wo qualifizierte Arbeitskräfte gerne leben möchten.

Dr. René Perillieux, Booz Allen Hamilton GmbH, konzentrierte sich in seinem Vortrag **„Kompetenzfelder im Wettbewerb – Was kann Münster von erfolgreichen Wirtschaftsregionen lernen“** anhand von Fallstudien auf Erfolgsfaktoren für regionale Kompetenzzentren. Er machte deutlich, dass anstelle lose koordinierter Einzelmaßnahmen ein integrierter Regionalentwicklungsansatz notwendig ist, der vorhandene Fähigkeiten nützt, die einzelnen Aktivitäten eng abstimmt und ein starkes Gewicht auf Innovationen und Zukunftstechnologien legt. Die Entwicklung des Kompetenzprofils für Berlin und die Konzeptentwicklung für die Dubai Health Care City veranschaulichten die Tragfähigkeit dieses Ansatzes.

Bezogen auf Münster stellte Dr. Perillieux die zahlreichen Aktivitäten zur Positionierung, die Ansätze zur Identifizierung potentieller „Leuchttürme“ sowie das hohe Engagement der Akteure heraus. Er plädierte für die Identifikation und Auswahl von „Leuchttürmen“ nach klaren Zielvorgaben mit einer professionellen Projektsteuerung und klarer Realisierungsorientierung. Der Prozess zur Identifikation von „Leuchttürmen“ wurde exemplarisch am Beispiel der Prävention behandelt.

Professor Dr. Dr. h.c. mult. Meffert, Vorsitzender des Beirats Münster Marketing, beschäftigte sich mit der Frage **„Warum muss Münster sich als regionale Wissenshauptstadt profilieren?“** (vgl. Anlage 2). Er stellte heraus, dass Münster dem Wettbewerb in vielfältiger Weise begegnet und forderte daher als Antwort eine strategische Ausrichtung der Stadtpolitik, die im Spannungsfeld zwischen Ressourcen und Märkten entsprechende Wettbewerbsvorteile erzielen muss. Ziel ist die Profilierung von Münster als einem attraktiven Standort im Wettbewerb anhand des Leitprofils „Wissenschaft und Lebensart“.

Im zweiten Teil des Vortrags skizzierte Professor Meffert das Vorgehen des Beirats Münster Marketing bei der Vorbereitung des Zukunftsgesprächs. Ausgehend von dem Ziel, Münster als „regionale“ Wissenshauptstadt im Wettbewerb zu profilieren, hat der Beirat Münster Marketing vier Arbeitskreise gebildet, die Stärken-Schwächen-Analysen und Chancen-Risiko-Analysen für Münster durchgeführt sowie Strategie- und Handlungsempfehlungen abgeleitet haben.

Als Kriterien für Kompetenzfelder bzw. „Leuchttürme“ formulierte Professor Meffert einerseits „innovativ“, „interaktiv“ im Sinne von kooperativ und „international“, andererseits stellte er deren Bezüge zur Wissenschaft und zum Wohlfühlen (Lebensart)

sowie deren wirtschaftliche Relevanz heraus. Hinsichtlich der Vorschläge zur Profilierung von Münster als Wissenschaftsstadt mit regionaler Ausstrahlung verwies er auf die folgenden Talkrunden.

In der Talkrunde **„Wissen schafft Zukunft – Wissenschaft und Wirtschaft“** wurden folgende Punkte diskutiert:

- In Münster setzt sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass Hochschulen und Stadt einander brauchen. Die Hochschulen sind verantwortlich für die wissenschaftliche Profilbildung und benötigen hierfür ein hervorragendes Umfeld. Hier ist die Stadt gefordert, entsprechende Standortbedingungen zu bieten bzw. zu schaffen. Die Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Stadt hat sich in den letzten Jahren intensiviert und verstetigt. Im nächsten Schritt muss es darum gehen, strategische Kompetenzfelder zu definieren und sich auf gemeinsam getragene „Leuchttürme“ zu verständigen. Zudem muss noch stärker daran gearbeitet werden, den Studierenden Chancen zu bieten, auch nach Abschluss des Studiums in Münster zu bleiben (**Fr. Dr. Böhm, Kanzlerin der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster**).
- Die wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster arbeitet an einer verstärkten Vernetzung mit der Wirtschaft in Münster und im Münsterland. Hierzu werden gegenwärtig ein Netzwerk wissenschaftlicher Expertinnen und Experten sowie ein professionelles Projektmanagement aufgebaut. Die Herausforderung des Schnittstellenmanagements zwischen Wissenschaft und Praxis ist erkannt und wird mit diesem Projekt offensiv angegangen (**Fr. Prof.in Dr. Theurl, Dekanin der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster**).
- Im Rahmen der Exzellenzinitiative steht die Westfälische Wilhelms-Universität in einem harten bundesweiten Wettbewerb mit den anderen Hochschulen. Der Antrag „Religion und Politik“ vereint wissenschaftliche Exzellenz mit der Kompetenz von Münster als historischem Erinnerungsort (z.B. Stadt des Westfälischen Friedens). Damit bestehen gute Chancen, diese Stärken von Münster zu einem identitäts- und profilbildenden Faktor weiterzuentwickeln (**Fr. Prof.in Dr. Stollberg-Rilinger, Koordinatorin des Antrags „Religion und Politik“ der Westfälischen Wilhelms-Universität im Rahmen der „Exzellenzinitiative“**).
- Zwischen Handwerk und Wissenschaft bestehen bereits vielfältige Verbindungen (z.B. Zentrum für Handwerk und Wissenschaft). Gleichwohl muss die Kommunikation intensiviert und die Vernetzung verstärkt werden. Ziel muss es sein, den gegenseitigen Austausch zwischen Wissenschaft und Unternehmen zu verbessern und hierfür geeignete Plattformen zum Beziehungsmanagement zu entwickeln (**Hr. Eiling, Stellvertr. Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Münster**).
- Die Wissenschaft muss sich mehr für die Unternehmen öffnen. Daher wird die Initiative der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, einen Expertinnen- und Ex-

pertenpool einzurichten, sehr begrüßt. Konkret wird es Gespräche zu einer weiteren Vernetzung geben. Die in den Wirtschaftswissenschaften gut entwickelten Ehemaligennetzwerke sind um andere Fachbereiche zu ergänzen. Dann können sie von der Wirtschaftsförderung als zusätzliches Angebot für anzusiedelnde Unternehmen pro Münster und Münsterland genutzt werden, gleichzeitig können die Hochschulen mit dem Plus einer guten Wirtschaftsvernetzung Studenten werben **(Hr. Schulte-Uebbing, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen)**.

In der Talkrunde „**Wissen schafft Münster – Bildung/Kultur und Urbanität/Lebensart**“ wurden folgende Punkte thematisiert:

- Investitionen in Bildung sind wichtige Voraussetzungen für wirtschaftlichen Erfolg in der Wissensgesellschaft. Kultur ist weit mehr als nur ein weicher Standortfaktor. Der Freizeit- und Kulturbereich sind zudem wichtige Wirtschaftszweige mit sehr positiven Zukunftsprognosen. Münster soll weiterhin auf seine Kompetenzen im Vordenken setzen. Münster bietet sich aufgrund seiner Stärken für Modellprojekte an: für interkulturelles Lernen, für Lernen im Generationenverbund und für Begabtenförderung. Insgesamt ist Vernetzung im Bildungs- und Kulturbereich zu verstärken, in dem Netzwerknoten ausgebildet und gefördert werden **(Hr. Dr. Winkler, Vorstandsvorsitzender Westfälische Provinzial Versicherung)**.
- Die Skulpturen-Ausstellungen, die in Münster alle 10 Jahre stattfinden, sind der beste Beweis für die hohe Relevanz von Kunst- und Kulturausstellungen mit internationaler Orientierung. Sie verleihen Münster enorme überregionale Strahlkraft, verstärken die Attraktivität und bilden die Grundlage für Wertschöpfung in der Hotellerie und im Gastgewerbe. Es wurde vorgeschlagen, zur „temporären Entprovinzialisierung von Münster“ auch zwischen den Skulptur.Projekten internationale Kunst- und Kulturprojekte (z.B. in einem Abstand von drei Jahren) zur überregionalen Profilierung von Münster zu entwickeln und zu realisieren **(Hr. Dr. Arnhold, Direktor des Westfälischen Landesmuseums für Kunst und Kulturgeschichte)**.
- Münster bietet bereits eine hohe Lebensqualität und eine vielfältige Lebensart. Münster kann aber noch mehr Weltoffenheit und Internationalität vertragen. Beispielsweise hierfür stünde eine internationale Schule. Die bisherigen Schritte auf dem Weg zur „Internationalisierung des Bildungswesens“ in Münster stellen einen Schritt in die richtige Richtung dar. Auf dem Weg zu einer europäischen Wissenschaftsstadt müssen die Bürgerinnen und Bürger mitgenommen werden. Die Chancen für Münster aus dieser Entwicklung sollten an praktischen Beispielen verdeutlicht werden. Hier ist eine verbesserte Kommunikation und die Arbeit in Netzwerken anzustreben **(Fr. Dr. Kahlert-Dunkel, Unternehmerin)**.
- Münster steht im Wettbewerb und muss sich auf seine Stärken besinnen. Es gilt, gemeinsam langfristige Ziele zu vereinbaren und diese gemeinsam anzustreben. Die Kräfte müssen auf das Wesentliche konzentriert werden. Münster muss den

Willen haben, die „Nummer Eins“ zu werden. Die Menschen in Münster identifizieren sich stark mit ihrer Stadt. Es muss den Menschen Mut gemacht werden, sich zu engagieren. Gleichzeitig verdienen diejenigen, die sich bereits für Münster engagieren, zusätzliche Unterstützung. Das Engagement sollte zudem stärker gewürdigt werden (**Hr. Hölker, Coppenrath Verlag**).

