

Öffentliche **Beschlussvorlage**

| | |
|-------------------|---------------------------|
| Vorlagen-Nr.: | V/0829/2014 |
| Auskunft erteilt: | Frau Spinnen |
| Ruf: | 492 27 00 |
| E-Mail: | spinnen@stadt-muenster.de |
| Datum: | 18.11.2014 |

Betrifft

Antrag Nr. A-R/0023/2014 der SPD-Fraktion im Rat der Stadt Münster vom 07.03.2014 -
"Marketing-Aktivitäten außerhalb der Innenstadt verstärken"

Beratungsfolge

03.12.2014 Haupt- und Finanzausschuss

Entscheidung

Beschlussvorschlag:

I. Sachentscheidung:

Der Antrag Nr. A-R/0023/2014 der SPD-Fraktion im Rat der Stadt Münster vom 07.03.2014 „Marketing-Aktivitäten außerhalb der Innenstadt verstärken“ wird an den Betriebsausschuss Münster Marketing verwiesen.

II. Finanzielle Auswirkungen:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass mit dem vorstehenden Beschluss unmittelbar keine Kosten entstehen.

Begründung:

Nach Gründung von Münster Marketing im Jahr 2001 ist als ein Ergebnis des Integrierten Stadtentwicklung- und Stadtmarketingprozesses (ISM) ein Citymanagement eingerichtet worden, welches sich räumlich auf die Altstadt und den Bereich des Bahnhofsviertels bezieht. Das Innenstadtmanagement ist eines der zentralen Arbeitsfelder in jeder Stadtmarketing-Organisation im deutschsprachigen Raum. Münsters Citymanagement arbeitet konsequent an der Koordination und Steuerung der Aktivitäten verschiedenster Akteure zur Weiterentwicklung der zentralen Quartiere. Dazu gehören alle Maßnahmen zur Wahrung und Weiterqualifizierung des Stadtbildes, zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und zur Belebung der Innenstadt. Die Arbeit wird im Rahmen einer Personalstelle bewältigt.

Die Beschränkung auf die Innenstadtentwicklung war von Anfang an eine, die in erster Linie der Ressourcenknappheit geschuldet ist. Auf Wunsch der Stadtteile wurde daher bereits 2005 unter

Beteiligung des Werksausschusses Münster Marketing und in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Münster und der Stadtentwicklung ergänzend ein Konzept für ein Stadtteilmarketing entwickelt. Das Stadtteilmarketing war konzeptionell in Form eines offenen Förderwettbewerbes angelegt, der die Aktivierung der Menschen vor Ort - über Vereins- und Parteigrenzen hinweg – vorsah. Die Stadtteile waren aufgefordert, ihre Stärken und Alleinstellungsmerkmale zu definieren, mit vielen Akteuren aus dem Stadtteil weiterzuentwickeln und sie als Teil des gesamtstädtischen Marketings einzubringen. Dieser Ansatz war in den Jahren 2006 und 2007 sehr erfolgreich. Aufgrund der politischen Beschlusslage, die Projektmittel für den Bereich „Stadtteilmarketing“ zu streichen, wurde der Förderwettbewerb nicht erneut aufgelegt.

Es zeigt sich, dass die Stadtteile sich die Begleitung durch das Citymanagement wünschen. Wo eben möglich, beraten und unterstützen wir daher punktuell bedarfsorientiert auch die Akteure in den Stadtteilen.

Auch das bürgerschaftliche Engagement von Werbegemeinschaften an den Haupteinkaufsstraßen außerhalb der City und des Bahnhofsviertels wurde in den vergangenen Jahren projektbezogen unterstützt. So wird beispielsweise die alljährliche Weihnachtsbeleuchtung entlang der Warendorfer Straße oder Hammer Straße in enger Rückkopplung mit den Gewerbetreibenden der jeweiligen Straße umgesetzt. Die privaten Anrainer beteiligen sich an den Kosten für die Weihnachtsbeleuchtung in Höhe von 50%. Auch bei Planungen von Straßenfest-Aktivitäten oder Ähnliches unterstützt und koordiniert Münster Marketing, sofern die Initiative von den privaten Akteuren ausgeht.

Der Eigenbetrieb Münster Marketing wird das Konzept des Citymanagements sowie die derzeitige Praxis im Umgang mit den Aktivitäten an den Einfallstraßen und in den Stadtteilen im Betriebsausschuss vorstellen. Darüber hinaus werden Möglichkeiten der Weiterentwicklung und der Verstärkung der Aktivitäten außerhalb der Innenstadt aufgezeigt und im Betriebsausschuss beraten.

I.V.

Schultheiß
Stadtdirektor

Anlage

Antrag Nr. A-R/0023/2014 der SPD-Fraktion im Rat der Stadt Münster vom 07.03.2014 - „Marketing-Aktivitäten außerhalb der Innenstadt verstärken“