



Münster Marketing

Projekte und Partner. Ziele und Zahlen.



Das Geschäftsjahr 2017 war durchaus kein gewöhnliches Jahr:

Die Skulptur Projekte bestimmten ganz maßgeblich die Stimmung in der Stadt und auch die Kommunikation nach außen. In ihrem 40igsten Jahr zeigt sich vor allem eines: Die Skulptur Projekte bedeuten Identifikation für die Münsteraner und Münsteranerinnen mit ihrer Stadt und es gelingt gleichzeitig, eine weltweite Resonanz zu erzeugen. Dieses Kulturereignis, oder vielleicht besser dieser Kulturprozess, ist Stadtmarketing im besten Sinne; eben nicht kurzfristiges Werbeevent, sondern langfristiges Stadtthema mit Zukunftsperspektive weit über die Stadt hinaus.

Dass Münster auch im Wettbewerb der Städte im Europäischen Kulturerbejahr mit einer der größten Projekte, nämlich der Ausstellungskooperation „Frieden. Von der Antike bis heute“ erfolgreich war, stärkt Münster als einen lebendigen Ort der Kultur und unsere langjährigen Bemühungen um die Profilierung als Stadt des Westfälischen Friedens.

Gutes Stadtmarketing ist Arbeit an der Stadtkultur im umfassenden Sinne. Dazu gehören große Kulturveranstaltungen wie die Skulptur Projekte und die Vorbereitung auf das Kulturerbejahr 2018, dazu gehört aber auch die Art und Weise, wie die Menschen in Münster aktiv an der Zukunft arbeiten. Sie darin zu unterstützen und ihren Beitrag zur Kultur des Zusammenlebens zu würdigen, ist die Idee, die hinter dem Zukunftsmacherprojekt „Gutes Morgen Münster“ steckt, das 2017 sechs Zukunftsspaziergänge in unterschiedlichen Quartieren ausgewählt hat.

Unsere Arbeit an der Attraktivität und Lebendigkeit der Stadt in den unterschiedlichsten Geschäftsfeldern orientiert sich an dieser Haltung. Schlussendlich geht es darum, die Stadt selbstbewusst, stark und resilient zu machen. Das gelingt nur, wenn die Bewohner und Bewohnerinnen sich in ihrer Stadt wohlfühlen und sich für sie engagieren - wenn sie ihre Stadt als ihre Heimat empfinden.

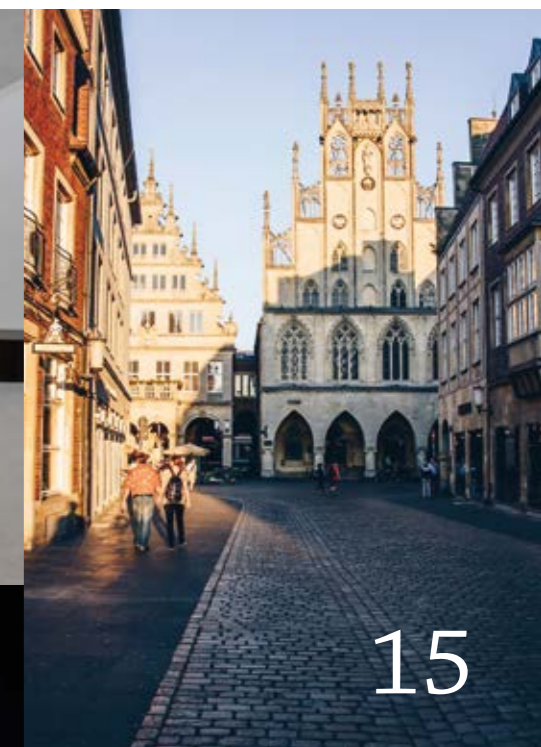
Bernadette Spinnen
Leiterin Münster Marketing



04



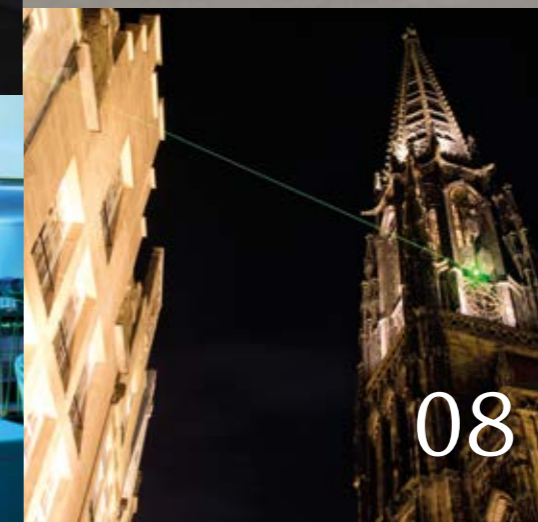
11



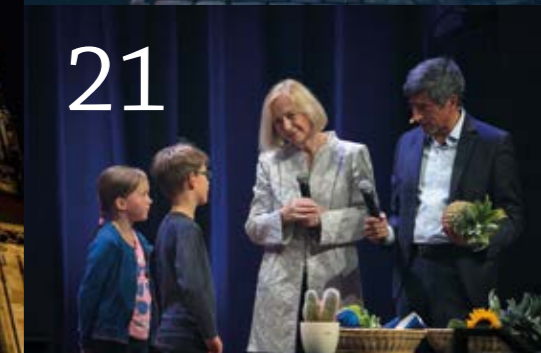
15



32



08



21

Inhalt

04 Skulptur Projekte Münster
Seite 04 - 07

08 Stadt des Westfälischen Friedens
Seite 08 - 10

11 Stadt im Gespräch -
Unsere Kommunikation
Seite 11 - 14

15 Touristik
Seite 15 - 16

17 Kongressstadt
Seite 17 - 20

21 Wissenschaftsstadt
Seite 21 - 23

24 City- und Veranstaltungsmanagement
Seite 24 - 27

28 MünsterZukünfte
Seite 28 - 29

30 Chancen und Risiken
Seite 30 - 31

32 Ausblick 2018
Seite 32 - 33

34 Organisation, Organe, Gremien
Seite 34

35 Bilanz
Seite 35

Münster

Skulptur Projekte Münster 2017



Das Geschäftsjahr 2017 war ganz wesentlich von der Kunstaussstellung Skulptur Projekte 2017 geprägt, die alle zehn Jahre der Stadt Münster eine internationale Wahrnehmung verschafft und die dennoch weit mehr ist als die sogenannten „Blockbuster-Ausstellungen“ im internationalen Kunstbetrieb. Das Ausstellungsprojekt ist mit weitem Abstand das Identifikations- und Lieblingsprojekt der Bewohner und Bewohnerinnen der Stadt – der ganz Jungen wie der Älteren.

Das Marketing für die Skulptur Projekte 2017

Mit einem Vorlauf von zwei Jahren haben wir in enger Abstimmung mit der Projektleitung der Skulptur Projekte 2017 für die Ausstellung in Münster geworben. Die Skulptur Projekte waren unser Thema bei allen touristischen Messen 2017.

Utrecht Vakantiebeurs	11. - 17.01.17	Am Gemeinschaftsstand der Euregio (Bewerbung niederländischer Reisemarkt)
Berlin Internationale Tourismus-Börse	08. - 12.03.17	Stadt Münster in NRW Halle Motto: Skulptur Projekte 2017
Nürnberg German Travel Mart	07. - 09.05.17	Stadt Münster gemeinsam mit den Tophotels und LWL- Museum für Kunst und Kultur zur Bewerbung der Skulptur Projekte Münster im ausländischen Reisemarkt
Mainz Tag der Deutschen Einheit 2017	02. - 03.10.17	Stadt Münster in dem Gemeinschaftsstand NRW Tourismus (deutscher Reisemarkt)
Kampen Internationale Hanse- tage	15. - 18.06.17	Kooperationsstand mit der Stadt Osnabrück
Amsterdam Reisemarkt Duitsland	21.11.17	Workshop der Deutschen Zentrale für Tourismus mit niederländischen Reiseeinkäufern und Journalisten (niederländischer Markt)

Die Skulptur Projekte 2017 haben auch das Binnenmarketing beherrscht:

- Eine Informationskampagne für alle touristischen Dienstleister wie Hotels, Gastronomiebetriebe, Taxen, Museen, Kaufleute und alle Informationsstellen in der Stadt hatte das Ziel, möglichst viele Gastgeber in unserer Stadt mit Hintergrundwissen auszustatten.
- Die Taxiunternehmen haben die Skulptur-App in ihren Fahrzeugen (kostenfrei) beworben.
- Ein Koordinator regelte am Eröffnungswochenende den Taxiverkehr am Hauptbahnhof, um den Gästen das Auffinden geeigneter Taxen (Fremdsprachigkeit) zu erleichtern.
- Gemeinsam mit dem Skulptur Projekte-Team haben wir im Infostand am Hauptbahnhof allen ankommenden Gästen Informationen und Orientierung aus erster Hand vermittelt.

Kooperation mit der documenta Kassel und den Skulptur Projekten Münster

Gemeinsam mit der documenta Kassel und den Skulptur Projekten Münster wurde ein Arrangement entwickelt. Beworben wurde es auf Messen, über das Internet und als Mailing an Kunstvereine in ganz Deutschland.

Die Skulptur Projekte im Fokus der Kommunikation

Im Fokus der Kommunikation von Münster Marketing stand 2017 das internationale Kunstereignis Skulptur Projekte Münster, das wie kein anderes Ereignis das Image Münsters als Kulturstadt von Weltrang unterstützt und internationale Gäste in die Stadt bringt.

In enger Zusammenarbeit mit dem Skulptur Projekte-Team wurden eine Vielzahl von Marketingmaßnahmen umgesetzt – auf Facebook und Instagram wurde die Ausstellung während der gesamten Dauer mit unterschiedlichen Aktionen begleitet.

Instameet mit niederländischen Influencern

In Zusammenarbeit mit dem NRW-Tourismus und der Deutschen Zentrale für Tourismus in Amsterdam haben wir uns an einer großen internationalen Social Media-Kampagne beteiligt.

15 niederländische Instagrammer und Youtuber entdeckten, fotografierten und filmten ausgewählte Destinationen in Nordrhein-Westfalen. Das internationale Instameet wurde im Rahmen der Kurz-Nah-Weg-Kampagne der DZT Niederlande organisiert und durch das EFRE Förderprojekt „Auslandsmarketing“ sowie das Social Media-Team von Tourismus NRW e.V. unterstützt.

Auftakt des Instameets war die Eröffnung der Skulptur Projekte in Münster. Los ging es im Stadthafen an der Skulptur von Ayşe Erkmen „On Water“. Der Steg, der knapp unter der Wasseroberfläche die beiden Ufer des Hafenbeckens miteinander verband, war eines der beliebtesten Fotomotive der Instagrammer und Youtuber.

Insgesamt erzielten die 15 Teilnehmer und Teilnehmerinnen über ihre Social Media-Kanäle eine potenzielle Reichweite von 575.700 Followern.

Die Posts und Videos können unter anderem über die Hashtags #duitslanddichtbij, #visitNRW und #dutchfriendsmeetmuenster aufgerufen werden.





Besuche von Journalisten und Bloggern zu den Skulptur Projekten

Rund 30 Journalisten- und Bloggerreisen aus der ganzen Welt wurden während der Skulptur Projekte Münster von Münster Marketing organisiert und in enger Abstimmung mit dem Team der Skulptur Projekte betreut. Darunter waren Journalisten aus den USA, Brasilien, Japan, Südkorea, den Arabischen Emiraten, Frankreich, Spanien, Italien, Griechenland, der Schweiz und natürlich den Niederlanden. Viele der Reisen wurden in Zusammenarbeit mit den Historic Highlights of Germany und den Auslandsvertretungen der Deutschen Zentrale für Tourismus akquiriert, zum Beispiel mit den DZT-Außenstellen in New York oder Tokyo. Für die Gäste aus den Niederlanden gab es eine enge Zusammenarbeit mit dem Projektbüro „Geheim over de Grens“. Die gemeinsame Marketingkampagne hatte eine Reichweite von rund 100 Publikationen in großen NL-Medien und Websites mit einem Medienwert von 230.960 Euro.