Die abschließende Talkrunde „**Ist Münster auf dem richtigen Weg?**“ kam zu folgenden Ergebnissen:

- Der Standortwettbewerb wird zunehmend davon bestimmt, welche Qualität der Zugang zu Wissen und zur Wissenschaft hat. Hier ist die Wissenschaftsstadt Münster bereits auf gutem Wege. Beispielsweise hat sich im Rahmen des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“ ein „Netzwerk für die Zukunft“ gebildet, dem Hochschulen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen und relevante Institutionen angehören. Mit dem Wissenschaftsbüro hat die Stadt Münster bereits einen Netzwerkknoten eingerichtet.

Angesichts des zunehmenden Wettbewerbs bedarf es einer systematischen Weiterentwicklung der Kooperationsstrukturen. Münster braucht dringend eine „Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt“, d.h. eine Allianz für Münster, die gemeinsam von Stadt, Hochschulen, Wissenschaftsakteuren und Wirtschaft getragen wird. In der Allianz muss nicht nur an einem gemeinsamen Marketing für die Wissenschaftsstadt gearbeitet werden, sondern es müssen ebenso gemeinsam Exzellenzfelder identifiziert und gemeinsam realisiert werden. Um die Entwicklung von Exzellenz in der Wissenschaftsstadt zu fördern, wird darüber hinaus die Gründung einer gemeinnützigen Wissenschaftsstiftung vorgeschlagen (**Hr. Prof. Dr. Dr. h.c. Wittkämper, Vorsitzender des Wirtschaftsbeirats der Arbeitsstelle Forschungstransfer der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster**).

- Die Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Stadt hat sich in den letzten Jahren intensiviert und verstetigt. Im nächsten Schritt muss es darum gehen, strategische Kompetenzfelder zu definieren und sich auf gemeinsam getragene „Leuchttürme“ zu verständigen. Aus dieser Erkenntnis muss gemeinsames Handeln aller Akteure erwachsen. Die Universität hat die Aufgabe, ihre Stärken auszubauen. Alle gesellschaftlichen Gruppen müssen sich bemühen, „kreative“ Köpfe in Münster zu halten und neue „Köpfe“ zu gewinnen (**Fr. Dr. Böhm, Kanzlerin der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster**).
- Münster bietet als Wissenschaftsstadt großes Potenzial für die Wirtschaft. Es gilt, dieses „schlummernde Potenzial zu wecken“ und es besser für die Wirtschaft nutzbar zu machen. Notwendig sind eine weitere Professionalisierung des Wissensaustauschs sowie die Vernetzung und der Ausbau bestehender Initiativen (z.B. Gründungsinitiative, Technologieinitiative). In gemeinsamer Anstrengung muss die Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft intensiviert werden (**Hr. Viehoff, Vorsitzender der Wirtschafts-Initiative Münster**).

- Münster lebt vom Erfolg der Wissenschaft. Die Profilierung von Münster als Wissenschaftsstadt - verbunden mit der Betonung von Lebensart und Wirtschaft - ist der Dreh- und Angelpunkt für den Erfolg Münsters im Wettbewerb der Städte. Diese Strategie hat bereits Erfolge gebracht, die Umsetzungsgeschwindigkeit muss aber erhöht werden, da die Wettbewerber im Inland und Ausland sehr aktiv sind.

Von der Profilierung Münsters als Wissenschaftsstadt profitiert die gesamte Stadt. Nicht nur die Wissenschaft selber und die Wirtschaft, sondern allen Bürgerinnen und Bürger kommt die Wissenschaftsstadt zu gute (z.B. Arbeitsplätze, qualifizierte Arbeitskräfte, Nachfrage, ehrenamtliches Engagement). Wichtig ist es daher, die Münsteranerinnen und Münsteraner zu Botschaftern der Wissenschaftsstadt zu machen und den Wandel von einer „Verwaltungsstadt“ zu einer „Wissenschaftsstadt“ zu leben (**Hr. Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert, Vorsitzender des Beirats Münster Marketing**).

- Münster hat sich nach einem bürgerschaftlichen Prozess für das Zukunftsprofil „Wissenschaft und Lebensart“ entschieden. Dieser Weg hat sich in den letzten Jahren als richtig erweisen. Das Ziel muss gemeinsam mit entsprechender Arbeitsteilung zwischen den relevanten Akteuren weiter intensiv verfolgt werden. Der Wettbewerbsdruck erfordert verstärkte Kräfte in der Umsetzung (**OB Dr. Tillmann**).

Herr **OB Dr. Tillmann** beendete das Zukunftsgespräch mit einem herzlichen Dank an allen Mitwirkenden und hob die gelungene Moderation durch **Herrn Dr. Bielstein (Pressesprecher der NRW.Bank)** hervor. In seinem Schlusswort betonte Dr. Tillmann, dass die Profilierung als Wissenschaftsstadt keineswegs die Vernachlässigung sozialer oder kultureller Qualitäten bedeutet. Die soziale Balance ist das absolut notwendige „Standbein“ für die Entwicklung der Wissenschaftsstadt mit dem „Spielbein“. Er appellierte an die Anwesenden, ihren Teil zur weiteren Entwicklung von Münster als Stadt der Wissenschaft und als Stadt des Wissens beizutragen.

**Stadt Münster
Beirat Münster Marketing
Bertelsmann Stiftung**

Erstes Münsteraner Zukunftsgespräch:

***Münster -
Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb***

**08. September 2006, 13.00 Uhr
Festsaal im Historischen Rathaus zu Münster
Prinzipalmarkt 8/9, 48143 Münster**

- Musikalische Eröffnung
- **Quo vadis Münster - Strategien für Münster**
(Oberbürgermeister Dr. Berthold Tillmann)
- **Kommunen schaffen Zukunft**
(Dr. Johannes Meier, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann Stiftung)
- **Renaissance der Europäischen Stadt in der Wissensgesellschaft?**
(Prof. Dr. Walter Siebel, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg)
- **Kompetenzfelder im Wettbewerb - Was kann Münster von erfolgreichen Wirtschaftsregionen lernen?**
(Dr. René Perillieux, Booz Allen Hamilton GmbH)

Pause (14.40 - 15.10 Uhr)

- **Warum muss Münster sich als "regionale" Wissenshauptstadt profilieren?**
(Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert, Vorsitzender des Beirates Münster Marketing)
- Talkrunde:
Wissen schafft Zukunft - Wissenschaft und Wirtschaft
 - Dr. Bettina Böhm
(Kanzlerin der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster)
 - Karl-Friedrich Schulte-Uebbing
(Hauptgeschäftsführer der IHK Nord Westfalen)
 - Hermann Eiling
(Stellv. Hauptgeschäftsführer der HWK Münster)
 - Prof. Dr. Barbara Stollberg-Rilinger
(Kordinatorin des Antrages "Religion und Politik" im Rahmen der "Exzellenzinitiative")
 - Prof. Dr. Theresia Theurl
(Dekanin der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster)
- Talkrunde:
Wissen schafft Münster - Bildung/Kultur und Urbanität/Lebensart
 - Dr. Hermann Arnhold
(Direktor des Westfälischen Landesmuseums für Kunst und Kulturgeschichte)
 - Dr. Heiko Winkler
(Vorstandsvorsitzender der Westfälische Provinzial Versicherung)
 - Dr. Gabriele Kahlert-Dunkel
(Unternehmerin)
 - Wolfgang Hölker
(Coppenrath Verlag)
- Schlusstalk:
Ist Münster auf dem richtigen Weg?
 - Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert
(Vorsitzender des Beirates Münster Marketing)
 - Dr. Berthold Tillmann
(Oberbürgermeister der Stadt Münster)
 - Dr. Bettina Böhm
(Kanzlerin der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster)
 - Prof. Dr. Dr. h.c. Gerhard W. Wittkämper
(Vorsitzender des Beirates der Arbeitsstelle Forschungstransfer der Westf. Wilhelms-Universität)
 - Tobias Viehoff
(Vorsitzender der Wirtschafts-Initiative Münster)

Moderation:
Dr. Klaus Bielstein (Pressesprecher der NRW.BANK)

Dankesrede anlässlich der Überreichung der Paulus Plakette

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Heribert Meffert

Stadtentwicklung und Stadtmarketing

Münster im Spannungsfeld zwischen Tradition und Fortschritt

08. September 2006, 18:00 Uhr
Münster, Stadthaus I

[Es gilt das gesprochene Wort]

I.