Medienkooperationen

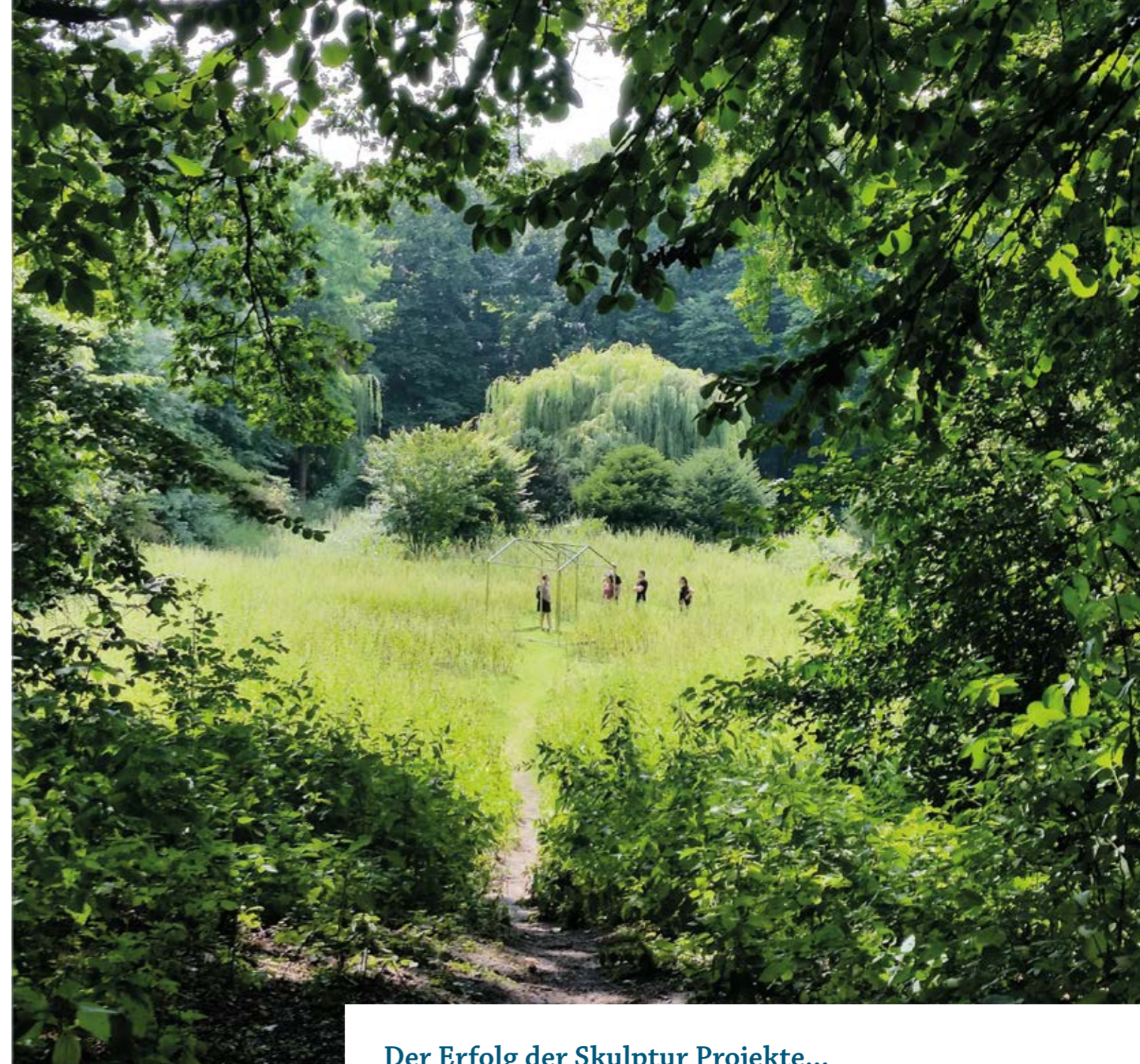
Im Rahmen zahlreicher Kooperationen mit großen überregionalen Zeitungen und Kulturmagazinen, internationalen Reisemagazinen und Stadtreiseportalen haben wir das Thema „Skulptur Projekte“ prominent platziert. Dazu gehörte die Sonderbeilage in der NRW-Ausgabe der Welt am Sonntag oder die Titelseite des SIMS-Kulturmagazin, das mit einer Auflage von rund 1 Million als Beileger in Trägermedien wie Spiegel, Focus, im Lufthansa-Magazin sowie in Zeitschriften in der Schweiz und in Österreich zu finden war.

Touristische Informationen online

Ergänzend zu den Informationen auf der Website www.skulptur-projekte-muenster.de haben wir auf der Homepage von Münster Marketing die relevanten touristischen Informationen zum Besuch, wie z. B. Touren, Fahrradverleih und Erreichbarkeit, auf einer Sonderseite zusammengetragen, gebündelt und entsprechend aufbereitet. Im Zeitraum der Ausstellung wurde die Seite über 18.000 Mal angesehen.

Kaufleute werben mit 12.000 Einkaufstaschen für die Skulptur Projekte

Auf Initiative der Kaufleute am Prinzipalmarkt ist eine eigens vom Künstler SANY für die Kaufleute in der Altstadt Münsters gestaltete Skulptur-Projekte-Tasche produziert und an die Kunden in der Stadt ausgegeben worden. Koordiniert wurde die Aktion von Münster Marketing. Anders als vor zehn Jahren, als die Tasche mit Unterstützung der Initiative Starke Innenstadt ausschließlich von den Kaufleuten am Prinzipalmarkt ausgegeben wurde, ist die Tasche in 2017 über den Handel der gesamten Altstadt vertrieben worden.



Der Erfolg der Skulptur Projekte...

ist nicht in Zahlen zu messen. Wer nur die Verwertbarkeit der Ausstellung im Fokus hat, greift bei der Bewertung entschieden zu kurz. Die Skulptur Projekte sind in erster Linie als künstlerische Position zur Kunst im öffentlichen Raum relevant.

Dennoch einige sprechende Zahlen:

- 32% mehr ausländische Übernachtungen von Juni bis September 2017 – der Schwerpunkt der Herkunftsländer war Asien, gefolgt von USA und Kanada.
- Mindestens 650.000 Besucher und Besucherinnen der Ausstellung.
- Über 20.000 Beratungen allein in der Münster Information und im Historischen Rathaus.
- Rund 90.000 Besucher und Besucherinnen im Friedenssaal bei der Performance von Alexandra Pirici.



Münster

Stadt des Westfälischen Friedens



Auf das Jahr der Skulptur Projekte 2017 folgt 2018 das Jahr, in dem die Erinnerung an den Westfälischen Frieden mit zahlreichen Veranstaltungen und Projekten Menschen aus der Stadt, aber auch Besucher und Besucherinnen aus der ganzen Welt, anziehen wird.

Vorbereitung auf das Europäische Kulturerbejahr 2018

2018 findet das von der Europäischen Kommission ausgerufene Europäische Kulturerbejahr statt. Zeitlich liegt dies genau 100 Jahre nach dem Ende des Ersten Weltkrieges und 370 Jahre nach dem Westfälischen Friedensschluss. Das Europäische Kulturerbejahr wird in Deutschland vom Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz (DNK) vorbereitet und gibt fünf Leitthemen vor. Unter dem Leitthema „Europa: Erinnern und Aufbruch“ haben sich die Europäischen Kulturerbe-Städte Münster und Osnabrück mit zahlreichen Partnern mit einem Gemeinschaftsprojekt beim DNK beworben und die Zusage über eine finanzielle Förderung von 571.000 Euro von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) erhalten. Das Projekt wurde im Dezember auf einer großen Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Gesamtkoordination liegt bei der Stadt Münster, Münster Marketing.

Das Gemeinschaftsprojekt „Frieden.Europa“ besteht aus drei Projektbausteinen, die mit jeweils unterschiedlichen methodischen Herangehensweisen verschiedene Zugänge zum Europäischen Kulturerbe eröffnen:

1. Ausstellungskooperation „Frieden. Von der Antike bis heute“ von fünf Münsteraner Museen (LWL-Museum für Kunst und Kultur Münster, Archäologisches Museum der Westfälischen Wilhelms-Universität, Bistum Münster, Kunstmuseum Pablo Picasso Münster, Stadtmuseum Münster) und dem Exzellenzcluster Religion und Politik der Westfälischen Wilhelms-Universität
2. Labor Europa (Europäische Jugendbegegnung mit jungen Menschen aus den Städten des Europäischen Kulturerbe-Siegels in Osnabrück)
3. Digitale Vermittlung des Westfälischen Friedens, seiner Rezeptionsgeschichte und der europäischen Bedeutung im Rathaus in Münster



Im Dezember trafen sich rund 70 Projektträger aus ganz Deutschland in Berlin, um ihre Projekte zum Europäischen Kulturerbejahr vorzustellen. Ziel war die Vernetzung und der Austausch unter den Projekten und die Initiierung von Kooperationen.

Dialoge zum Frieden



Allianz für Wissenschaft

Die Veranstaltungsreihe „1648 - Dialoge zum Frieden“ hat den Fokus im Reformationsjahr 2017 auf eine historische Episode gelegt, die Münster nachhaltig geprägt hat und noch heute Anlass für brisante Diskussionen ist: das Wirken der Täufer, einer emanzipatorischen, religiös-reformatorischen Bewegung, die in eine Schreckensherrschaft überging und 1535 in der belagerten Stadt unterging.

Im Mittelpunkt standen zwei Diskussionen im Rathausfestsaal:

5. Oktober 2017

Podiumsdiskussion „Identität. Fundamentalismus. Gewalt. Radikalisierung religiöser Bewegungen“

Mit Blick in die Geschichte der Täuferherrschaft erfährt die Frage „Wie und warum kann sich eine religiöse Bewegung so radikalieren?“ heute eine brisante Aktualität.

Podiumsteilnehmer/innen:

Seyran Ateş – Anwältin und Menschenrechtsaktivistin
Christoph Reuter – Journalist und Kriegsberichterstatte
Prof. Dr. Thomas Hauschild, Ethnologe und Kulturosoziologe
Moderation: Gisela Steinhauer

11. Oktober 2017

Podiumsdiskussion „Siegeszeichen. Mahnmal. Kunstwerk. Touristische Attraktion - Die Käfige am Lambertikirchturm“

Kaum ein Thema, zu dem nicht fast jeder Münsteraner und jede Münsteranerin etwas zu sagen hat: Die „Käfige“ - oder eigentlich Eisenkörbe -, in denen die Leichen der drei grausam gefolterten Täufer-Anführer am Lambertikirchturm 1535 der Öffentlichkeit zur Schau gestellt wurden. Noch heute hängen sie dort: für die einen ein Sieges- und Warnzeichen oder ein Mahnmal, für andere ein Kunstwerk. In jedem Fall eine viel bestaunte touristische Attraktion. Diese Betrachtungsweisen standen im Rathausfestsaal zur öffentlichen Diskussion. Das Interesse war groß und nicht nur im Rathausfestsaal fand die engagierte Diskussion statt. Die Veranstaltung löste auch bei Facebook eine Debatte aus, die sich um den zukünftigen Umgang mit den Körben drehte. Im Ergebnis sind sich Historiker und die Bürger und Bürgerinnen einig: Sie wünschen sich eine Kommentierung und Erläuterung an der Lambertikirche und begreifen die Körbe als einen wichtigen Teil der Erinnerungskultur der Stadt.

Podiumsteilnehmer/innen:

Prof. Dr. Franz-Josef Jakobi – Historiker
Thomas Seifert – Autor, Journalist
Dr. Astrid von Schlachta – Historikerin
Jan Matthias Hoffrogge – Historiker
Markus Müller, BUREAU MUELLER, Berlin, Sprecher der Skulptur Projekte 1997 und 2007

Moderation: Gisela Steinhauer





5. - 12. Oktober 2017
„gegenwaertig“ Illumination am St. Lambertikirchturm

Wer während der „1648 - Dialoge zum Frieden“ in den Abendstunden den Prinzipalmarkt passierte, dem fiel ein grüner Lichtstrahl ins Auge. Der Strahl reichte vom ehemaligen Wohnhaus eines der drei auf dem Prinzipalmarkt hingerichteten Täufern, Bernd Knipperdolling, bis zu seinem „Grab“, den Täuferkäftigen am St. Lambertikirchturm. Projektinitiatorin Lena Sandfort, ehemalige Studentin der FH Münster (Fachbereich Design, Prof. Norbert Nowotsch), sorgte für eine aussagekräftige Symbolik im öffentlichen Raum, die im Rahmen der Dialoge zum Frieden dazu auffordern sollte, den Blick auch auf die eigenen Werte in unserer Gegenwart zu lenken sowie auf die zwei Seiten aller Dinge, wie Leben und Tod, Gut und Böse. Die Illumination rahmte die Programmwoche ein, die sich thematisch mit dem Reformationsjahr und dem Täuferreich in Münster beschäftigte.

12. Oktober 2017
Treffen der Religionsgemeinschaften und Konfessionen

Erneut fand das Treffen der Religionsgemeinschaften und Konfessionen im Friedenssaal des Rathauses gemeinsam mit den Religionsgemeinschaften der Stadt Osnabrück statt. Rund 60 Vertreter und Vertreterinnen verschiedener Religionsgemeinschaften aus den Friedensstädten Münster und Osnabrück trafen sich im Rathaus Münster, um gemeinsam ein Zeichen für Toleranz, Solidarität und das friedliche Miteinander der Religionen zu setzen.

„Wir brauchen eine gemeinsame Praxis für Vielfalt“, so die Botschaft des Gastreferenten und Erziehungswissenschaftlers Dr. Andreas Feindt von der Universität Münster. Mit dem jährlichen Zusammentreffen der Religionsgemeinschaften gehen die Städte einen Weg, der angesichts aktueller Konfliktlagen und gesellschaftlicher Entwicklungen von hoher Bedeutung ist. Die Oberbürgermeister Markus Lewe und Wolfgang Griesert möchten diese Tradition auch in Zukunft fortsetzen.



16. Oktober 2017
Schülerakademie

Rund 50 Schüler und Schülerinnen aus sieben Gymnasien haben sich einen Tag lang im Franz Hitze Haus mit „Religion und Radikalisierung“ beschäftigt. Unter dem Titel „In God we trust – Glaube und Politik zwischen Utopie und Wirklichkeit“ kamen sie mit Blick auf die Geschichte der Täufer in Münster alltäglichen Phänomenen des religiösen und politischen Fanatismus auf die Spur.

Referenten:

Prof. Dr. Franz-Josef Jakobi (Historiker), Dr. Niklas Gebele (Psychologe), Eugen Eckert (Stadionpfarrer), Dr. Jana Weiß (Exzellenzcluster Religion und Politik, Westfälische Wilhelms-Universität)

21. Oktober 2017
Die Hölle muss leer sein, denn alle Teufel sind in Münster
Historienspiel VIVAT PAX

2017 erfuhr das ehemalige Historienspiel des Stadtheimatbundes eine Neuinszenierung. Der Autor H.P. Boer hat unter der Regie von Markus Kopf ein Theaterstück zum Westfälischen Frieden entwickelt, das von schauspielerischen Laien gespielt und mit großem ehrenamtlichen Engagement vieler Personen und Institutionen das Thema des Westfälischen Friedens einem breiten Publikum nahebringen will. Der große Erfolg der Aufführung macht eine Fortsetzung in den kommenden Jahren wahrscheinlich und dürfte dazu beitragen, dass die Vermittlung in die Breite der Stadtgesellschaft und vor allen Dingen in Schulen sich verstärkt.

Friedensbüro

Das 2016 eingerichtete Friedensbüro (0,5 Personalstelle, die sich wiederum hälftig aufteilt in die Arbeitsfelder Frieden und Europäisches Kulturerbesiegel) hat sich 2017 bereits gut etabliert. Als Kontaktstelle für die Friedensarbeit verschiedener Träger und Institutionen konnten so zahlreiche Projekte finanziell wie organisatorisch unterstützt werden. Die entwickelten und beschlossenen Förderkriterien fanden ihre Anwendung und sind offenbar praktikabel und transparent. Außerdem sind weitere Projekte umgesetzt worden, die der Rat 2015 beschlossen hat:

- Das jährlich stattfindende Treffen aller Akteure der Friedensarbeit fand mit ca. 60 Teilnehmern und Teilnehmerinnen in der Rüstkammer des Rathauses statt.
- In Vorbereitung auf den Bundeskongress der „Mayors for Peace“ 2018 ist auf dem Stadtfest mit einem besonderen Stand über diese Initiative informiert worden.
- In enger Kooperation mit Osnabrück haben wir beide Städte auf der Weltkonferenz von St. Egidio präsentiert.



Münster

Stadt im Gespräch - Unsere Kommunikation

Netzwerkarbeit mit überregionalen Journalisten, Bloggern und Instagrammern

Auch unabhängig von der internationalen Ausstellung Skulptur Projekte gab es in Münster zahlreiche Besuche von Reisejournalisten, vor allem zu den Themen Krimstadt, Fahrradstadt und Nachhaltigkeit – so war z.B. der kanadische Journalist Mark Wessels zu Gast in Münster, um für seine Nachhaltigkeitskolumne in der Toronto Sun zu recherchieren.

Zahlreiche Bloggerkooperationen kamen durch das Blogger-Speed-Dating auf der Internationalen Touristik Messe (ITB) in Berlin zustande. Wichtig für die Medienkontakte auf der ITB ist auch die Münster Box – die Medieninformation von Münster Marketing in Form eines USB-Sticks, auf dem Informationen zu den wichtigsten Highlights, Stadtgeschichten, Bilder und Filme zu finden sind und der Lust auf weitere Recherchen in der Stadt machen soll.

Um auf dem stark wachsenden Social Media-Kanal Instagram die Stadt Münster immer wieder sichtbar zu machen, haben wir Kooperationen mit folgenden Instagrammern organisiert: @eskimo (134 Tsd. Follower), @tomtehh (87 Tsd. Follower), @themodernleper (70 Tsd. Follower) und @hrrbhn (30 Tsd. Follower). Insgesamt haben diese vier Instagrammer über das Geschäftsjahr 2017 verteilt 31 Bilder in ihren Profilen gepostet, insgesamt wurden die Bilder 274.140 Mal „geliked“, dies entspricht einer Reichweite von ca. 2 Mio. Menschen. Im Zeitraum der Kooperationen, die mit zwei Takeover der Instagrammer mit unserem Kanal @exploremuenster verbunden waren, stieg das Wachstum unserer Follower kurzfristig auf über 10%.



Netzwerkarbeit mit der lokalen Influencer-Szene

Blogger-Event über den Dächern von Münster von Münsterblogs und Münster Marketing: Im April 2017 ging das Blogportal Münsterblogs (www.muensterblogs.de) an den Start. Es vereint über 100 Blogs aus Münster und dem Münsterland auf dem Portal, das aktuelle Beiträge aus den Bereichen Familie, Fashion, Food, Kreativ, Literatur, Münster & Umgebung, Musik, Politik, Reisen und Sport zeigt.

Auf große Resonanz stieß das erste große Netzwerktreffen für die Blogger und Bloggerinnen von Münsterblogs, zu dem die beiden Gründerinnen des Portals, Leila Prousch und Hanna Hüwe, gemeinsam mit Münster Marketing in die Kantine des Stadthauses 1 eingeladen hatten. Hier, hoch über den Dächern der Stadt, haben sich die digitalen Akteure ganz analog persönlich kennengelernt, sich über Themen ausgetauscht, über Kooperationen gesprochen und Ideen für die Zukunft diskutiert.



Ziel des Treffens war es, die Bloggerszene in Münster zu stärken und ihr eine noch größere Sichtbarkeit zu geben. Denn Blogger und Bloggerinnen sind beste Botschafter der Stadt. Sie erzählen authentische Geschichten und geben persönliche Tipps. Das ist nicht nur für die Menschen vor Ort interessant und hilfreich, sondern ebenso für die Gäste. Denn diese sind neben den touristischen Informationen über Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen immer stärker

auf der Suche nach authentischen und individuellen Tipps. Eine gute und vielfältige Bloggerszene ist somit ein wichtiger Part in der Kommunikation über eine Stadt.

Tweets und Posts zu dem Treffen sind im Netz unter #münsterama zu finden.



Im Rahmen des Schauraums 2017 fand ein von Münster Marketing durchgeführter Instawalk statt. Mit 20 Teilnehmern und Teilnehmerinnen haben wir alle Kultur-Stationen des Schauraums besucht. Primäres Ziel war es, die Veranstaltung noch mehr über „Botschafter“ ins soziale Netz Instagram zu bringen und die Zielgruppe unter 25 Jahre an die Veranstaltung heranzuführen. Während des Walks entstanden ca. 150 Stories und ca. 40 Instagram-Bilder in den Kanälen der Teilnehmer. Mehr Content zum Schauraum ist unter #schau-raummuenster zu finden.

Webpräsenz

 tourismus.muenster.de

Mobile vs Desktop

Die mobile Internet-Nutzung hat die Nutzung auf dem Desktop-PC überholt. Daher ist es besonders wichtig, dass die Website so gestaltet ist, dass diese auf dem Computer-Desktop, Tablet und Smartphone eine gleichbleibende Benutzerfreund-

lichkeit bietet und der Inhalt gänzlich und schnell von den Besuchern und Besucherinnen aufgenommen werden kann. Seit Ende 2016 ist die Internetseite von Münster Marketing bereits im Responsive Webdesign umgesetzt, in 2017 ist kontinuierlich daran gearbeitet worden, auf die Bedürfnisse der mobilen Nutzer und Nutzerinnen einzugehen.

Facebook

 [muenstermarketing](https://www.facebook.com/muenstermarketing)

Täglich werden unsere 10.000 Follower mit Tipps, Fotos und Geschichten versorgt. Besonders hohe Reichweiten erzielten u. a. die Posts zu den Skulptur Projekten (109.600 Personen), Münsters Weihnachtsmärkte im Film (101.600 Personen), das Live-Video bzw. Fotos vom Adventssingen auf dem Prinzipalmarkt (79.700/79.600 Personen), Gewinnspiel-Aktionen zum Advent (54.400 Personen), zum Herbst-Send (50.000 Personen) oder in Kooperation mit dem Cineplex (33.700 Personen), Impressionen vom herbstlichen Münster (46.300 Personen) und Berichte zum Schauraum (38.500 Personen).

Instagram

 [exploremuenster](https://www.instagram.com/exploremuenster)

2017 wurden über den Instagramkanal @exploremuenster 134 Bilder veröffentlicht, diese erreichten 570.411 Menschen. Dem Kanal folgen zum jetzigen Stand (22.02.2018) 5.130 Menschen, insgesamt 81% aus Deutschland, 37% Männer, 63% Frauen. 73% der Follower sind zwischen 18-34 Jahre alt. Das Follower-Wachstum liegt bei ca. 4,5%. Das Profil zählt 400 Seitenaufrufe pro Woche, ca. 65 Besucher pro Tag.

Der Hashtag #exploremuenster, der an den Kanal von Münster Marketing geknüpft ist, wurde bereits 11.650 Mal benutzt.



Advent in Münster

Die Kommunikationskampagne verschränkte in 2017 die klassischen Bausteine wie Flyer, Plakate, Anzeigen, Advertorials und die Internetseite eng mit den Social Media-Kanälen.

Mit #adventinmuenster konnten die Menschen ihre Bilder, Posts und Filme taggen. Der Hashtag wurde auf allen Printprodukten kommuniziert, um die beiden Kommunikationsstränge zu verknüpfen. Die schönsten Fotos wurden (mit Einverständnis der Fotografen) auf dem Instagram-Kanal von Münster Marketing, @exploremuenster, veröffentlicht.

Auch die beiden Veranstaltungsformate im Advent – die Eröffnung in den Abendstunden mit den 6-Zylindern vor der Weihnachtstanne und das Adventssingen auf dem Prinzipalmarkt – wurden maßgeblich über die sozialen Netzwerke kommuniziert. Um größere Reichweiten zu erzielen, wurden auch bezahlte Posts geschaltet.

Das Adventssingen auf dem verschneiten Prinzipalmarkt zeigte Münster Marketing mit einem Livestream auf der Facebookseite, der von rund 60.000 Menschen gesehen wurde.

An den vier Adventssonntagen gab es Gewinnspiele, bei denen jeweils ein Münster-Wochenende für zwei Personen verlost wurde. Über 50.000 Menschen haben sich daran beteiligt.

Gemeinsam mit Münster4Life wurde ein neuer Film über den Advent in Münster produziert und auf der Internetseite zu den Weihnachtsmärkten und in den sozialen Netzwerken verbreitet. Allein auf der Facebookseite von Münster Marke-

ting wurde der Film fast 10.000 mal geklickt. Per Cross-Posting wurde der Film auch Partnern zur Verfügung gestellt.

Insgesamt erreichte Münster Marketing mit der Adventskampagne in den eigenen Social Media-Kanälen rund 700.000 Menschen.

Um sich international zu vernetzen, weltweit Follower zu generieren und Münster ins Gespräch zu bringen, gab es Posts und Gewinnspiele auf den Social Media-Kanälen der touristischen Partner: des NL-Städteportals Cityzapper, des Projektbüros Geheim over de Grens sowie der Historic Highlights of Germany. In den Newslettern der Deutschen Zentrale für Tourismus in den Märkten Japan, UK, Frankreich, Österreich, Schweiz und Niederlande waren die Weihnachtsmärkte in Münster Thema.

Des Weiteren haben wir uns bei einer Instagram-Aktion des Tourismus NRW beteiligt: Während der Weihnachtszeit haben wir den Instagram-Account @deinrw übernommen und Fotos und Videos vom weihnachtlichen Münster gepostet. Durch das Takeover konnte Münster zusätzliche Reichweiten erzielen.

Groß war in 2017 das mediale Interesse an den Weihnachtsmärkten in Münster: Der WDR berichtete zum Beispiel über die Geschichte der weihnachtlichen Stadtschmückung der Stadt und das ZDF drehte einen Beitrag für die Sendung „Hallo Deutschland“.



Münster-Fans als Markenbotschafter

Neue Gestaltung unserer Kommunikationsprodukte

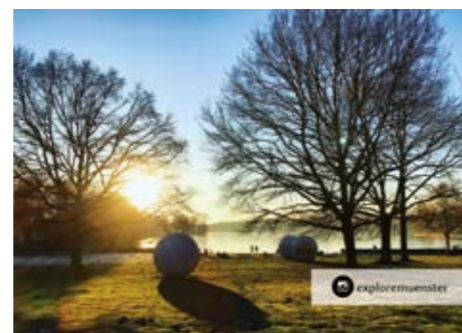
2016 hat die Stadt Münster ein neues gesamtstädtisches Corporate Design entwickelt, das alle städtischen Leistungen durch eine einheitliche Gestaltung besser als bisher als solche erkennbar machen soll. Das Stadtmarketing passt sich dieser Gestaltung selbstverständlich an; sein Auftrag ist es schließlich, die Kommunikation der Stadt Münster zu unterstützen.

Unser neuer gestalterischer Auftritt soll aber mehr sein als ein grafisches Produkt. Ihm liegt auch eine Kommunikationshaltung zu Grunde, die unsere Arbeit prägt und die in der Gestaltung ihren Ausdruck finden soll. Die Broschüren und Printprodukte binden unsere Zielgruppen Bürger und Bürgerinnen, Studierende, Touristen, Unternehmen etc. in unsere Kommunikation mit ein. Wir zeigen Münster, wie es die Menschen sehen, wir zeigen viele Münsterbilder – auch widersprüchliche – und wir bitten die Menschen um persönliche Tipps und Geschichten ihrer Stadt. So realisiert sich auch im gestalterischen Auftritt, was die Kernphilosophie unserer Arbeit ist: Stadtmarketing ist eine Gemeinschaftsaufgabe!

2017 haben wir folgende Printprodukte nach dem neuen CD-Konzept umgesetzt:



Inzwischen erscheinen auch regelmäßig Postkarten, die mit Instagram-Fotos für Münster werben und zur Teilhabe an der Münster-Community im Netz einladen.