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister Dr. Tillmann, sehr geehrte Damen und Herren des Rates der Stadt Münster, liebe Mitglieder des Beirates Münster Marketing, liebe Freunde und Weggefährten, sehr geehrte Damen und Herren,

es ist heute für mich ein großer Tag, ein Tag, der die Zukunftsgespräche für unsere Stadt mit meiner persönlichen Ehrung verbindet. Die Tatsache, dass mich die Stadt Münster aus Ihren Händen, Herr Oberbürgermeister Dr. Tillmann, mit der Paulus-Plakette auszeichnet, erfüllt mich mit Freude und Dankbarkeit. Ich danke Ihnen und dem Rat der Stadt für die hohe Anerkennung, die Sie mir mit dieser Ehrung zuteil werden lassen. Ich bin mir bewusst, dass die Paulus-Medaille die höchste Auszeichnung ist, welche die Stadt außer der Ehrenbürgerschaft verleiht. Ich bin mir ebenso bewusst, dass ich als erster Wirtschaftswissenschaftler diese Ehrung entgegen nehmen darf. Ich möchte diese Ehrung aber auch stellvertretend für die Vielzahl von Münsteranern, die sich für unsere Stadt engagiert und ehrenamtlich verdient gemacht haben, entgegen nehmen.

In Ihrer Laudatio, lieber Herr Dr. Tillmann, heben Sie hervor, dass ich mit meinen wissenschaftlichen Initiativen und Leistungen auf dem Gebiet der marktorientierten Unternehmensführung zur Entwicklung und Profilierung der Stadt Münster beigetragen und mich als Botschafter und Berater für das Stadtmarketing engagiert habe. Es war dies mit der Gründung des ersten Instituts für Marketing an unserer Universität im Jahre 1969 in der Tat ein langer Weg, der mich im konsequenten Dialog mit der Wirtschaftspraxis auch und insbesondere den Anliegen der Stadtentwicklung von Münster näher brachte. Es waren für mich nicht nur die Herausforderungen, als Marketingwissenschaftler neue Wege zu gehen, sondern auch ein echtes persönliches Anliegen, das einem inneren Bedürfnis auf Zuwendung und Zuneigung zu dieser Stadt entspricht.

Münster setzt als Wissenschaftsstadt auf Zukunft und kann dies mit Geschichte und Tradition verbinden. Ich möchte deshalb mit dem Blick des Wissenschaftlers einige Anmerkungen zum Spannungsfeld zwischen Tradition und Fortschritt aus der Perspektive und den Erfahrungen mit der Stadtentwicklung und dem Stadtmarketing machen. Doch lassen Sie mich zuvor kurz einiges zu meiner persönlichen Geschichte, zu meinen Begegnungen mit und Erfahrungen in Münster als Stadt des Wissens und der Lebensart sagen.

II.

Als Bayer lag Münster für mich weit hoch im Norden und war eine geschichtsträchtige Stadt, deren Silhouette ich erstmals auf großer Abiturfahrt nur vom Zug aus kurz wahrnahm. Als ich 12 Jahre später in den unruhigen 68er Jahren von München auf einen Lehrstuhl für Betriebswirtschaft an die Universität Münster berufen wurde, verabschiedete mich mein damaliger Chef mit den Worten: „München und Münster haben nur die ersten drei Buchstaben gemeinsam, Sie finden dort eine andere Welt: Provinzhauptstadt mit preußischer Tradition und strengen akademischen Sitten, katholische Stadt mit konservativem Bürgertum, in der es häufig regnet.“

Und was habe ich damals vorgefunden? Eine attraktive, überschaubare und wohl geordnete Stadt, in der die Universität eine moderne, mitbestimmte Verfassung einführte, Professoren keine Talare mehr trugen und eine aufgeschlossene Fakultät, die einem jungen Nachwuchswissenschaftler den Vertrauensvorschuss für die Gründung des ersten Marketinginstituts in Deutschland gab. Ich fühlte mich in

dieser Stadt mit den vielen jungen Menschen, den zahlreichen Kneipen, historischen Gebäuden und niveauvollen Geschäften schnell wohl, vermisste allerdings bei zahlreichen unerwarteten Sonnentagen die Straßencafés mit lebensfrohen Bürgern.

Es hieß also Vorurteile korrigieren, die Arbeitsatmosphäre und Freiräume an der Hochschule nutzen und sich mit der Lebensart der Stadt für einen überschaubaren Zeitraum zwischen 3 und 5 Jahren zu arrangieren. Was ich damals nicht vorhersehen konnte war, dass Münster – trotz zahlreicher Lockrufe anderer Hochschulen und Städte – zur unzertrennlichen Wahlheimat werden würde. Ausschlaggebend hierfür war einmal die kooperative Fakultätskultur mit dem zukunftsweisenden Lehr- und Forschungsbetrieb (man spielt gern auf vorderen Plätzen in der 1. Liga) und die inzwischen lieb gewonnene Lebensart mit der in jeder Hinsicht gedeihlichen Atmosphäre Münsters. Aus dem gebürtigen Rheinländer und im Allgäu aufgewachsenen Bayer ist also ein überzeugter Münsteraner geworden.

III.

Vor diesem persönlichen Erfahrungshintergrund stellte sich mit dem Auf- und Ausbau des Instituts für Marketing auch die Frage, was diese Disziplin für die Entwicklung und Profilierung der Heimatstadt leisten kann. Dies umso mehr, als sich in den USA meine Fachdisziplin längst mit der Frage beschäftigte, wie man erfolgreiches Marketing aus dem Konsumgüterbereich (Waschmittel, Automobile) auch auf den öffentlichen und Non-Profit-Bereich übertragen und einsetzen kann.

So entwickelte sich angesichts des wachsenden Standortwettbewerbs bereits in den 70er Jahren das so genannte Regionen- und Städtemarketing, verstanden als Ausrichtung stadtpolitischer Aktivitäten und Maßnahmen auf die Bedürfnisse von Zielgruppen zur Sicherung von Wettbewerbsvorteilen bei der Gewinnung von Touristen, der Ansiedlung von Wirtschaftsbetrieben und Sicherung der Bürgerzufriedenheit.

In diese Zeit fallen auch die ersten Projektarbeiten meines Instituts zur Einstellung der Studierenden und Münsteraner Bevölkerung zur Universität, zum Stadttheater, dem Stadtmuseum und dem Zoo. Später folgte die Moderation der Ideenschmiede, eine Gruppe aktiver junger Bürger, die sich für die Zukunft Münsters als Dienstleistungs-Stadt engagierte und gemeinsam mit der zuständigen Stadtpolitik 1989 das Symposium „Stadtvisionen“ initiierte. Was folgte ist bekannt: Der Start der lokalen Agenda 21, zahlreiche Workshops zum Stadtmarketing, die unter aktiver Bürgerbeteiligung Anfang des Jahres 2002 im integrierten Stadtentwicklung- und Stadtmarketingprozess mündete und in konsequenter Weiterentwicklung des Dialoges mit der Politik und den Bürgern dieser Stadt zum heutigen 1. Münsteraner Zukunftsgespräch führte.

Es ist dies in der Tat eine lange, bisweilen auch beschwerliche Wegstrecke gewesen, in der ich – unabhängig von politischen und bürgerschaftlichen Strömungen – diesen Prozess als moderierender Wissenschaftler begleiten durfte. Es stellen sich mir heute vor allem drei Fragen:

1. Wo steht Münster heute im Konzert des deutschen Städtemarketing?
2. Was hat der integrierte Marketing- und Stadtentwicklungsprozess gebracht?
3. Welche zentralen Herausforderungen und Aufgaben hat die Stadt für eine erfolgreiche Profilierung als europäische Wissenschaftsstadt zu bewältigen?

IV.