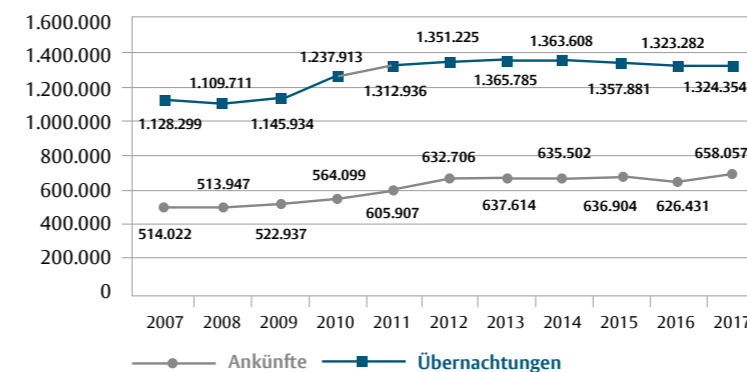
Münster Touristik

Die touristische Bilanz

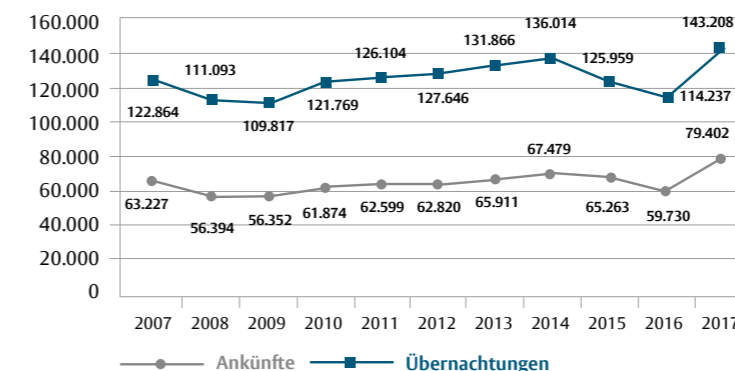
Münsters Übernachtungszahlen haben sich von 2001 bis 2017 eminent gesteigert, bewegen sich aber seit einigen Jahren auf etwa gleichem (hohem) Niveau. Zur Beurteilung der Situation und der Perspektive des Tourismus in Münster ist der Hinweis auf zwei Besonderheiten erforderlich: Die Zahl der Übernachtungsgäste in unserer Stadt setzt sich – und da ist Münster in Deutschland eine Ausnahme – aus zwei Komponenten zusammen. Zu zwei Dritteln handelt es sich bei den Übernachtungen um solche in Hotels, zu einem Drittel um rein geschäftlich motivierte in Schulungs- und Weiterbildungseinrichtungen. In den letzten Jahren sind besonders letztere rückläufig. Ganz offenbar sind die Fortbildungsveranstaltungen zeitlich reduziert worden, so dass weniger Übernachtungen anfallen. Zudem hat sich die Bettenkapazität, z.B. durch den Weggang der großen Sparkassenakademie, verringert, was sich ebenfalls negativ auf die touristische Bilanz auswirkt.

Und noch eine Diagnose lässt die Statistik zu: Die Bettenkapazität auf dem Hotelmarkt der Stadt ist seit Jahren der erhöhten Nachfrage nicht gefolgt. Vor allem fehlen uns Hotelkapazitäten im unteren Sternbereich, der der eigentliche Wachstumsmotor für den Städtetourismus ist. Beide Faktoren sind Gründe dafür, dass trotz des erhöhten Gästeaufkommens 2017 dieses ganz offenbar kaum Niederschlag in der touristischen Bilanz gefunden hat. Außerdem ist davon auszugehen, dass Münster als gastfreundliche Studentenstadt eine nicht unerhebliche Zahl an Privatübernachtungen generiert hat. Schon die letzte Untersuchung „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ in Deutschland hat gezeigt, dass der sogenannte Couchtourismus in Münster ausgeprägter ist als in anderen Städten. All diese Faktoren relativieren die touristische Bilanz.

Ankünfte und Übernachtungen Stadt Münster insgesamt



Ausländische Gäste Stadt Münster insgesamt





Münstercard

Münstercard: Eine Karte für alles und alles ist drin!
Gemeinsam mit unserem Partner Stadtwerke Münster wurde im März 2017 die Karte eingeführt. Sie verbindet 17 Top-Sehenswürdigkeiten zu einem Tagespreis von 20 Euro und beinhaltet freien Eintritt in acht Museen, darunter LWL-Museum für Kunst und Kultur, Kunstmuseum Pablo Picasso und Friedenssaal. Auch drei Stadtführungsanbieter sowie der Münsterbus sind Partner. Die freie Nutzung von Bus und Bahn ist inklusive. Alle Informationen sind auch in englischer Sprache verfügbar.

Das alles findet man unter www.muenstercard.de. Hier ist auch die App integriert. Käuflich zu erwerben ist sie über die App / Internet, Münster Information, die Information im Rathaus, bei Mobilée und in ausgesuchten Hotels.



Unsere Gastgeberqualitäten

Vom 27. – 28. April 2017 war Münster Gastgeber für die Jubiläumstagung der Historic Highlights of Germany. Im historischen Ambiente des Erbdrostenhofes ging es dabei um die Zukunft des Marketingverbundes. Gemeinsam mit dem Zukunftsforscher Andreas Reiter und den Vertretern der Deutschen Zentrale für Tourismus erörterten die Mitglieder der Städtegemeinschaft, wie sich die Historic Highlights künftig strategisch ausrichten und welche Märkte, Reisetrends oder Kommunikationskanäle wichtig werden.

Tourismusregion Münsterland

Gemeinsam mit dem Münsterland entwickeln wir unsere regionalen Angebote regelmäßig weiter. Frei nach dem Motto „Made im Münsterland“: Dafür bürgt das Münsterland-Siegel auf den Lebensmitteln und in den Speisekarten seiner Mitgliedsbetriebe und -unternehmen. Das Netzwerk besteht aus 60 aktiven Mitgliedern - Produzenten und Gastronomen aus dem Münsterland -, die ihre Produkte und Speisen mit dem Qualitäts-Siegel „Münsterland“ kennzeichnen dürfen. Im Fokus stehen hochwertige Produkte im Hinblick auf Regionalität, Frische, Transparenz und Umweltschutz durch kurze Wege. Im Blog www.paulapumpnickel.com stellt das Münsterland-Siegel seit 2015 seine Mitglieder vor, blickt hinter die Kulissen der Produktion und zeigt, was es in der Region zu entdecken gibt.



2016 hat die Fusion mit der regionalen Speisekarte stattgefunden, die sich bisher überwiegend nur um Gastronomen gekümmert hat.

Fahrradstadt und Radregion Münsterland

Das touristische Gemeinschaftsprojekt der Stadt Münster, der Kreise Borken, Coesfeld, Steinfurt und Warendorf sowie der Regionale 2016 Agentur und Münsterland e. V.: Förderprojekt Schlösser- und Burgenregion Münsterland

Die 100 Schlösser-Route ist nach wie vor die bekannteste und beliebteste Radroute im Münsterland. Die Route und die in der Stadt Münster und den Münsterlandkreisen liegenden Schlösser und Burgen haben nationale und touristische Strahlkraft. Die Route ist für die Stadt Münster sowohl als Start- und auch als Zielort wichtig. 2017 hat das Land NRW erhebliche Fördermittel bewilligt, um die Fahrradrouten attraktiver zu machen. Sie wird künftig durch eine eigene Internetseite mit einem einheitlichen Auftritt für alle Partner beworben und durch eine dazugehörige Marketingkampagne begleitet. Ein umfassendes Informations- und Leitsystem, Verbesserung des ÖPNV-Angebotes und E-Bike-Ladestationen komplettieren das Angebot.



Foto: dreierdominic



Foto: joernhenn

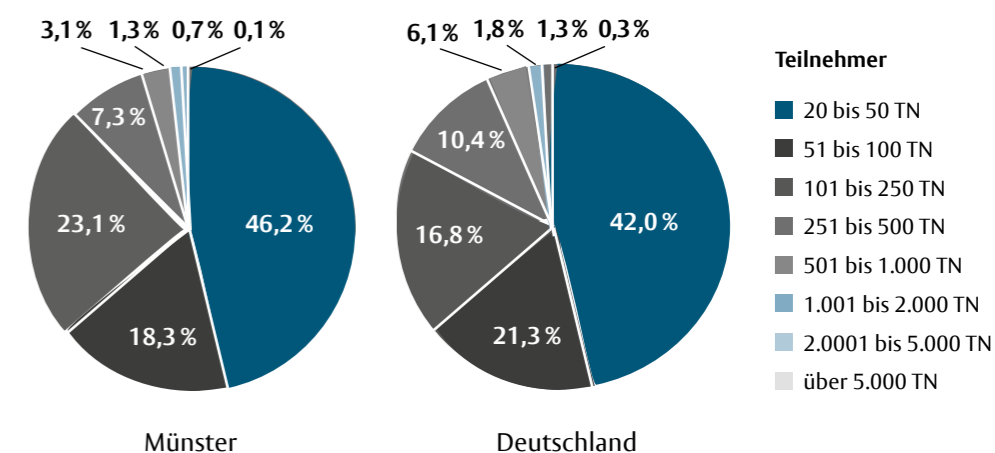


Münster Kongressstadt

Tagungen und Kongresse sind ein ausgesprochen wichtiger Teil des Geschäftstourismus unserer Stadt – überdies einer, bei dem weder die Hotels noch die Buchungsabteilung von Münster Marketing Provisionsanteile den großen Buchungsplattformen überlassen müssen. Der größte Teil der Tagungen findet in den ortsansässigen Tagungshotels statt; der Anteil geschäftlich bedingter Kongresse ist in Münster mit 62,7 % deutlich höher als im bundesweiten Durchschnitt, wo er bei 52,1 % liegt.

Quelle: Meeting- und EventBarometer des EITW (Europäisches Institut für Tagungs-Wirtschaft GmbH an der Hochschule Harz)

Größenklassen beruflich motivierter Veranstaltungen



KONGRESSINITIATIVE^{MS} / Kongressbüro

Die relevanten Akteure der Tagungsstadt Münster haben sich bereits vor über zehn Jahren zur KONGRESSINITIATIVE^{MS} zusammengeschlossen:

DEHOGA Westfalen
 Fachhochschule Münster
 Flughafen Münster Osnabrück
 Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
 IHK Nord Westfalen
 Münsterland e.V.
 Stadtwerke Münster
 Westfälische Wilhelms-Universität Münster
 Wirtschaftsförderung Münster

Die Geschäftsführung liegt beim Kongressbüro von Münster Marketing.

Tagungen und Kongresse 2017

Das Kongressbüro hat 2017 über 3.000 Kundenprojekte betreut, bei denen Unterstützung in Bezug auf die Suche nach Veranstaltungsorten, die Bewerbung der Veranstaltungen oder auch bei begleitenden Rahmenprogrammen benötigt wurde.

Wie sehr die Stadt, der Einzelhandel, das Gastgewerbe und die Anbieter von Dienstleistungen durch die hier stattfindenden Kongresse und Tagungen profitieren, wurde durch die Studie dwif 2017 ermittelt. So geben lt. Studie die Teilnehmer mit Übernachtungen pro Aufenthaltstag 124,50 Euro aus und die Teilnehmer ohne Übernachtung 27,50 Euro. Für 2017 hat alleine das Kongressbüro einen Bruttoumsatz von über 7,7 Mio. Euro (7.709.661,50 Euro) für den Standort erwirtschaftet.

Anzahl der Tagungen / Kongresse 2017 (2016 in Klammern) und der Teilnehmer/innen (TN)

187 (165) Tagungen mit 39.311 (34.567) TN
 46 (44) eintägige Tagungen mit 9.385 (8.055) TN
 141 (121) mehrtägige Tagungen mit 29.926 (26.512) TN

Namhafte Kongresse 2017 (eine Auswahl)

27.-31.03.17	81. Jahrestagung der Deutschen Physikalischen Gesellschaft und die DPG-Frühjahrstagung	2.000 TN
02.-03.05.17	European Lunar Symposium	200 TN
16.-17.05.17	9th International Meeting des Kompetenznetzwerks für Stammzellforschung NRW	800 TN
30.05.-01.06.17	iaf Internationale Ausstellung Fahrwegtechnik	100 Aussteller/innen 25.000 TN
07.-09.06.17	EUNIS 2017 (European University Information Systems Organisation)	350 TN
10.-12.09.17	Internationales Friedentreffen Sant' Egidio (Münster und Osnabrück)	5.000 TN
09.-11.11.17	25. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Schlafforschung und Schlafmedizin (DGSM)	1.800 TN



PATHS OF PEACE
2017
 MÜNSTER OSNABRÜCK

Kongress- und Tagungsguide Münster

Ein attraktiver Kongressstandort ist eine Stadt nicht allein wegen ihres Messe- und Kongresszentrums. Die Kongressdestination ist dann stark und konkurrenzfähig, wenn möglichst alle Dienstleistungen rund um den Kongress gebündelt angeboten werden können und leicht zugänglich sind. Diesen Zweck erfüllen unser Kongress- und Tagungsguide und die Internetseiten des Kongressbüros bei Münster Marketing. Beide sind ein Abbild des Netzwerks aller Branchenpartner vor Ort, das vom Kongressbüro gemanagt wird (www.kongresse-muenster.de).

Stetig wachsend sind es zurzeit 85 Partner, darunter Kongresslocations, Tagungshotels, außergewöhnliche Tagungsorte, Gastronomie sowie Rahmenprogramme und Dienstleister (Techniker, Floristen, Fotografen u.a.). Durch diese gemeinsame Präsentation realisiert der Kunde bzw. die Kundin sofort, dass die Stadt sie partnerschaftlich und gemeinsam betreut.

Die Inhalte sind alle bedarfsgerecht aufbereitet und dargestellt. Der Kunde / Veranstalter, die Kundin / Veranstalterin findet dabei inspirierende Inhalte wie Fotos, Filme, Kapazitäten und Rahmenprogramme der Leistungsträger.

Maßnahmen zur Bewerbung des Kongressstandortes

Online Marketing

In 2017 ist das Kongressbüro neue Wege gegangen und hat eine Social Media-Kommunikation gestartet. Über www.muenster-kongresse.de haben wir eine professionelle Website geschaltet, auf der der Kongress- und Tagungsguide Münster und der kostenfreie „5fach Bonus“ beworben werden.