Es besteht kein Zweifel, dass das Städtemarketing im deutschsprachigen Bereich in der Wissenschaft zwar zögerlich, in der Praxis jedoch rasche Verbreitung gefunden hat. Eine aktuelle, vergleichende Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik bestätigt diese Entwicklung, zeigt jedoch ein viel schillerndes Bild vom Marketingverständnis und heterogenen Ausgestaltungsformen des Städtemarketing. Im Wesentlichen können folgende drei Versionen unterschieden werden:

1. Eine nicht unerhebliche Zahl der Städte will mit Marketing „die Stadt bekannt machen und verkaufen“. Dementsprechend stehen der Einsatz ausgewählter Marketinginstrumente, insbesondere die Werbung, Promotions und das Sponsoring zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und Verbesserung des Images im Mittelpunkt. Aktionsbezogene Maßnahmen und Events beherrschen die Szene.
2. Andere wiederum verstehen Stadtmarketing als mehr oder weniger gleichberechtigte Funktion. Man hat einen Marketingverantwortlichen, eine neue Planstelle für einen City-Manager oder gar eine Marketing GmbH. Das Aufgabenspektrum umfasst auch Fragen der strategischen Positionierung und reicht über kommunikative Maßnahmen hinaus. Etwa ein Drittel deutscher Städte hat sich in diese Richtung entwickelt.
3. Dem eigentlichen Marketingverständnis als Leitidee und umfassende marktorientierte Führungsphilosophie hat sich nur jede fünfte Stadt verschrieben. Diese Städte verfügen nicht nur über eine Marketingabteilung oder GmbH, sondern verstehen und praktizieren Städtemarketing als Querschnittsfunktion, d. h. Bündelung der strategischen und operativen Maßnahmen auf die Bedürfnisse ausgewählter Zielgruppen. Durch eine bessere Gestaltung des Kunden- bzw. Bürgernutzens sollen Wettbewerbsvorteile (KKV) geschaffen werden. Besonders erfreulich ist, dass vom Institut für Urbanistik die Stadt Münster in dieser Kategorie mit ihrem integrierten Stadtmarketing Prozess (ISM) als hervorstechendes Best Practice-Beispiel genannt wird.

V.

Damit komme ich zu meiner zweiten Frage: Was hat der integrierte Stadtentwicklungsprozess gebracht? Welche Erfolge wurden damit erzielt? Es ist nahe liegend, zunächst auf zahlreiche Aktionen und Maßnahmen zu verweisen, die seit Beginn des Jahrtausends die Szene der Stadt belebt haben. Als Highlight sind hier zum einen die Auszeichnung durch den LivCom Award im Jahr 2004 als lebenswerteste Stadt der Welt zu nennen sowie die durchaus erfolgreichen Bewerbungen der Stadt Münster als Kulturhauptstadt und Wissenschaftsstadt mit dem beispiellosen Bürgerengagement auf dem Prinzipalmarkt. Als weiteres sind auch die Gründung der Wirtschaftsförderung und der Start des Stadtteilmarketing als erfolgreiche Schritte zu werten.

Doch eine solche Betrachtung bleibt an der Oberfläche, denn der Beitrag des Marketing zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Stadt muss sich an den erzielten psychographischen Größen – Bekanntheitsgrad, Image, Zufriedenheit – und an den ökonomisch erzielten Effekten – wie dem Return on Investment – messen lassen. Wie die Marketingeffekte insgesamt so ist auch der wirtschaftliche Rol für

einen Standort als Ganzes nur schwer nachweisbar. Dies umso mehr, weil man Städtemarketing als längerfristige Investition, als Einsatz von Ressourcen zur Akquisition und Bindung von Zielgruppen versteht.

Ein Blick in die vorliegenden aktuellen Befragungen lässt jedoch über die erfreuliche Medienresonanz und wachsendes Sponsorenengagement hinaus folgende positive Tendenzen erkennen:

- Die Zufriedenheit der Bürger mit der Stadt Münster ist leicht gestiegen; die Zufriedenheit bei der Wissenschaft und den Kaufleuten bewegt sich auf hohem Niveau.
- Das Selbst-Image der Bürger ist im Bereich traditioneller Werte relativ stabil; Veränderungen im Bekanntheitsgrad und des Fremdimages werden derzeit analysiert.
- Im Bereich Touristik sind ein positiver Trend in den Besucherzahlen (knapp 10 %) und eine leicht gestiegene Zahl der Übernachtungen feststellbar.
- Auch die Wirtschaftsförderung vermeldet Erfolge (2005: 347 neu geschaffene Arbeitsplätze; 10 realisierte Neuansiedlungen), wenngleich Münster – trotz eines insgesamt guten Rankings (Platz 8) – bei den relevanten Struktur- und Wirtschaftsdaten Einbußen zu verzeichnen hat. Hervorzuheben ist hier insbesondere der hohe Schuldenberg je Einwohner.

Es liegt mir fern als Vorsitzender des Beirats Münster Marketing die Ergebnisse des ISM-Prozesses zu beschönigen oder gar meine Rolle als wissenschaftlicher Moderator zu rechtfertigen. Der ISM-Prozess wird im Hinblick auf seine Qualität im nächsten Monat einer externen Evaluation unterworfen. An dieser Stelle möchte ich zur Qualitätsbeurteilung des Prozesses auf 10 Kriterien eingehen, deren Erfüllung Professor Armin Töpfer als Voraussetzung für ein erfolgreiches Stadtmarketing nennt. Im Einzelnen sind dies:

1. Stadtmarketing ist mehr als nur Werbung
2. Professionelle Planung, Durchführung und Kontrolle
3. Analyse der Ist-Situation
4. Strategische Positionierung mit Alleinstellungsmerkmalen
5. Stadtmarketing als Ausdruck einer City Identity (innen und außen)
6. Stadtmarketing muss früh den Bürgern nahe gebracht werden
7. Stadtmarketing muss alle wichtigen (auch Ziel-)Gruppen berücksichtigen
8. Bürgerorientiertes Verhalten der Verwaltung
9. City-Management als Bestandteil eines umfassenden Stadtmarketing Konzeptes
10. Stadtmarketing kann nicht allein vom Rathaus gemacht werden, sondern ist ein organischer Prozess der Stadtentwicklung

Nicht nur die Insider der Stadtpolitik und Stadtverwaltung werden mir zustimmen, dass diese Erfolgsvoraussetzungen für den ISM-Prozess weitestgehend erfüllt, ja bisweilen auch übererfüllt wurden. Es bleiben aber auch einige wichtige, offene und dringlich zu lösende Zukunftsaufgaben.

So wird niemand bezweifeln, dass der Prozess unter Einbeziehung aller wichtigen Gruppen, frühzeitiger und umfassender Bürgerbeteiligung professionell geplant und organisatorisch in geeigneter Form verankert worden ist. Zusätzlich wurde die Bürgerschaft auch über regelmäßig stattfindende Umfragen repräsentativ einbezogen. Auch ist das Zusammenspiel mit der Stadtentwicklung beispielgebend, wenngleich der Marketingbegriff bei Bürgern und in der Verwaltung immer noch auf Vorbehalte stößt. Was die Herausarbeitung der Ist-Situation betrifft,

so wurde mit zahlreichen Stärken- und Schwächen-, Chancen- und Risikoanalysen fast zu viel des Guten getan. Dabei haben sich Prognosen und Szenarien in der Gruppendiskussion mit Bürgern als schwierig erwiesen, weil es sich dabei bekanntlich um die Zukunft handelt und Zielfestlegungen ja letztlich auch Sache des Führungsverantwortlichen und der Stadtpolitiker sind. Die Integration der Bürger in diese Prozesse stärkt zweifellos deren Identifikation mit den geplanten Vorhaben. Ein zu breiter basisdemokratischer Bürgerdialog birgt aber die Gefahr in sich, dass zwar viele gute Ideen eingebracht, ebenso viele zerredet werden und dass am Ende eines langen Prozesses relativ wenige davon umgesetzt werden.

Nachdem Münster spät mit dem Stadtmarketing begonnen hat, hätte ich mir bei der oft beschworenen Devise „Der Weg ist das Ziel“ etwas mehr Beschleunigung und etwas stärkere Konzentration auf die Weiterentwicklung und Umsetzung von Kernkompetenzen gewünscht. Damit komme ich zu den Herausforderungen der Zukunftsaufgaben der Stadtentwicklung und des Stadtmarketing in Münster.

VI.

Wie zahlreiche europäische Wissenschaftsstädte steht auch Münster mit dem Führungsanspruch im regionalen Raum vor zahlreichen Herausforderungen.

Es sind dies einmal die bekannten, sich überlagernden Megatrends

- demographischer Wandel
- Übergang zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft
- Intensivierung des internationalen und globalen Wettbewerbs
- veränderte Rolle des staatlichen bzw. öffentlichen Sektors

und zum anderen spezifische Standortbedingungen, insbesondere

- regionaler Wettbewerb mit den Ruhrmetropolen.

Ich kann mich hier mit diesen Herausforderungen für Münster nicht im Einzelnen auseinandersetzen. Für die Sicherung und den Ausbau von Wettbewerbsvorteilen erscheinen mir für die Strategieentwicklung dieser Stadt jedoch folgende Annahmen besonders wichtig:

1. Wenngleich Münster sich angesichts des sich im demographischen Wandel abzeichnenden Alterungsprozesses der Bevölkerung in einer relativ günstigen Position befindet (Bertelsmann-Studie 2050: aufstrebendes Demographiecluster), so wäre Optimismus fehl am Platze. Die Altersstruktur der Stadt wird wesentlich von den Studierenden, dem – wie Oberbürgermeister Tillmann treffend bemerkt hat – „geliehenen Jungbrunnen“ und der Zuwanderung bestimmt. Hinzu kommt, dass wir mit Städten wie München, Freiburg, Aachen, Hamburg, Stuttgart oder Düsseldorf im gleichen Cluster stehen, von deren wirtschaftlicher Dynamik wir im internationalen Wettbewerb lernen können.
2. Münster hat zwar als Dienstleistungsstadt mit hohem Wissenspotenzial als Wissenschaftsstandort Wachstumschancen, diese lassen sich aber nur mit einer gesunden Wirtschaftsentwicklung auch und insbesondere im verarbeitenden Gewerbe langfristig erfolgreich realisieren.

3. Der im Zuge der Globalisierung sich weiter abzeichnende Wettbewerbsdruck um finanzielle, personelle und sachliche Ressourcen macht auch vor traditionsreichen Wissenschaftsstädten wie Münster nicht halt. Die Sicherung von Vorteilen in diesem Standortwettbewerb erfordert mehr Offenheit und Abbau von Zutrittsbarrieren (ausländische Studierende, Migranten).
4. Die sich abzeichnenden Engpässe im Finanzhaushalt Münsters müssen zur Sicherung der sozialen Balance durch ein stärkeres bürgerschaftliches Engagement ausgeglichen werden.
5. Der Wettbewerb mit den wirtschaftlich potenten Metropolregionen des Ruhrgebiets bedingt eine stärkere Vernetzung Münsters mit seiner Region und die Entwicklung neuer regionenübergreifender Kooperationsformen.

Was bedeutet dies für die strategische Positionierung der Stadt Münster? Zunächst einmal nicht – wie kürzlich gefordert wurde –, dass man mit der „Breite an die Spitze“ kommt. Im Zuge des Haushaltskonsolidierungsprozesses zwingt dies zur Konzentration auf Kernkompetenzen in dem durch städtepolitischen Konsens im Leitbild Münsters festgelegten Orientierungsrahmen: Wissenschaft und Lebensart. Es erfordert unter Konzentration auf angestammte Stärken die Festlegung von Prioritäten und die Umsetzung solcher Kompetenzfelder in einem Stufenplan. Freilich lässt sich dies nur erreichen, wenn damit auch eine Stärkung der vornehmlich mittelständischen Wirtschaftskraft und im Zuge des Wandels sozial ausgewogene bzw. verträgliche Lösungen gefunden werden.

In diesem Sinne sollte eine auf die Zukunftsfähigkeit abzielende strategische Stadtentwicklung im gemeinsamen Dialog mit der Verwaltung und den relevanten Anspruchsgruppen den Handlungsrahmen für ein leistungsfähiges Marketing der Stadt Münster abstecken. Dabei erachte ich die Lösung und Weiterführung folgender Aufgaben als besonders wichtig:

1. Sicherung und Weiterentwicklung der leitbildkonformen Positionierung von Münster
 2. Profilierung von Münster als Marke
 3. Kontinuierliche Umsetzungs- und Erfolgsnachweise Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozesses
 4. Vernetzung und insbesondere Institutionalisierung der Zusammenarbeit
- Lassen Sie mich auf diese Zukunftsaufgaben kurz eingehen.

Die Sicherung und Weiterentwicklung einer leitbildkonformen Positionierung ist im Spannungsfeld zwischen Tradition und Fortschritt eine permanente und zur Sicherung der Alleinstellung – im Vergleich zum Produkt- oder Firmenmarketing – sehr viel schwierigere Aufgabe. Mit den zentralen Merkmalen unseres Leitbildes „Wissenschaft und Lebensart“ ist Münster nicht nur eine klare Abgrenzung von vielen mit Allgemeinplätzen werbenden Städten gelungen, sondern auch zu zahlreichen Wissenschaftsstädten. Die heutigen Zukunftsgespräche machten aber deutlich, dass wir im Standortwettbewerb neben Wissen und Wohlfühlen im engen Zusammenspiel zwischen Wissenschaft und Bürgern auf **Wandel, Wachstum und erfolgreiches Wirtschaften** setzen müssen (3 große „W's“). Als Beispiele sei hier auf Freiburg, Dresden und Aachen verwiesen. Das bedeutet – wie in den Arbeitsgruppen des Beirats Münster Marketing herausgearbeitet wurde –, dass die Stadt bei der Gestaltung künftiger Handlungsfelder innovativer, internationaler und interaktiver werden muss (3 große „I's“). Dies ist bei Wahrung der Identität leichter gesagt als getan und nur in einem längerfristigen Prozess der Schärfung des Profils zu erreichen.

Damit ist die zweite Aufgabe, die Profilierung der **Stadt als Marke** angesprochen. Seit geraumer Zeit wird der aus dem kommerziellen Bereich (Produkte, Unternehmen) stammende Gedanke der Markenführung auf den Non-Profit-Bereich und hierbei auf Städte, Regionen und Nationen (Made in Germany) übertragen. Ziel ist es, in Verbindung mit einem Zeichen oder Symbol in den Köpfen der Zielgruppen einer Stadt ein klares Vorstellungsbild fest zu verankern. Es ist nachgewiesen, dass im Städtebereich starke Marken auf Menschen Faszination ausüben (New York, Paris), dass sie emotional aktivieren, damit Verhaltenswirkungen auslösen und Bindung bzw. Verbundenheit bewirken. So gesehen stehen Marken für gleich bleibende oder verbesserte Qualität und reduzieren so bei den Zielgruppen den Suchaufwand und das Risiko. Sie fungieren bei den Nachfragern als Orientierungs- und Vertrauensanker und stärken damit die Identität und sichern die Loyalität.

In diesem Sinne sollte Münster über die nationalen Grenzen hinaus die Markenbekanntheit steigern und durch eine identitätsorientierte Führung das Markenprofil schärfen und im Hinblick auf die erwähnten drei großen I's, d. h. innovativ, international und interaktiv weiter ausbauen. Identitätsorientierte Markenführung ist dabei wesentlich mehr als werbliche Imagepolitik. Es gilt, nicht nur die anvisierten Veränderungen im Fremdbild und Korrekturen im Selbstbild, sondern auch eine weitgehende Übereinstimmung dieser Vorstellungsbilder und Images zu erreichen.

Studien, die wir in diesem Zusammenhang mit meinem Institut durchgeführt haben, zeigen, dass wir mit der in vielen Dimensionen weitgehend übereinstimmenden Wahrnehmung von Wissenschaft und Lebensart über eine gute Ausgangsposition verfügen, aber in der Gestaltung des Leistungsprofils und dessen Bekanntmachung ebenso wie in der Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen der Bürger unserer Stadt im Sinne einer zukunftsweisenden und weltoffenen Stadtkultur noch einiges zu tun bleibt. Ein authentisches und glaubwürdiges Markenprofil unserer Stadt wird eben nicht nur und in erster Linie durch aufmerksamkeitsstarke Werbung, sondern vor allem auch durch Leistungen und durch eine entsprechend gelebte Stadtkultur geprägt.

Dies macht nochmals deutlich, dass die Umsetzung und der Erfolgsnachweis des Städtemarketing weit schwieriger als bei Seife, Zigaretten und Automobilen sind. Die Umsetzung der strategischen und operativen Maßnahmen muss nicht nur entlang des im politischen Willensbildungsprozess festgelegten Handlungskorridors konsequent, koordiniert und wirksam erfolgen. Damit spreche ich die dritte Herausforderung des Städtemarketing an.

Auch Münster Marketing muss die Investitionen durch überzeugende Leistungsnachweise rechtfertigen. Dazu bedarf es eines systematischen **Marketing-Controlling**, das Aufschluss über die Effizienz der vielgestaltigen Maßnahmen in den Bereichen Touristik, Wirtschaft, Wissenschaft und Bürgerschaft gibt. Diese Notwendigkeit wurde erkannt und führte zur Entwicklung maßgeschneiderter Monitoring-Systeme.

Weitaus schwieriger ist die letzte Aufgabe, die **Vernetzung** der internen und externen Akteure der Stadtentwicklung. Es kann dies – wie meine Ausführungen deutlich gemacht haben – nicht nur und alleinige Aufgabe von Münster Marketing sein. Münster Marketing kann für die notwendige Intensivierung der Zusammenarbeit der Akteure in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik in der Stadtentwicklung nur die Rolle als Katalysator und integerer Moderator übernehmen. Zur besseren

Ausschöpfung der in unserer Stadt reichlich vorhandenen Potenziale bedarf es – wie das unsere Wettbewerbsstädte erfolgreich praktizieren – einer stärkeren Institutionalisierung der Zusammenarbeit und einer damit verbundenen inneren Verpflichtung der Akteure.

VII.