Auf einer weiteren Seite wird ein sogenannter offener Famtrip - eine Veranstaltung für Tagungsplaner deutschlandweit - empfohlen. Die Seiten werden über Google Adwords und über die Plattformen Xing und Linked In beworben. Einen besonderen Service bietet ein Live-Chat. Hier kann der Kunde und die Kundin direkt Kontakt mit den Mitarbeiterinnen des Kongressbüros aufnehmen.

Insgesamt wurden für die Monate Mai bis Dezember 91.567 Impressionen verzeichnet, d.h., dass so häufig unsere Google AdWords-Anzeigen bei der für uns relevanten Suche angezeigt wurden. 1.896 Mal wurde auf die Anzeige geklickt, das entspricht einer Rate von 2,07 %. 7,44 % davon haben eine Aktion vorgenommen, entweder angerufen oder das Kontaktformular ausgefüllt. Beide Prozentzahlen liegen über dem Durchschnitt.





Professoren/Professorinnen-Treff am 29. Juni 2017

Wie bereits in den vergangenen Jahren haben wir die Professoren und Professorinnen der Westfälischen Wilhelms-Universität, des Universitätsklinikums und der FH Münster eingeladen, um ihnen Neues vom Kongressstandort zu zeigen. Das Thema war „Skulptur Projekte 2017“. Es nahmen 40 Personen teil. Die Resonanz war äußerst positiv, das Feedback bewegte sich zwischen „sehr gut“ und „gut“. Das Programm und die Locations wurden als informativ und gut gestaltet bewertet, als eine stimmige Mischung mit vielen interessanten Informationen, professionell organisiert.

ERFA-Stammtisch (Erfa = Erfahrung) am 6. Juli 2017 und am 19. Oktober 2017

Der ERFA-Stammtisch wird zweimal pro Jahr angeboten und es nehmen jeweils zwischen 30 und 40 Personen teil. Zielgruppe sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus der Westfälischen Wilhelms-Universität, dem Universitätsklinikum und der FH Münster, zu deren Aufgabengebiet die Organisation von Veranstaltungen gehört. Im Juli waren die Teilnehmer und Teilnehmerinnen begeistert von der Location und der Führung zu den Skulptur Projekten.

Verbände

Verbände spielen eine wichtige Rolle in der Tagungswirtschaft, denn jede dritte Veranstaltung wird von Verbänden ausgerichtet oder initiiert. Um für diese Zielgruppe präsent zu sein, haben wir an der Veranstaltung verbaende.com INFOTAG am 28.06.2017 in Berlin teilgenommen, gemeinsam mit den Top Hotels. Ein Mailing im Anschluss an die Veranstaltung an alle teilnehmenden Verbände mit der Einladung zur Kongressreise nach Münster sowie Informationen zum Tagen in der Stadt unterstützte die Aktion.

Mit den oben aufgeführten Maßnahmen wurden rund 2.100 Kunden direkt angesprochen.



Insgesamt konnten 142 Kongresstermine verbucht werden:

2017	73 Festbuchungen
2018	57 Festbuchungen
2019	11 Festbuchungen
2020	1 Festbuchung

German Convention Bureau

Der Verband vermarktet Deutschland international und national als Standort für Kongresse, Tagungen und Events. GCB ist der zentrale Ansprechpartner für alle Kunden, die in Deutschland Veranstaltungen planen. Durch diese Mitgliedschaft profitiert das Kongressbüro Münster Marketing von vielen Synergien, dem „Know How“ des Verbandes, aber auch von diversen Marketingmaßnahmen, an denen sich das Kongressbüro Münster Marketing beteiligen kann.

In 2017 wurde ein Kongressnetzwerk „Smart Convention Cities Germany“ mit 16 mittelgroßen Städten gegründet. Ziele des Netzwerkes sind die Stärkung der Wahrnehmung von mittelgroßen Kongressstandorten, die gemeinsame Ansprache von Zielgruppen, die gemeinsame Kongressakquise und die Stärkung und Darstellung der Mitgliedsstädte im Kongress-Dachverband German Convention Bureau e.V.

Qualifizierungsoffensive: MICE-Markt der Zukunft

Das Kongressbüro Münster Marketing ist Mitglied im landesweiten Kompetenz-Netzwerk „MICE“. 2017 lag der Focus auf dem Projekt „Qualifizierungsoffensive: MICE-Markt der Zukunft“, ein Angebot des NRW-Tourismus. Es beinhaltet folgende Maßnahmen:

Münsteraner Unternehmen werden dabei unterstützt, ihre Kosten und ihren Ressourceneinsatz zu minimieren; sie bekommen Ideen, Informationen und Empfehlungen, um sich auf die Tagungsformate der Zukunft einzustellen, ihre Marketingmaßnahmen werden unterstützt, professionalisiert und durch die Internetseite „Dein NRW Business“ und den Online-Kongressplaner beworben. Besonders kleine Unternehmen unter den Anbietern können so ihre Wettbewerbssituation verbessern und sichern.

Münster

Wissenschaftsstadt

Allianz für Wissenschaft - Nanobioanalytik

EuroNanoForum

Unter dem Dach von Münsters Allianz für Wissenschaft präsentierte sich der Nanotechnologie-Standort vom 21. bis 23. Juni 2017 in Valetta (Malta) auf dem EuroNanoForum 2017. Mehr als 1.000 Experten und Expertinnen und rund 50 Aussteller folgten der Einladung der Europäischen Kommission und der EU-Ratspräsidentschaft zum alle zwei Jahre stattfindenden wichtigsten Treffen der Europäischen Nanotechnologie, welches unter dem Motto „Strengthening the competitiveness of European manufacturing industries through nano and advanced materials technologies and open innovation“ stand.

Science Breakfast

Am 7. März 2017 fand im Center for Nanotechnology in Münsters Wissenschaftspark eine Premiere statt: Etwa 50 Vertreter und Vertreterinnen aus Wissenschaft und Wirtschaft folgten der Einladung zu Münsters erstem „Science Breakfast“. In Kurzvorträgen wurden aktuelle Forschungen aus Wissenschaft und Wirtschaft vorgestellt. Das anschließende Frühstück wurde von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen intensiv zur Vernetzung genutzt. Das Konzept zu diesem neuen Veranstaltungsformat zur Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft wurde im Arbeitskreis Nanobioanalytik in Münsters Allianz für Wissenschaft entwickelt und von ihr auch finanziell unterstützt.

Nanowelt Münster

Durch die Unterstützung von Münsters Allianz für Wissenschaft konnten das Center for Nanotechnology sowie das Physikalische Institut der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster die Neuauflage der Standortbroschüre „Nanowelt Münster“ sowohl in englischer als auch deutscher Sprache realisieren: Präsentiert werden aktuelle Forschungen in Wissenschaft und Wirtschaft „Made in Münster“.

Die Broschüre findet sich hier:

https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/trr61/brochure_nanowelt/brosch__re_2017_final.pdf





Allianz für Wissenschaft - Medizinische Prävention

Welthypertonietag im Erbdrostenhof

Das Herz-Jesu-Krankenhaus Münster-Hiltrup und das St. Franziskus-Hospital waren in diesem Jahr Veranstalter des Welthypertonietages. Namhafte Experten aus Wissenschaft und Praxis informierten am 6. Juni 2017 über neueste wissenschaftliche Forschungen sowie über alle wesentlichen Fragen zur Vermeidung und Behandlung des Bluthochdrucks. Im Foyer bestand die Gelegenheit zur Verkostung von salzarmem Brot und weiteren Speisen sowie die Möglichkeit, den eigenen Blutdruck zu messen und individuell Auskunft zur Vermeidung von Herz-Kreislaufkrankungen zu bekommen.

Der Welthypertonietag wird von Münsteraner Kliniken mit Unterstützung der Hochdruckliga und der Allianz für Wissenschaft gestaltet.

Wissenschaftsstadt

Erstsemesterbegrüßung

Etwa 3.000 Studierende kamen am 5. Oktober 2017 in die Mensa am Ring zur Erstsemesterbegrüßung der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. An einem gemeinsamen Stand versorgten Münster Marketing und das Amt für Wohnungswesen und Quartiersentwicklung die jungen Leute mit sehr viel Wissenswertem über Münster. Der Andrang war unerwartet groß, die Stadtführer und auch ein Flyer mit Tipps zur Wohnungssuche fanden rasenden Absatz.



Kooperation mit Kristiansand

Die erfolgreiche Kooperation zwischen Wissenschaft und Stadt war ein wichtiger Schwerpunkt beim Besuch einer städtischen Delegation in der norwegischen Partnerstadt Kristiansand, welcher vom 14. bis zum 17. Juni 2017 stattfand. Das Wissenschaftsbüro war mit in Norwegen und informierte gemeinsam mit Oberbürgermeister Markus Lewe bei einem Spitzengespräch mit der Stadt Kristiansand und der Universität Agder über das Modell Münster. Gleichzeitig wurden mögliche Kooperationsfelder identifiziert. Beim Gegenbesuch aus Kristiansand fanden am 28. und 29. Oktober 2017 Gespräche des Rektors der Universität Agder, Karl-Heinz Frank Reichert, mit Westfälischer Wilhelms-Universität Münster, Fachhochschule Münster sowie der Technologieförderung Münster statt, wobei mögliche Kooperationen weiter konkretisiert wurden.

Hochschultag

Rund 17.000 Schülerinnen und Schüler hatten am 9. November 2017 die Gelegenheit, sich über Studienfächer zu informieren, in Laboren zu experimentieren, Veranstaltungen zu besuchen und den Studienort Münster kennen zu lernen. Auch für die begleitenden Eltern und Lehrer wurden eigens konzipierte Veranstaltungen angeboten.

Der Hochschultag wird jährlich in Kooperation der Hochschulen und Münster Marketing mit weiteren Partnern veranstaltet.

MUIMUN - Münster University International Model United Nations

Mit Unterstützung von Münster Marketing fand vom 1. bis 4. April 2017 erneut die MUIMUN-Konferenz statt. Das Motto lautete: „Still a World away? – The elusive Pursuit of Equality“.

ALTERNATIV Wissen erleben, eine Veranstaltung für Neugierige über 50

Thema: Kunststücke

Veranstalter: Münster Marketing in Zusammenarbeit mit der Kontaktstelle Studium im Alter der Westfälischen Wilhelms-Universität

Vortrag von Dr. Norbert Humburg, Kunsthistoriker: „Kunststücke – Draußen vor der Tür. Skulpturen im öffentlichen Raum in Münster“

Kunst und Universität, eine vielfältige Verbindung. Die Skulptur Projekte Münster 2017 waren für die Stadt und die Westfälische Wilhelms-Universität am 7. Juni 2017 der willkommene Anlass, in ihrem Programm für Neugierige ab 50 die künstlerischen Seiten Münsters zu entdecken.

Highlights der Physik, Wissenschaftsfestival

Veranstalter: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), die Deutsche Physikalische Gesellschaft (DPG) und die Westfälische Wilhelms-Universität (WWU) Münster

Jedes Jahr findet das Festival in einer anderen Stadt und mit einem anderen Themenschwerpunkt statt. In Münster ging es vom 18. - 23. September 2017 unter dem Motto „Struktur & Symmetrie“ um die physikalischen Grundlagen der Strukturbildung und Ordnungsphänomene in der Natur.

Neben einer großen Wissenschaftsshow im Messe und Congress Centrum Halle Münsterland mit TV-Moderator Ranga Yogeshwar stand die Mitmach-Ausstellung auf dem Schlossplatz im Zentrum des Festivals. Zudem gab es unterhaltsame Wissenschaft: Shows auf Open Air-Bühnen, Live-Experimente, Kindertheater, Schülerwettbewerb, das Junior-Labor und zahlreiche Workshops.

Typisch für Münster: hochkarätige Vorträge von Philosophen, Musik- und Kulturwissenschaftlern sowie Nobel- und Communicator-Preisträgern wie Georg Bednorz oder Albrecht Beutelspacher.



Münster

City- und Veranstaltungsmanagement

Münsters Handel zeichnet sich neben Hochfrequenzlagen mit gefragten Filialisten auch durch individuelle Einkaufsviertel mit überwiegend inhabergeführten Geschäften aus. Dafür ist Münster über die Grenzen des Münsterlandes hinaus bekannt und beliebt. Der stationäre Einzelhandel bildet das Herzstück unserer Stadt.

Bedingt durch den Bedeutungszuwachs des Onlinehandels ist die Attraktivität des Innenstadthandels auch in Münster unter Druck. Eine sinkende Anziehungskraft des stationären Handels führt zu nachlassendem Interesse von Bewohnern und Bewohnerinnen und Gästen an der Innenstadt. Rückgänge in den Frequenzen, die vor allem an Werktagen in Münsters City zu spüren sind, haben gravierende Folgen für Handel, Gastronomie und Immobilieneigentum und beeinträchtigen am Ende die Attraktivität der gesamten Stadt. Um dieser Entwicklung vorzubeugen und die Attraktivität der Innenstadt zu steigern, haben wir in 2017 gemeinsam mit den privaten Akteuren neue Wege beschritten.

Professionelles Quartiersmanagement seit Februar 2017

Seit über einem Jahrzehnt setzen sich die Stadt Münster und die Initiative Starke Innenstadt Münster e.V. - am Bahnhof die Immobilien- und Standortgemeinschaft Bahnhofsviertel e.V. – in einer vertrauensvollen Zusammenarbeit auf Augenhöhe für eine erfolgreiche Entwicklung der Innenstadt ein.