Damit werden auch die Grenzen des Stadtmarketing sichtbar. Es muss sich in den größeren Zusammenhang der Stadtpolitik und Stadtentwicklung einordnen und den sich verändernden Rahmenbedingungen im härter werdenden Standortwettbewerb anpassen. In den Diskussionen um **New Public Management** ist von neuen Paradigmen und Konzepten der Stadtentwicklung die Rede, die ein erfolgreiches Stadtmarketing aufgreifen und praktizieren müssen. Dies ist in Münster der Fall, und das heutige Zukunftsgespräch zeigt, dass die Stadt im Dialog mit den Bürgern auf dem richtigen Weg ist. Die Sicherung der Zukunftsfähigkeit unserer Stadt wird vor allem dann gelingen, wenn

- Konsens in Stadtpolitik und Stadtverwaltung über die anzustrebenden Ziele besteht,
- eine Konzentration auf die angestammten Kompetenzen und deren Weiterentwicklung erfolgt,
- ein innovatives Klima und Offenheit für Kooperationen besteht,
- die auf die Zielmärkte gerichteten Maßnahmen koordiniert und in ihren Wirkungen kontrolliert werden sowie
- die notwendige Kontinuität beachtet und bei den verantwortlichen Entscheidungsträgern ein Commitment besteht.

Es ist offenkundig, dass unter den veränderten finanziellen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen zur Sicherung einer **ausgewogenen Balance** zwischen wissenschaftlichen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Belangen Eigenverantwortung und bürgerschaftliches Engagement besonders gefragt sind. Auch hier ist Münster auf dem richtigen Weg. Ich selbst habe im ISM-Prozess und im Beirat Münster Marketing erfahren, mit wie viel Herzblut, guten Ideen und innerer Verpflichtung sich die Beteiligten für die Zukunft unserer Stadt engagiert haben. Hierfür und für die stets kooperative Zusammenarbeit möchte ich mich an dieser Stelle ebenso wie bei den für die Umsetzung dieses Prozesses Verantwortlichen, Frau Spinnen und Herrn Dr. Hauff, herzlich bedanken.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, es war mir das Glück beschieden, in meinem Leben, besonders jetzt im Alter, verschiedene Ehrungen und Auszeichnungen entgegennehmen zu dürfen. Bei meiner ersten Begegnung mit Münster hätte ich mir nicht träumen lassen, dass ich diese Stadt so sehr ins Herz schließen würde. Heute macht diese Tatsache jedoch die mir verliehene Paulus-Plakette zur wertvollsten aller Auszeichnungen.

Lassen Sie mich mit einem Zitat des in diesen Tagen Deutschland besuchenden Papstes Benedikt XVI. schließen. Er hat als in dieser Stadt lebender und wirkender Theologie-Professor gesagt: „Eine schöne, ja geradezu vornehme Stadt. Hier korrespondiert große Vergangenheit mit dynamischer Gegenwart. Beeindruckend.“ Ich wünsche, dass diese Dynamik erhalten bleibt und sich zum Wohle für die Zukunft der Stadt weiter verstärkt.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!

20.06.2006
Hf, BS

**Münsteraner Zukunftsgespräch „Wissen schafft Zukunft“
Arbeitskreis „Wissenschaft“ – Ergebnisübersicht zur Präsentation im Beirat MM am 22.06.2006**

Mitglieder aus dem Beirat Münster Marketing:

Fr. Dr. Böhm, Hr. Dr. Jubelius, Hr. Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert

Grundsatzvotum:

- Die positive Entwicklung von Münster hängt stark von einer exzellenten Wissenschaft ab (Münster-Profil: „Wissenschaft und Lebensart“)
- Das städtische Umfeld und die standortpolitischen Rahmenbedingungen sind entscheidende Erfolgsfaktoren (Slogan WWU Münster: „wissen.leben“)

Handlungsansätze:

- Formierung einer strategischen Allianz „Wissenschaftsstadt Münster“ („Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt“)
- Akquise von Finanzmitteln zur Realisierung von Projekten der „Konzertierten Aktion Wissenschaftsstadt MS“
- Profilbildung „Wissenschaftsstadt Münster mit europäischer Bedeutung“

Was?	Wie?	Wer?
Formierung einer strategischen Allianz „Wissenschaftsstadt Münster“	• Initiierung einer „Konzertierten Aktion Wissenschaftsstadt Münster“ • Organisation: Entscheidungsgremien (Spitzen d. Institutionen), Arbeitsebene, Beirat • Aufgaben: • Aufbau/Festigung Netzwerke • Definition Kooperationsraum • Erarbeitung medialer Botschaften für Kommunikation nach außen • Erarbeitung Ziele und Visionen für Wissenschaftsstadt • Identifikation von Innovationspotenzialen	• Hochschulen, außeruniversitäre Forschung, forschungsintensive Unternehmen, Stadt, Hr. Prof. Dr. Dr. h.c. Wittkämper
Akquise von Finanzmitteln zur Realisierung von Projekten der „Konzertierten Aktion“	• Gründung einer Wissenschaftsstiftung • Aufbau eines professionellen Stiftungsmanagements	• Stadt, Hochschulen, Partner, Stiftungen, Stifter/innen,

	• Finanzielle Unterstützung von Projekten der „Konzertierten Aktion“ • Finanzierung ausgewählter Forschungsprojekte	
Profilbildung „Wissenschaftsstadt Münster mit europäischer Bedeutung“	• Identifizierung und Festlegung von Kompetenzfeldern nach folgenden Kriterien: • Führende Position • Hohe Dichte • Kommunizierbarkeit • Wirtschaftliche Relevanz • Konkretisierung „Wissenschaft und Lebensart“ • Beispiele für Kompetenzfelder aus dem Arbeitskreis: • Gesundheit • Politik/Religion/Geschichte • Wirtschaft	• Hochschulen, Mitglieder des Arbeitskreises, Stadt (Mitwirkung) • Hochschulen, Mitglieder des Arbeitskreises, Stadt (Mitwirkung) (wird noch erarbeitet bis zum 08.09.2006)

22.06.2006
Hf, BS

Münsteraner Zukunftsgespräch „Wissen schafft Zukunft“ Arbeitskreis „Wirtschaft“ – Ergebnisübersicht zur Präsentation im Beirat MM am 22.06.2006

Mitglieder aus dem Beirat Münster Marketing:

Hr. Bourichter, Hr. Schabel, Hr. Schulte-Uebbing, Hr. Viehoff, Hr. Weitkamp

Grundsatzvotum:

- „Wissen schafft Wirtschaft“: Münster ist Standort wissensbasierter Wirtschaft
- Münster steht für innovative Unternehmen und Menschen. Das kreative Umsetzen von Ideen und Forschungserkenntnissen führt zu Wertschöpfung, Wohlstand und zu einer positiven Bevölkerungsentwicklung. Hochschulen und Unternehmen sind eng verknüpft. Davon profitieren beide Seiten und entwickeln sich kontinuierlich weiter.
- Wirtschaft und Wissenschaft erschließen gemeinsam und systematisch die Wissenspotenziale

Handlungsansätze:

- Image- und Profilbildung „Wissen, Dynamik, Innovation, Internationalität“
- Systematische Erschließung der Wissenspotenziale und Professionalisierung des Wissensaustauschs
- Gründungsinitiative – Systematischer Ausbau der Gründungsinitiative Münster
- Stärkung der Weiterbildung und des lebenslangen Lernens
- Initiative „Pro Ausbildung“ – Exzellente Perspektiven für Jugendliche in Münster
- Förderung der Weltoffenheit und Internationalität
- Aufbau von strategischen Partnerschaften und Netzwerken

Was?	Wie?	Wer?
Image- und Profilbildung „Wissen, Dynamik, Innovation, Internationalität“	- Imagekampagne mit folgenden Orientierungspunkten: - Wissen, Innovation, Dynamik - Weltoffenheit, Internationalität - Profil mit „Ecken und Kanten“ (Alleinstellung)	Stadt, Wirtschaftsförderung, Halble MÜNSTERLAND, Hochschulen, Kammern, Partner (z.B. WIN)
Systematische Erschließung der Wissenspotenziale und Professionalisierung des Wissensaustauschs	- Aufbau geeigneter Organisationsstrukturen (z.B. „Clearingstelle und Vermittlungsagentur“) - Schaffung von Offenheit und Verständnis für Anliegen der Wirtschaft in den Hochschulen (z.B. Vorlesungen durch Unternehmer, Veranstaltungen von Selbstständigen) - Identifizierung und Entwicklung der wirtschaftlichen Potenziale (Projekt „Kompetenzfeldanalyse“)	- Hochschulen, Wirtschafts-institutionen, Kammern, Unternehmen, Partner, WFM - Hochschulen, Wirtschafts-institutionen, Kammern, Unternehmen, Partner, WFM - WFM, Partner (z.B. WIN)
Gründungsoffensive – Systematischer Ausbau der Gründungsinitiative Münster	Intensivierung der Kooperation aller relevanten Akteure	Hochschulen, Kammern, Wirtschaft, Mitglieder Gründungsinitiative, Stadt/WFM