In Zeiten des Onlinehandels und der sich verändernden Konsumgewohnheiten bewährt sich diese Kooperation besonders: Die Stadt Münster und die Initiative Starke Innenstadt haben daher ein professionelles Quartiersmanagement initiiert, dessen Fokus vor allem auf der Weiterentwicklung der Innenstadt-B-Lagen zielt. Das Land Nordrhein-Westfalen unterstützt dieses professionelle Quartiersmanagement. Die Initiative Starke Innenstadt setzt die gemeinsam erarbeiteten Schwerpunkte des Quartiersmanagements um. Stärker als beim städtischen Citymanagement führt die direkte Nähe zu den Handelnden und zu den noch zu motivierenden privaten Akteuren zu einer breiten Akzeptanz und damit einer schnelleren Umsetzungsfähigkeit. Aktuell unterstützt die seit Februar 2017 aktive Quartiersmanagerin die Aktivitäten am Verspoel und setzt damit erste Bausteine im Bereich B-Lagen-Entwicklung um.

Auf dem Weg zur Smart Sphere

Münster wird nicht die erste Stadt sein, in der sich Gäste und Bewohner/Bewohnerinnen gleichermaßen die Welt, in der sie sich real aufhalten, digital erschließen. Das digitale Angebot wird längst nicht mehr nur als eine reine Informationsquelle genutzt. Vielmehr versteht sich das digitale Angebot als Erlebnisraum und damit als eine Einladung an die Nutzer und Nutzerinnen, sich zu informieren, Neues zu entdecken, zu kommunizieren und auch zu dokumentieren. Die Herausforderung besteht darin, die Menschen einzuladen, sie zu integrieren und sie zu motivieren, Münster real zu erleben und sie digital dabei zu unterstützen. Während das klassische Marketing auf Reichweite setzt, verfolgt Münster einen nachhaltigen Ansatz, der den Dialog mit den Nutzern und Nutzerinnen sucht.

Ziel ist es daher, die digitalen Angebote in der Stadt zu bündeln, einen analog-digitalen Erlebnisraum zu kreieren und in Form einer digitalen Infrastruktur in der Stadtgesellschaft zu verankern. Dazu sind wir im Schulterschluss mit lokalen Akteuren aus Wirtschaft und Handel und Experten, die mit Fachexpertise und durch eigene Erfahrungen zur Entwicklung beitragen und unter Beteiligung professioneller Unternehmen im konstruktiven Austausch und haben uns auf den Weg gemacht, die Beteiligten für dieses Thema zu begeistern. Allerdings sind den Bemühungen solange Grenzen gesetzt, wie die Stadt keine verbindliche Digitalisierungsstrategie entwickelt hat, der sich noch zu entwickelnde digitale Tools unterordnen müssen.

City Shuttle vom Coesfelder Kreuz an den Samstagen im Dezember

Die Kaufleute der Altstadt haben für die fünf Samstage im Dezember einen attraktiven P+R-Service für die Gäste dieser Stadt organisiert: Das neue Parkhaus am Coesfelder Kreuz, welches eigentlich

an den Samstagen geschlossen ist, wurde erstmals in 2017 als P+R-Angebot geöffnet. Für nur sechs Euro konnten bis zu fünf Personen ihr Auto parken und anschließend ohne weitere Kosten alle Stadtbuslinien nutzen. Dieser smarte Service ist ein Angebot der Initiative Starke Innenstadt Münster e.V. in Kooperation mit den Stadtwerken Münster, der Stadt Münster und der Westfälischen Wilhelms-Universität. Auch in den Jahren 2018 und 2019 soll dieses Angebot aufgelegt werden. Münster Marketing koordiniert und moderiert die Gespräche zwischen den Akteuren. Wir begreifen dieses Angebot als ein Pilotprojekt im Rahmen der Mobilitätsstrategie der Stadt.



Münster für Mehrweg

Im Schulterschluss gegen Plastikabfall machen sich Akteure aus Wirtschaft, Handel, Umweltverbänden und Verwaltung gemeinsam auf den Weg, die Müllvermeidung und Müllreduzierung in das Bewusstsein der Stadtgesellschaft, über die Privathaushalte hinaus, zu transportieren. Im regelmäßig stattfindenden Austausch und unter Beteiligung unterschiedlicher externer Fachleute werden hierzu Maßnahmen geprüft, die in Teilen bereits umgesetzt sind, z.B. keine kostenlose Ausgabe von Plastiktüten im Handel, Ersatz"taschen" auf dem Wochenmarkt und die Vermeidung von Einweggeschirr bei Veranstaltungen.

Stadtteilmarketing

Im Zukunftsprozess „MünsterZukünfte 20|30|50“ wurden Anfang 2017 alle Münsteraner und Münsteranerinnen eingeladen, einen Zukunftsspaziergang für ihren Stadtteil/ihr Quartier oder für ihr Thema zu konzipieren, mit der Frage, was für das jeweilige Quartier besonders ist, welche Themen sie bewegen und was sie sich für die Zukunft wünschen.

Die ersten zwei Spaziergänge in Angelmodde und in Kinderhaus wurden erfolgreich durchgeführt. Münster Marketing unterstützt die Organisatoren bei der Vorbereitung und Durchführung der Spaziergänge. Aber auch Stadtteile, die sich beworben haben und nicht zu den sechs ausgewählten Spaziergängen zählen, haben den Wunsch, ihren Stadtteil im Rahmen eines Spaziergangs vorzustellen. Hierbei unterstützen wir sie auch mit dem Ziel, die Stadt als Ganzes zu betrachten. Dabei stehen weniger wirtschaftliche Aspekte und Standortqualitäten im Vordergrund, sondern vielmehr die Identifikation der Bewohner und Bewohnerinnen mit ihrem jeweiligen Stadtteil.





Veranstaltungen

6.5.2017: Hansemahl

Zum 14. Mal feierte Münster das Hansemahl auf seinem Herzstück, dem Prinzipalmarkt. Die münsterschen Kaufleute empfingen die Bürger und Bürgerinnen der Stadt und ihre Gäste an diesem sonnigen Samstag höchstpersönlich unter freiem Himmel an der festlich dekorierten 100 m langen Tafel. Sowohl Gäste aus der Region, dem Umland und angrenzenden Ausland ließen sich die traditionellen westfälischen Schnittchen, serviert zu einem attraktiven Preis als Geste von den Kaufleuten, schmecken.

Ausstellungen, Stadtführungen und Aktionen rund um das Thema „Handel“ machten den Geist der Hanse wieder lebendig - damit sich die Menschen an die Hansegeschichte ihrer Stadt erinnern und zugleich ein Gefühl dafür entwickeln, in einer Stadt zu leben, die auch heute noch Handelsstadt in einem europäischen Netzwerk ist.

7. - 9.7.2017: Stadtfest „Münster Mittendrin“

Am zweiten Juli-Wochenende 2017 fand die dritte Auflage des Stadtfestes „Münster Mittendrin“ statt. Mit seinen verschiedenen Veranstaltungsinselformen analog der Wegestruktur in der Innenstadt hat sich das neue Stadtfestkonzept bewährt. Das vielseitige Programm mit unterschiedlichen Ausprägungen an den verschiedenen Standorten in der Innenstadt sorgte an dem traumhaften Sommer-Wochenende für gute Stimmung und viele Besucher und Besucherinnen.

Ein Highlight, wie in den beiden Jahren zuvor, waren die großen Konzerte auf dem Domplatz, diesmal u.a. mit Nena, Roland Kaiser, Glasperlenspiel und Alma. Ebenso gehörten das Kinderprogramm oder die Programmbühnen mit Künstlern und Künstlerinnen aus Münster und Umgebung zu den Höhepunkten.

2018 findet das Stadtfest „Münster Mittendrin“ aufgrund der Fußball-Weltmeisterschaft vom 17. bis 19. August statt.

31.8. - 2.9.2017: Schauraum - Das Fest der Museen und Galerien in Münster

Drei Tage und drei Nächte feierte Münster den Schauraum mit seinen sehr beliebten Klassikern, u.a. dem Roten Platz auf dem Platz des Westfälischen Friedens, der Piazza mit ihrem italienischen Flair vor dem barocken Erbdrostenhof und der grünen Wiese am Alten Fischmarkt. Aber auch Quartiere wie das Bahnhofsviertel und der Verspoel beteiligten sich mit attraktiven Inszenierungen. Der Mix aus „Schauräumen“ in der Stadt, Livemusik, Gastronomie, Kunst und Theater und der finale Höhepunkt, die Nacht der Museen und Galerien mit gut 40 Ausstellungsorten, begeisterten aufs Neue ein großes Publikum weit über Münsters Grenzen hinweg.

27.11. - 23.12.2017: Münsters Weihnachtsmärkte

Jährlich kommen viele hunderttausend Gäste aus ganz Deutschland und vor allem auch aus den angrenzenden Niederlanden auf Münsters Weihnachtsmärkte. Das bestätigen sowohl die Zahlen der erstmals in 2017 durchgeführten Passantenfrequenzmessung, als auch die Ergebnisse aus der Regionalumfrage, nach der die Weihnachtsmärkte an dritter Stelle für einen Besuch Münsters stehen. Die Gäste schätzen vor allem das gemeinsame Konzept aller Akteure, das für eine besondere Atmosphäre sorgt, angefangen von der vorweihnachtlichen Stadtausschmückung bis hin zum Angebot auf den Märkten.

An den Adventssamstagen boten erstmals sieben Weihnachtslotsen den Gästen einen besonderen Service. An stark frequentierten Orten standen sie mit hilfreichen Informationen bei der Orientierung zur Seite.

Die feierliche und zugleich stimmungsvolle Eröffnung der Weihnachtsmärkte an Münsters wohl prominentester Weihnachtstanne in die frühen Abendstunden zu verlegen, war die richtige Entscheidung. Das zweite große Adventssingen auf dem Prinzipalmarkt bewegte rund 2.000 Gäste zum Mitsingen auf dem verschneiten Prinzipalmarkt.

Und was wir für andere Veranstaltungen getan haben ...

- 25.000 Veranstaltungstermine in den Online-Veranstaltungskalender eingetragen
- Zahlreiche Anfragen von Künstlern, Bürgern und Bürgerinnen, Standbetreibern und Veranstaltern rund um Veranstaltungen im öffentlichen Raum beantwortet und Fragesteller intensiv beraten
- Den Runden Tisch der Feste-Veranstalter moderiert und den Flyer „Feste feiern in Münster“ konzipiert
- Münsters große Open Air-Veranstaltungen wie den Sparkassen Münsterland Giro, Volksbank Münster Marathon, Highlights der Physik, Theater Titanick unterstützt und logistisch beraten
- Infolotsen im Advent für ratsuchende Gäste Münsters weihnachtlicher Innenstadt organisiert
- ... und vieles mehr

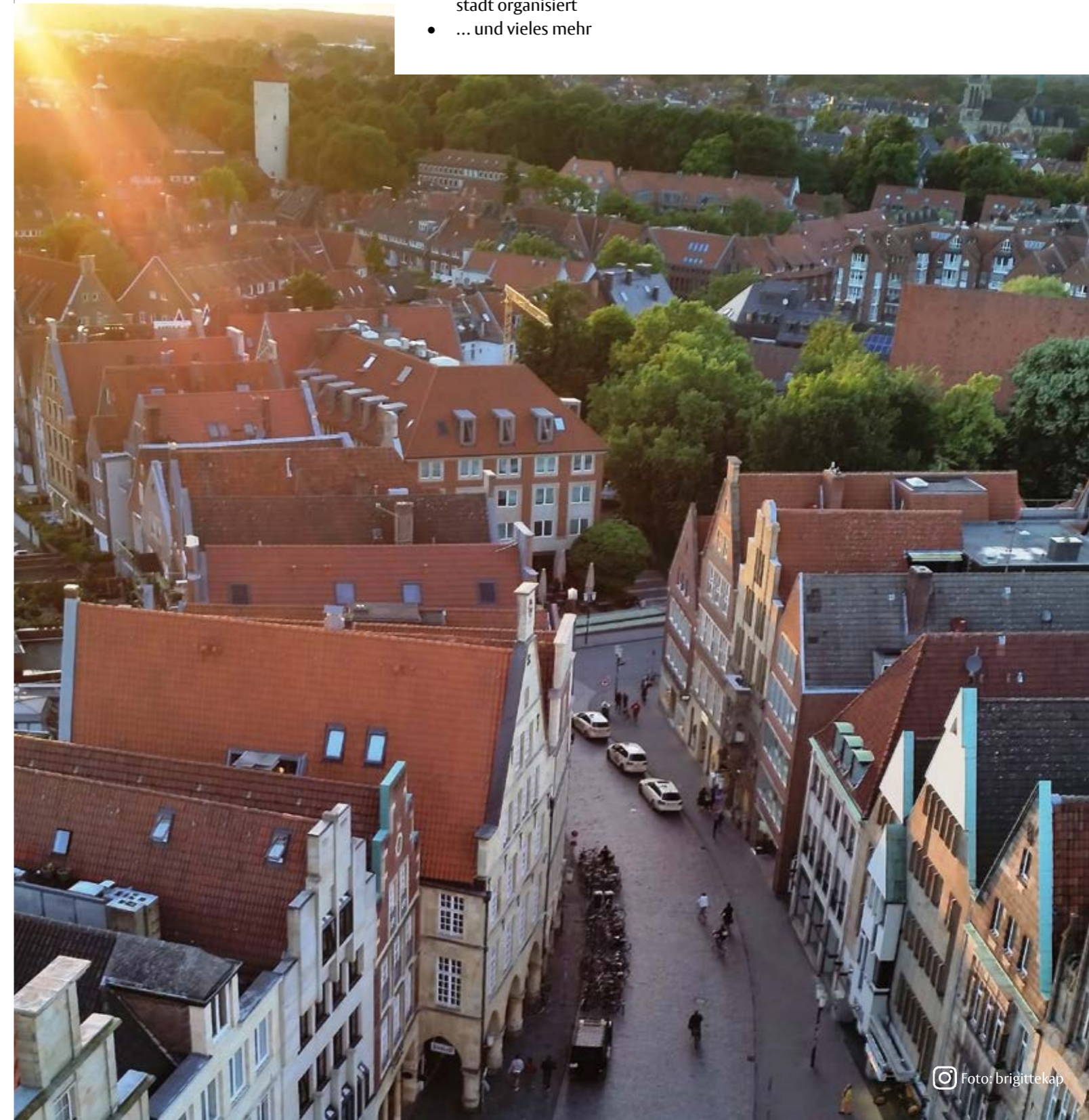


Foto: brigittkap

Münster

MünsterZukünfte

MÜNSTER
ZUKÜNFT
20 | 30 | 50

Münster Marketing obliegt die Kommunikation für den großen Zukunftsprozess „MünsterZukünfte 20|30|50“, der eine Münsterstrategie für die gesamte Stadt erarbeiten will und der ressortübergreifend alle Themen und Fachlichkeiten der Stadtverwaltung einbezieht. Große Teile des Prozesses und die Veranstaltungsorganisation wurden dem Eigenbetrieb Münster Marketing übertragen. Die fachliche Zuständigkeit für das Integrierte Stadtentwicklungskonzept übernimmt das Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung und Verkehrsplanung.

Szenarioanalyse

Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Zukunftsgestaltung ist eine fundierte Einschätzung der möglichen Entwicklungen und Herausforderungen. Hierzu wird im Rahmen des städtischen Zukunftsprozesses durch Herrn Professor Backhaus und sein Team vom Betriebswirtschaftlichen Institut für Anlagen und Systemtechnologien der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster gemeinsam mit Münster Marketing und dem Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung und Verkehrsplanung eine Szenarioanalyse durchgeführt, in welcher alle denkbaren „Zukünfte“ unter die Lupe genommen werden.

In einer ersten Umfrage vom 16. März bis zum 10. April 2017 waren die Bürger und Bürgerinnen dazu aufgefordert, Faktoren zu benennen, welche aus ihrer Sicht die Zukunft Münsters beeinflussen. Mit mehr als 16.000 Teilnehmern und Teilnehmerinnen stieß die Umfrage auf sehr große Resonanz. Am 27. Juni 2017 wurden die ermittelten 62 Einflussfaktoren bei einer öffentlichen Präsentation bei den Stadtwerken vorgestellt und diskutiert. Vom 16. bis zum 29. Oktober 2017 schloss sich eine zweite Umfrage an: Etwa 2.000 Experten und Expertinnen gaben mehr als 200.000 Bewertungen für Einflussfaktoren ab. Auf diesem Wege konnten 20 Schlüsselfaktoren identifiziert werden, welche die Grundlage für die Erarbeitung von denkbaren Zukunftsszenarien darstellen. Das wird 2018 im Rahmen von Experten- und Expertinnenworkshops erfolgen.



Zukunftsmacher

Gutes Morgen Münster

Wie soll sich unsere Stadt mittel- und langfristig entwickeln? Diese Frage steht im Mittelpunkt der „MünsterZukünfte 20 | 30 | 50“ – der vom Rat der Stadt Münster mit großer Mehrheit auf den Weg gebrachten Zukunftsstrategie.

Eines der Werkzeuge der MünsterZukünfte ist die Initiative „Gutes Morgen Münster“, bei der bereits 2015 Bürger und Bürgerinnen ihre Projekte und Initiativen präsentiert haben, mit denen sie sich schon heute für eine gute Zukunft Münsters einsetzen. Eine überwältigende Anzahl von 311 eingereichten Projekten hat gezeigt, in Münster besteht nicht nur ein großes Potenzial, sondern auch eine große Könnerschaft und Bereitschaft, gemeinsam Zukunft zu gestalten – die Zukunftsmacher.

Die Zukunftsmacher bei „Gutes Morgen Münster“ haben sich dafür ausgesprochen, die Stadtteile und Stadtquartiere als einen zentralen Themenbereich verstärkt in den Fokus zu nehmen. Daraufhin haben wir die Ausschreibung „Zukunftsspaziergänge im Stadtteil/Stadtquartier“ gemeinsam mit den Projektteilnehmern entwickelt. Dabei soll es darum gehen, etwas zu zeigen, das den Stadtteil/das Stadtviertel auszeichnet, etwas zu fragen, das mit der Zukunft des Stadtteils/des Stadtviertels zu tun hat und etwas zu planen, das einen Beitrag zur Zukunft Münsters leistet.

Bewerben konnten sich Initiativen, Organisationen und Menschen, von denen mindestens eine/einer schon Teil von Gutes Morgen Münster sein musste. Nach zwei Informations- und Beratungsrunden für die Bewerber haben sich erstaunliche 19 Stadtteile und Initiativen beworben. Mit allen haben wir gesprochen und die Bewerbungen mit den ganz unterschiedlichen Ideen, Themen und Schwerpunkten am 3. Juli 2017 der Jury vorgestellt:

Jury Zukunftsspaziergänge, 3. Juli

Renée Tribble (Architektin, Hamburg), Prof. Dr. Ulrich Borsdorf (Historiker, Essen)
Frauke Burgdorff (Raumplanerin, Bochum), Moderation: Bernadette Spinnen

Die Jury hat schließlich die sechs Spaziergänge ausgewählt, die finanziell unterstützt werden und an denen der Oberbürgermeister und weitere Gäste teilnehmen werden.

Die ausgewählten Spaziergänge

- Wissenschaftspark: Quartier zwischen Ring und Busso-Peus-Straße
- Gievenbeck: Wege, Verankerungen und Beziehungen – Gievenbeck als Ort der Integration – und: Spaziergang durch Teilgebiete Auenviertel und Toppheide
- Kinderhaus: Weltoffen seit 1333 – Geschichte, Gegenwart, Zukunft
- Mauritz-Mitte: Latschen und Tratschen im Stadtteil Mauritz. Begegnung, Beteiligung und Unterstützung – gestern, heute, morgen
- Angelmodde: Bürgerinnen und Bürger für eine lebendige Integration
- Hansa-Hafenviertel: Fragen, Planen, Dinieren

In 2017 haben zwei Stadtteilspaziergänge bereits stattgefunden. Präsentiert haben sich die Stadtteile Angelmodde und Kinderhaus.

Nach Ansicht aller Beteiligten sind die Zukunftsspaziergänge ein großer Erfolg: Sie bringen die Menschen im Stadtteil ins Gespräch über die Zukunft ihres Lebensumfeldes und ihres Lebensmittelpunkts. Sie setzen eigene Akzente, was Prioritäten und Bewertungen der Situation anbelangt und sie machen ernst damit, dass Verwaltung und Politik hier zuhören und nachvollziehen, nicht vorgeben und organisieren. Die Vertreter und Vertreterinnen aus Kinderhaus – und Angelmodde halten das für eine wichtige Qualität der MünsterZukünfte und spüren, dass ihre Anliegen ernst genommen werden.

Chancen und Risiken

Das Geschäftsjahr 2017 hat der Eigenbetrieb Münster Marketing mit einem für seine Verhältnisse auffälligen Gewinn abgeschlossen. Mit dieser Feststellung muss allerdings die Perspektive auf 2018 verbunden werden, die ein Defizit in mindestens dieser Höhe als wahrscheinlich erkennen lässt. Denn der Grund für den relativ hohen Gewinn des vergangenen Jahres sind einerseits nicht realisierte Projekte in 2017, die aber in 2018 umgesetzt werden sollen und dann auch zu Buche schlagen. Es handelt sich dabei um Projekte der Zukunftsmacher bei Gutes Morgen Münster (Zukunftsspaziergänge und Münster Vielfalt). Außerdem sind vorsorglich Budgeteinsparungen vorgenommen worden, die die Durchführung eines großen Eröffnungsfestes für die Bürger und Bürgerinnen im Kulturerbejahr 2018 ermöglichen sollen. Das Projekt hat sich erst nach der Bewilligung des Förderantrages beim Deutschen Nationalen Komitee für Denkmalpflege entwickelt und ist als Großveranstaltung im öffentlichen Raum nur mit erheblichen finanziellen Eigenleistungen zu realisieren.

Das Skulpturenjahr 2017 hat die Einnahmen des Betriebs über das kalkulierte Maß hinaus befördert – ein Effekt, der sich allerdings nur alle zehn Jahre einstellt und daher 2018 nicht zu erwarten ist.

Insgesamt gelangen die Finanz- und Personalausstattung von Münster Marketing immer stärker an ihre Grenzen: Die wachsende Stadt generiert nicht nur mehr Bedarf in Planungs- und Infrastrukturämtern, sondern auch die Anforderungen an das Stadtmarketing wachsen. Die erkennbare Krise des Innenstadthandels führt unmittelbar zu der Frage, wie durch städtisch entwickelte und (mit)finanzierte Projekte und Veranstaltungen die Frequenz in der Innenstadt gehalten werden kann. Der digitale Wandel erfordert ebenfalls einen hohen Finanzaufwand, um auch den Stadtbesuchern und Stadtbesucherinnen der Zukunft die Zugänge zur Stadt leicht zu machen und möglichst viele Menschen in die Innenstadt zu ziehen.

Bei einem Budget von 3,59 Mio € sind 2,63 Mio € bereits durch Fixkosten gebunden (Personalkosten, Leistungsverrechnungen, Mieten, Beiträge/Zuschüsse, sonstige Betriebskosten, Steuern). Mit dem verbleibenden Budget in Höhe von nur rd. 820.000 € wurden sämtliche Marketingaktivitäten von Münster Marketing finanziert. Dieses Budget wird in 2017 zu 100 % aus den erwirtschafteten Erträgen finanziert.

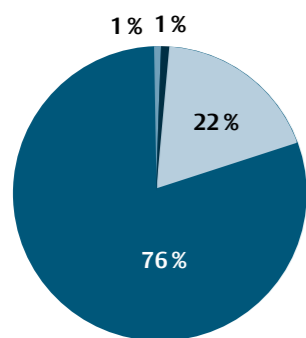
Die wachsende Stadt aber macht sich auch und besonders in den Stadtteilen bemerkbar. Die Zukunftsspaziergänge, aber auch Beratungs- und Begleitungswünsche für ein Stadtteilmarketing, zeigen, dass die Stadtteile immer vehementer eine Unterstützung im Stadtteilmarketing wünschen und erwarten. Auf längere Sicht wird sich die Stadt zu diesem Ansinnen verhalten müssen. Wir sind dazu gerne bereit und jetzt bereits mit viel Engagement der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen häufig vor Ort, aber wir brauchen eine entsprechende Ausstattung, um die Arbeit professionell und zur Zufriedenheit aller übernehmen zu können.

Dasselbe gilt für das Friedensbüro, das der Rat eingerichtet hat und dessen Aufgaben derart nachgefragt werden, dass die Ausstattung der Nachfrage keinesfalls angepasst ist.

2018 wird das Stadtmarketing aus den genannten Gründen eine enorme Herausforderung bewältigen müssen: Große Teile des Personals werden wir für die MünsterZukünfte einsetzen; ihre normalen Tätigkeiten müssen sie dennoch ausfüllen. Die Bereiche Citymanagement, Wissenschaftsbüro, Kommunikation und Münster Information befinden sich zudem in einer erkennbaren Umbruchsituation und müssen sich neuen Herausforderungen stellen, um auch zukünftig effektiv und handlungsfähig zu sein.

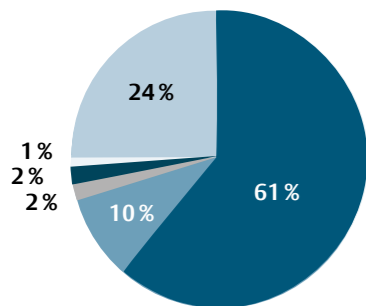
Die Mehraufgaben von Friedensbüro und Stadtteilmarketing werden zurzeit ohne personelle Verstärkung im Rahmen des Möglichen bewältigt. Dass das keine Dauerlösung sein kann und auf längere Sicht zu Qualitätseinbußen in anderen Bereichen notwendigerweise führen muss, liegt auf der Hand.

Insgesamt ist der Eigenbetrieb Münster Marketing auch 17 Jahre nach seiner Gründung noch in der Lage, schnell und wirkungsvoll auf geänderte Anforderungen und Rahmenbedingungen zu reagieren. Dass wir 2014 die gesamte Organisation auf konsequente Projektarbeit umgestellt haben, dass Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in unterschiedlichen Teams über Geschäftsbereichsgrenzen hinweg eingesetzt werden und diese die Herausforderung auch annehmen, ist die Bedingung dafür, dass trotz immensen Zuwachses an Aufgaben diese bislang ohne personelle Verstärkung professionell erledigt werden können. Ohne diese Bereitschaft könnte der Eigenbetrieb nicht agil agieren und sein Aufgabenportfolio den wechselnden Anforderungen auch nicht anpassen. Dass diese Bereitschaft der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zur Be- und Überlastung nicht ausgenutzt werden darf und dass sie an erkennbare Grenzen stößt, gehört zu den Risiken des Betriebs.