	• Verstärkte Nutzung des Potenzials der Hochschulen • Projektvorschläge: • Vorlesungsreihe „Existenzgründer“, Vermittlung Gründungswissen • Gründungsbeauftragte an Fachbereichen • Identifikation von Innovationspotenzialen	• Hochschulen, Kammern, Wirtschaft, Mitglieder Gründungsinitiative, Stadt/WFM
Stärkung der Weiterbildung und des lebenslangen Lernens	• Schaffung von Transparenz auf dem Weiterbildungsmarkt und verstärkte Kooperation der Weiterbildungseinrichtungen • Entwicklung von Weiterbildungsangeboten in Orientierung an den Belangen der regionalen Wirtschaft • Generierung eines Projektes in Anlehnung an www.weiter-mit-bildung.de • Entwicklung geeigneter Organisationsstrukturen mit den Akteu-	• Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen, Handwerkskammer Münster, Stadt, Weiterbildungseinrichtungen, regionale Akteure

Initiative „Pro Ausbildung“ – Exzellente Perspektiven für Jugendliche	ren aus Münster und Region (z.B. Arbeitsgemeinschaft Weiterbildung Münster und Region) • Profilierung von Münster als „exzellenten“ Ausbildungsstandort – Münster als Stadt mit „exzellenten“ Ausbildungsperspektiven für Jugendliche • Stärkung der lokalen Netzwerke für Ausbildung und Initiative für Beschäftigung • Verbesserung der Berufswahlfähigkeit und Ausbildungsfähigkeit	• Wirtschaft, Wirtschaftsinstitutionen, Kammern, Schulen, Partner und Initiativen
Förderung der Weltoffenheit und Internationalität	• Verstärkung der internationalen Ansätze im Schulwesen (u.a. Internationale Schule) • Internationale Ausrichtung des Standortmarketings (Orientierung auf spezifische Kompetenzfelder) • Aufbau einer entsprechenden Infrastruktur für ausländische Gäste, Mitarbeiter, Dozenten • Internationale Beziehungen der Münsteraner Unternehmen ver-	• Stadt und Partner • Stadt (MM, WFM, Halle Münsterland), Partner (z.B. WIN), Unternehmen • Stadt und Partner

	deutlichen („Made in Münster“)	• Unternehmen
Aufbau von strategischen Partnerschaften und Netzwerken	• Aufbau von strategischen Partnerschaften und Formierung von Netzwerken (lokal, regional, international) • Förderung der regionalen Zusammenarbeit	• Wirtschaft, Wissenschaft, Stadt, Kammern • Akteure aus dem Münsterland, Hochschulen, Wirtschaft, Kommunen, Kammern, Unternehmen

20.06.2006
BS

**Münsteraner Zukunftsgespräch „Wissen schafft Zukunft“
Arbeitskreis „Bildung und Kultur“ – Ergebnisübersicht zur Präsentation im Beirat MM am 22.06.2006**

Mitglieder aus dem Beirat Münster Marketing:

Hr. Dr. Arnhold, Hr. Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert, Hr. Dr. Winkler

Grundsatzvotum:

- Unser Anspruch: Innovation, Internationalität, Interaktion (Netzwerke)
- Die Bereiche Bildung, Wissenschaft und Kultur werden in einem Wirkungszusammenhang mit wirtschaftlichem Erfolg gesehen

Handlungsansätze:

- Münster entwickelt sich zu einem Referenzort für Lernen im Generationenverbund
- Münster entwickelt sich zu einem Kompetenzraum für Friedenssicherung und Vermittlung mit internationaler Ausrichtung (Vernetzung von Bildung, Wissenschaft und Kultur, Westfälischer Friede im Focus)
- Münster bietet seine Kompetenzen als Modell – Bau – Stadt an – als Experimentierfeld zur Entwicklung neuer, zukunftsfähiger und finanzierbarer Strukturen für Bildung und Kultur
- Münster eignet sich als Standort für innovative Begabtenförderung
- Internationale Kunstaussstellungen zur überregionalen Profilierung des Standortes
- Münster als Standort für interkulturelles Lernen

Was?	Wie?	Wer?
Münster entwickelt sich zu einem Referenzort für Lernen im Generationenverbund	Projektskizze wird bis zum 08.09. erarbeitet	- Hr. Dr. Gummersbach, - Hr. Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert
Münster entwickelt sich zu einem Kompetenzraum für Friedenssicherung und Vermittlung mit internationaler Ausrichtung (Vernetzung von Bildung, Wissenschaft und Kultur, Westfälischer Friede im Focus)	Projektskizze wird bis zum 08.09. erarbeitet	- Fr. Dr. Rommé, - Fr. Spinnen
Münster bietet seine Kompetenzen als Modell – Bau – Stadt an – als Experimentierfeld zur Entwicklung neuer, zukunftsfähiger und finanzierbarer Strukturen für Bildung und Kultur	Projektskizze wird bis zum 08.09. erarbeitet	- Hr. Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Meffert - Hr. Schnieder
Münster eignet sich als Standort für innovative Begabtenförderung	Das Pre-College Musik als eine Ausbildungsstätte für besonders begabte Musiker ist ein Beispiel	Hr. Rademacher

	für die Herausbildung von Exzellenz durch die Vernetzung am Standort (Musikhochschule, Musikpädagogik, Westfälische Schule für Musik, Schulen)	
Internationale Kunstaussstellungen zur überregionalen Profilierung des Standortes	• Es wird ein Projektvorschlag erarbeitet, der sich mit der Frage auseinandersetzt, wie mit internationalen Kunstaussstellungen in einer Regionalhauptstadt jenseits der großen Magnetprojekte (wie MoMa) eine internationale Ausstrahlung erreicht werden kann	• Fr. Kirkpatrick, Hr. Dr. Arnhold
Münster als Standort für interkulturelles Lernen	• Es wird ein Vorschlag entwickelt für Projekt mit Modellcharakter, die eine frühzeitige Integration und Akkulturation von Kindern mit Migrationsvorgeschichte ermöglichen	• Fr. Herzog (Schulleiterin Grundschule Kinderhaus), Fr. Dr. Hanke, Hr. Dr. Gummersbach

03.07.2006
Hf, BS

**Münsteraner Zukunftsgespräch „Wissen schafft Zukunft“
Arbeitskreis „Urbanität und Lebensart“ – Ergebnisübersicht der Sitzungen 11.04.2006 und 06.06.2006**

Mitglieder:

Herr J. Adler (Westfälischer Zoologischer Garten Münster), Herr Gödeke (Coppens Verlag), Herr O. Haubner (Bertelsmann Stiftung), Herr Dr. T. Hauff (Stadt Münster – Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung), Herr W. Hölker (Coppens Verlag), Frau Dr. G. Kahler-Dunkel (Café Grottemeyer), Herr J. Köhnke (Stadt Münster – Dezernent Koordination für Flüchtlingsfragen), Herr S. Marinos (Vorsitzender Ausländerbeirat), Frau N. Povel (Marketing Centrum Münster), Herr S. Rethfeld (Architekt), Frau B. Spinnen (Stadt Münster – Münster Marketing), Herr Dr. C. Sudfeldt (Naturschutz), Herr R. Termath (Verein Generationengerechtigkeit), Herr D. Wiese (Stadtverband Münster), Herr M. Willamowski (Stadt Münster – Sozialamt Münster)

Grundsatzvotum:

- Münster muss sich zu einer weltoffenen und internationalen Stadt entwickeln
- Die Entwicklung zur Wissensstadt muss Alle einbeziehen und von Allen getragen werden

Handlungsansätze:

- Verstärkung der räumlichen Vernetzung Hochschulen – Stadt
- Verstärkung der emotionalen Vernetzung Hochschulen – Stadt
- Förderung der Weltoffenheit und Internationalität von Münster
- Attraktivitätssteigerung der öffentlichen Räume
- Verbesserung des hochschulnahen Wohnungsmarktes

Was?	Wie?	Wer?
Räumliche Vernetzung Hochschulen – Stadt	• Systematische Erschließung der öffentlichen Räume im Hochschulumfeld (z.B. Wegeverbindung Jesuitengang)	• Hochschulen/Stadt/Partner
	• Einbeziehung des Hochschulumfeldes in das städtische Leben (z.B. Das Innovationsviertel entdecken, Sommeraktionen)	• Stadt/Hochschulen/Partner
	• Hochschulinstitute sichtbar machen (z.B. Postkartenserie, Beschreibung, Architekturführer)	• Hochschulen/Stadt/Partner
	• „Kooperationsvereinbarung“ „Stadt – Hochschulen zur Nutzung interessanter Räume	• Hochschulen/BLB/Stadt
Emotionale Vernetzung Hochschulen – Stadt	• Wertschätzung gegenüber Studierenden (z.B. „Welcome set“ für Studienanfänger)	• Stadt, Hochschulen, Sponsoren
	• Kampagnen, um emotionale Bindung an Münster zu erhöhen (z.B. Alumniarbeit, Gründen in Münster)	• Stadt, Hochschulen, Sponsoren

	• Münster-Preis(e) für relevante Abschlussarbeiten und Promotionen (Honorierung und systematische Erschließung des Wissens für Münster)	• Stadt, Sponsoren
Förderung der Weltoffenheit und Internationalität von Münster	• Stärkere Beachtung und Unterstützung des Förderkreises ausländischer Studierender	• Stadt, Sponsoren, Hochschulen
	• Internationalisierung des Schulwesens vorantreiben (z.B. Internationale Schule)	• Stadt, Partner
	• Internationale Beziehungen von Münster verdeutlichen und internationales Flair entwickeln (z.B. Orte mit internationaler Bedeutung markieren)	• Stadt, Hochschulen, Partner, Wirtschaft
	• Projekt „Wissen teilen“ (Einbeziehung von Menschen mit Migrationsvorgeschichte)	• Stadt, Stiftungen, Bürgerschaftl. Engagement

Attraktivitätssteigerung der öffentlichen Räume („mehr Dynamik und Internationalität“)	• Entwicklung von Spiel-, Bewegungs- und Begegnungsräumen (individuelle Gestaltung mit Nutzern/innen, mehr Aktionsmöglichkeiten) • Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Kinder und Familien in der Alt-/Innenstadt (z.B. schönes Café mit Spielplatz, multifunktionale Plätze)	• Stadt, Anlieger, Eigentümer, potenzielle Nutzergruppen • Stadt, Anlieger, Eigentümer, potenzielle Nutzergruppen, potenzielle Investoren/Betreiber
Verbesserung des hochschulnahen Wohnungsmarktes	• Verbesserung des Wohnungsangebotes für inländische und ausländische Studierende, Absolventen, junge Beschäftigte (z.B. Unterstützung AK „Studentisches Wohnen“, Offensive „Freie Wohnungen für Wohngemeinschaften“, Marketing „Wohnen für Hilfe“) • Projekt „Preisgünstiger Wohnraum für Studierende in innerstädtischen Quartieren“	• Stadt, Eigentümer, Wohnungsbaugesellschaften, potenzielle Investoren • Stadt, Eigentümer, Wohnungsbaugesellschaften, potenzielle Investoren

Franz-Josef Jakobi

Jährliche Veranstaltungswoche zur Erinnerung an der Westfälischen Frieden

Der Friedensschluss von 1648, durch den in Münster der 30jährige Krieg beendet wurde, und seine Umsetzung in Vertragsform sind als „Westfälischer Frieden“ bis heute im regionalen, überregionalen und internationalen Geschichtsbewusstsein tief verankert. Der Name der Stadt, in der in einer Kette von Staatsakten und Festveranstaltungen vom Sommer 1648 bis zum Frühjahr 1649 die Beendigung der Kriegshandlungen, der Abschluss der Friedensverträge und ihre öffentliche Verkündung feierlich begangen wurde, ist für immer damit verbunden. In Münster ist dem durch Jubiläumsfeiern mit Ausstellungen, Vortragsveranstaltungen und Publikationen seit Generationen immer wieder Rechnung getragen worden. Dabei standen vor allem das Vertragswerk selbst mit seinen neuen staats- und völkerrechtlichen Bestimmungen und seine bis in die Gegenwart reichenden Wirkungen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

Nicht weniger von Bedeutung für unsere Zeit erscheint – angesichts drohender Verteilungskämpfe um knapper werdende Ressourcen und neuer ethnischer und konfessioneller Konflikte auf allen Kontinenten – der lange und mühsame Prozess, der zu diesem Ergebnis geführt hat. Fünf Jahre lang ist in Münster – und parallel dazu auch in Osnabrück – unter schwierigsten Bedingungen verhandelt worden: es gab keinen Waffenstillstand und die Kriegshandlungen gingen ununterbrochen weiter; ebenso wenig gab es international anerkannte und erprobte Regeln für solche Verhandlungen, sie mussten vielmehr in aufwendigen Prozeduren von den Gesandten der kriegführenden europäischen Mächte und der deutschen Fürstentümer und Städte zugleich mit der Auseinandersetzung über die Inhalte neu entwickelt werden. Die Stadt mit ihrer noch intakten Infrastruktur bot dafür den organisatorischen und logistischen Rahmen, sie war Verhandlungsforum mit zahlreichen über den gesamten Stadtraum verteilten Orten und Ebenen.

Es bietet sich an, ein jährlich zu wiederholendes Veranstaltungsprogramm auf diese historische Situation zu beziehen, in der es möglich war, in einer ausweglos erscheinenden Konflikt- und Kriegssituation Problemlösungen zu erreichen, indem man den mühsamen Verhandlungsweg beschritten und allen verfügbaren kreativen und innovativen Sachverstand dafür mobilisiert hat. Mehr noch als der Westfälische Frieden als staats- und völkerrechtliches Vertragswerk, das sich trotz seiner bis heute reichenden Wirkungen in seiner Bedeutung nicht von selbst erschließt, bietet so das historische Themenfeld „Münster 1643 – 1648. Konfliktbewältigung und Friedenssicherung am Ende des 30jährigen Krieges“ Anknüpfungs- und Orientierungspunkte, wenn es darum geht, für die Krisenherde unserer Zeit neue Instrumentarien und Verfahren zur Konfliktvermeidung, Konfliktlösung und Friedenssicherung zu entwickeln oder um einen Konsens durch Verhandlungen zu ringen.

Durch das bereits im Jahr 2006 entwickelte und in einer Veranstaltungssequenz vom 18. - 27. Oktober mit großem Zuspruch und positivem Echo umgesetzte offene Programm-Konzept „Westfälischer Friede – gestern, heute, morgen“ wird deshalb – unter Beibehaltung der generellen Würdigung des historischen Ereignisses und seiner Wirkungsgeschichte – in erster Linie der Gegenwarts- und Zukunftsbezug

thematisiert. Die Leitlinie „Münster – Kompetenz für Friedenssicherung, Krisenprävention und Konfliktlösung durch Dialog“ kennzeichnet so eine auf heute und morgen gerichtete offene Programmatik mit direktem Bezug auf 1648, die der Positionierung Stadt in der regionalen und nationalen wie der europäischen und globalen Städtelandschaft dienen kann.

Dauerhaft einzurichten wäre also eine jährlich um den 24. Oktober stattfindende Veranstaltungswoche mit diesem Rahmenkonzept. Sie soll mit wechselnden Schwerpunkten in den vier Aufgabenfeldern „erinnern und gedenken – forschen, lehren und lernen – helfen, Frieden sichern, Krisen bewältigen – ausstellen, darstellen, dokumentieren“ die vielfältigen in der Stadt dafür vorhandenen Kompetenzen einer breiten Öffentlichkeit vorstellen und bewusst machen. Die wissenschaftlichen und organisatorischen Potenziale, über die Münster als Schul- und Hochschul-, als Wirtschafts- und Verwaltungsstandort sowie als Garnison verfügt, sollen in ihrer ganzen Vielfalt in jeweils wechselnden Konstellationen darin einbezogen werden.

Im Oktober 2006 stand im Mittelpunkt der Veranstaltungswoche die Präsentation des „Netzwerks Humanitäre Hilfe“ mit seinen Partnern an Universität und Fachhochschule, in Einrichtungen der Bundeswehr, des Katastrophenschutzes und des Deutschen und Internationalen Roten Kreuzes sowie zahlreichen privaten Initiativen. Das Netzwerk hat seine Organisationsbasis in dem 2001 an der Fachhochschule gegründeten „Kompetenzzentrum Humanitäre Hilfe“, das seither zahlreiche Projekte in Forschung und Lehre mit einem inhaltlichen und dezidiert praktischen Bezug zur Soforthilfe und Daseinsvorsorge im In- und Ausland durchgeführt und koordiniert hat.

In diesem Jahr soll die Veranstaltungswoche in enger Kooperation mit dem Team um Prof. Dr. Barbara Stollberg-Rilinger und Prof. Dr. Hubert Wolf von der WWU durchgeführt werden, das gerade im Wettbewerb der deutschen Hochschulen um die Bewilligung von Exzellenz-Clustern mit einem umfangreichen Forschungsprogramm zum Thema „Religion und Politik in den Kulturen der Vormoderne und Moderne“ in die entscheidende letzte Runde gegangen ist. Es ist vorgesehen, diesen Problembereich, der ja auch im Mittelpunkt der Auseinandersetzungen im Dreißigjährigen Krieg und des Ringens um den Westfälischen Frieden stand, unter den oben genannten Prämissen zum Leitthema zu machen.

Münster, Februar 2007