Ergebnis: Budgetstruktur Ertrag 2017

Umsatzerlöse	774.249 €
Zuschüsse Stadt Münster	2.744.813 €
Zuschüsse Sonstige	22.553 €
Sonstige betriebliche Erträge	41.740 €
Zinsen und ähnliche Erträge	4.164 €
Gesamt	3.587.519 €



Ergebnis: Budgetstruktur Aufwand 2017

Personalkosten	2.118.655 €
Leistungsverrechnungen / Mieten	331.630 €
Beiträge / Zuschüsse	58.768 €
Sonstige Betriebskosten	78.898 €
Steuern	49.119 €
freies Budget	819.676 €
Gesamt	3.456.746 €

Neben den alles überstrahlenden „Skulptur Projekten 2017“ hat im Jahr 2017 die Vorbereitung für eine Reihe größerer Projekte begonnen, die 2018 realisiert werden. Allen voran das Europäische Kulturerbejahr 2018, für das 2017 bereits Fördergelder akquiriert wurden und das 2018 mit fünf großen Ausstellungen, einem Jugendprojekt in Osnabrück (und Münster) und einem neuen digitalen Vermittlungskonzept in der Bürgerhalle des Rathauses eines der größten Projekte des bundesweiten Kulturerbejahres darstellt. Die Eröffnung der Ausstellungen durch Kulturstaatsministerin Monika Grütters am 28. April 2018 wird begleitet durch ein großes Eröffnungsfest für alle Bürger und Bürgerinnen und ihre Gäste auf dem Prinzipalmarkt. Aus diesem Anlass integrieren die Kaufleute das Hansemahl in das Bürgerfest und leisten damit einen eigenen Beitrag zum Europäischen Kulturerbejahr. Das Großprojekt wird begleitet durch eine bundesweite Kommunikationkampagne und durch eine systematische digitale Influencer-Kommunikation mit speziellen journalistischen Bloggern und Instagrammern.

Am 14. Juli 2018 wird Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier den Westfälischen Friedenspreis in Münster verleihen und in diesem Zusammenhang ebenfalls die Bürgerhalle und die Ausstellungen besuchen.

Friedensbüro

Auf Wunsch des Betriebsausschusses werden 2018 in einem Workshop die bisherige Ausrichtung und Ausstattung des Friedensbüros in Münster und Perspektiven erörtert. Dazu werden wir Vertreter und Vertreterinnen von Friedensbüros anderer vergleichbarer Städte einladen, um Möglichkeiten und die Ausrichtung der Arbeit vor Ort zu diskutieren und Konsequenzen für die Arbeit in Münster daraus zu ziehen.

In diesen Kontext gehört auch der Katholikentag vom 9. – 13. Mai 2018, der vor allem die touristischen Services Münster Information und Information im Historischen Rathaus herausfordern wird. Die Veranstaltung wird ebenfalls schon seit 2017 für das städtische Marketing genutzt und in Kooperation mit dem Organisationsteam vorbereitet. Speziell zu diesem Ereignis führen wir einen Münster-Button ein, mit dem sich Münsteraner und Münsteranerinnen als ortskundige Personen ausweisen und sich den auswärtigen Gästen für alle Fragen rund um die Stadt anbieten.

MünsterZukünfte 20 | 30 | 50

Das zweite Großprojekt, das 2018 einen großen Teil unserer Arbeitskraft binden wird, sind die MünsterZukünfte. Der Zukunftsprozess - ein Prozess der gesamten Stadt - geht 2018 mit allen drei Prozess-Bausteinen in die entscheidende Phase. Das Stadtmarketing ist mit der Gesamtkommunikation für das Projekt betraut, ebenfalls mit der Organisation großer Teile der Bürgerkommunikation. Die inhaltliche Verantwortung für das integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) liegt beim Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung. Die Verantwortung für die Zukunftsmacher von „Gutes Morgen Münster“, also dem stark auf Bürgerengagement ausgerichteten Teil des Zukunftsprozesses, liegt bei Münster Marketing.

2018 werden vier weitere Zukunftspaziergänge durchgeführt: Gievenbeck, Mauritz-Mitte, Hansa-Viertel und Wissenschaftsviertel. Außerdem startet das Projekt „Vielfalt machen“. Hier bitten wir die Bürger und Bürgerinnen der Stadt um konkrete Beispielprojekte für eine an Vielfalt ausgerichtete Stadtentwicklung - ein Thema, das uns die Gutes Morgen Münster-Bewegung vorgegeben hat.

Zukunftsstrategien für die Innenstadt und die Stadtteile

Neben den großen Projekten mit Strahlkraft werden uns 2018 aber auch sehr stark die Zukunftsstrategien für die Innenstadt und für einzelne Stadtteile beschäftigen. Die Neuausrichtung der Initiative Starke Innenstadt, die ebenfalls den Handlungsdruck durch schwindende Frequenzen in der Innenstadt zu spüren bekommt, ist ebenso dringend wie die Unterstützungsansprüche für Quartiere und wachsende Stadtteile - konkret in Wolbeck, Albachten und Hiltrup. Sowohl in der Innenstadt als auch in den Ortsteilzentren stellen sich Fragen nach der Attraktivität und Lebendigkeit von wichtigen Handelslagen, die durch Rückzug von Handel und Gastronomie (in den Stadtteilen) ihre Attraktivität für die Menschen einbüßen könnten.

Die durch die Digitalisierung entstehenden Ansprüche an den Handel nach Onlinepräsenz, kostenfreiem und komfortablem Lieferservice, die Erwartung, alle für einen Besuch relevanten Informationen über die Stadt digital verfügbar zu haben und der Anspruch an Verweilqualitäten im öffentlichen Raum und den öffentlichen Räumen der Stadt - all das sind Herausforderungen, denen sich die Stadt mit besten Konzepten stellen muss, um ihre Attraktivität nicht einzubüßen.

Allianz für Wissenschaft

Auch die Allianz für Wissenschaft entwickelt sich weiter: Zwei neue Themenfelder sollen entwickelt und zum Markenzeichen der Wissenschaftsstadt werden. „Body and Brain“ ist der Fokus des Arbeitskreises Medizin. Dabei geht es um die Verbindung zwischen Lebensstil und (Hirn)gesundheit - ein Forschungsschwerpunkt in Universität und Universitätsklinikum mit herausragender Expertise auch bei der Fachhochschule - ein Thema, das sich bestens mit dem Markenprofil der Stadt - Wissenschaft und Lebensart - verbinden lässt.

Außerdem sind Arbeitskreise zur Nachhaltigen Stadtentwicklung sowie zur „Stadt der Bildung“ im Aufbau.

Münster Information

Für die Münster Information und die Information im Historischen Rathaus stehen ebenfalls große Veränderungen an. Die Münster Information in der Heinrich-Brüning-Straße wird Ende 2018 ihre Räume verlassen und während des Umbaus in deutlich kleineren Räumen am Syndikatplatz untergebracht. Parallel zu dieser Veränderung bereiten wir gemeinsam mit dem Amt für Bürgerangelegenheiten die künftige Arbeitsorganisation in der später gemeinsamen Lokalität vor und wollen die künftige Information und den Bürgerservice für die Zukunft ausrichten.

Die Bürgerhalle verändert sich durch das digitale Vermittlungskonzept zum Westfälischen Frieden ebenfalls. Wir freuen uns auf die seit Jahren erhoffte barrierefreie Erschließung dieses promi-

nen Raumes. Die wesentliche Veränderung wird aber darin bestehen, dass sich die Bürgerhalle zu einem Ort entwickeln wird, der besser und umfangreicher als bisher die Geschichte des Westfälischen Friedens erzählt und auch anschaulich macht, wie die Stadt heute mit dieser Erinnerung umgeht.

Der Ausblick auf 2018 kann nur in groben Zügen über die anstehenden Vorhaben informieren. Er macht aber deutlich, dass sich viele - man könnte fast behaupten nahezu alle Geschäfts- und Arbeitsfelder - in einem Stadium der Neuausrichtung im Sinne der Zukunftsfähigkeit befinden.

Organisation, Organe, Gremien

**DEZERNAT FÜR PLANUNG, BAU,
WIRTSCHAFT UND MARKETING**
Stadtbaurat Robin Denstorff
(seit 1.3.2017)

MÜNSTER MARKETING
29,82 Stellen
4,1 Mio Umsatz (2,8 Mio Stadt), davon ca. 850 T€ freies Budget

Aufgabenbereiche: Kommunikation, Kooperation und Strategieentwicklung

GESCHÄFTSFELDER

Strategie & Markenmanagement,
Projektsteuerung
Öffentlichkeitsarbeit (int.) & Auslandsmarketing,
Online-Marketing
Wissenschaftsbüro
City- und Veranstaltungsmanagement
Touristik & Kongressmarketing/Stadtinformation
Frieden

MITGLIEDSCHAFTEN

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing
Deutschland e. V.
German Convention Bureau
Gesellschaft für Bioanalytik Münster e. V.
Gesellschaft zur Förderung der WWU
zu Münster e.V.
Historic Highlights of Germany e. V.
Münsterland e. V.
Städtebund „Die Hanse“
Tourismus NRW e. V.
Netzwerke Innenstadt / ISI
Das Münsterland - Die Gärten und Parks e. V.

AUSGEWÄHLTE KOOPERATIONEN

Allianz für Wissenschaft Münster
DEHOGA Westfalen
Deutscher Tourismusverband
Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
Geheim over de Grens/Euregio
Initiative Starke Innenstadt e. V. (ISI)
Immobilien- und Standortgemeinschaft Bahn-
hofsviertel e. V. (ISG)
Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag
KONGRESSINITIATIVE^{MS}
NRW-Tourismus
Runder Tisch der Hoteliers
Runder Tisch der Innenstadtkaufleute
Runder Tisch der Festveranstalter
Schaustellerverband Münsterland
Weihnachtsmarktbetreiber

ORGANE / GREMIEN

OB / Verwaltungsvorstand
Aufsicht und Steuerung

Betriebsausschuss
Münster Marketing
Politische Steuerung und Aufsicht
Mitglieder (Stand 31.12.2017)
Heinrich Götting (FDP)
Thomas Holz (SPD)
Jens-Uwe Linke (CDU)
Dr. Stephan Nonhoff (Bündnis 90/
Die Grünen/GAL)
Carsten Peters (Bündnis 90/
Die Grünen/GAL)
Karin Reismann (CDU)
Rüdiger Sagel (DIE LINKE.)
Angela Stähler (CDU)
Wendela-Beate Vilhjalmsson (SPD),
Vorsitzende

Beirat Münster Marketing
Begleitung der Prozesse und Projekte
Mitglieder (Stand 31.12.2017)
Jörg Adler
Dr. Hermann Arnhold
Prof. Dr. Klaus Backhaus
Thomas Banasiewicz
Klaus Ehling
Christian Göcking
Winfried Lange
Markus Lewe
Matthias Lückertz
Prof. Dr. Ute von Lojewski
Martin Muströph
Prof. Dr. Klaus Niederrenk, Vorsitzender
Prof. Dr. Ulrike Röttger
Uwe Rotermund
Markus Schabel
Ludger Schnieder
Karl-Friedrich Schulte-Uebbing
Sabine Terhaar
Tobias Viehoff
Wendela-Beate Vilhjalmsson
Wilhelm Weischer
Prof. Dr. Johannes Wessels

NETZWERKE & GESCHÄFTSBEREICHE

WISSENSCHAFT
Moderation: Münster Marketing
(Wissenschaftsbüro)
Partner: CeNTech, Hochschulen, Max-Planck-
Institut, Nano-Bioanalytik-Zentrum Münster, Stu-
dentenwerk, Technologieförderung, Universitäts-
klinikum Münster, Wirtschaftsförderung Münster,
Wirtschaft u. a.

WIRTSCHAFT
Moderation: Wirtschaftsförderung Münster
Partner: HWK, IHK Nord Westfalen, Mitglieder
WIN, Münsterland e. V., Regionalausschuss Wirt-
schaft u. a.

TOURISTIK / KONGRESSE
Moderation: Münster Marketing
Partner: DEHOGA Westfalen, Flughafen Münster
Osnabrück (FMO), Hochschulen, Hotels, IHK Nord
Westfalen, Messe und Congress Centrum Halle
Münsterland, Münsterland e. V., Stadtwerke Müns-
ter, Wirtschaftsförderung Münster, weitere Verbän-
de und Organisationen u. a.

KOMMUNIKATION
Moderation: Münster Marketing
Partner: Allwetterzoo Münster, DZT, Einzelhandel,
FMO, Historic Highlights of Germany, Hochschu-
len, Hotels, ISI, Kultureinrichtungen, Museen, The-
ater, Tourismus NRW e. V., Weihnachtsmarktbe-
treiber, weitere Verbände und Organisatoren u. a.

VERANSTALTUNGEN
Moderation: Münster Marketing
Partner: Freie Träger / Organisatoren, Städtische
Ämter / Einrichtungen insbesondere aus Kultur,
Sport und Jugend; Hochschulen und Institute,
Festveranstalter u. a.

CITY / STADTTEILE
Moderation: Münster Marketing und Partner
Partner: Kaufleute, Immobilieneigentümer, IHK
Nord Westfalen, Interessengemeinschaft der
Marktbesucher Münster Westf. e. V., Handels-
verband, DEHOGA Westfalen, Initiative Starke
Innenstadt (ISI), ISG Bahnhofsviertel e. V., Quar-
tiersgemeinschaften, Stadtteilinitiativen, Städti-
sche Ämter / Einrichtungen, Stadtwerke Münster,
Wirtschaftsförderung Münster u. a.

FRIEDEN
Moderation: Münster Marketing
Partner: Münsteraner Friedenskonvokation, Ar-
beitsgruppe Frieden, Zivilgesellschaftliche Akteu-
re, Religionsgruppen, Netzwerk EKS

Bilanz zum 31.12.2017

Die vorstehende Bilanz zum 31.12.2017 und die Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1.1. - 31.12.2017 stellen einen Auszug aus dem Jahresabschluss zum 31.12.2017 von MÜNSTER MARKETING dar. Der vollständige Jahresabschluss zum 31.12.2017 und der Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017 von MÜNSTER MARKETING wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Meier und Kossen GmbH mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

MÜNSTER MARKETING BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2017

AKTIVA

A. Anlagevermögen	
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	1.101,41 €
II. Sachanlagen	19.456,12 €
III. Finanzanlagen	350.769,09 €
	371.326,62 €
B. Umlaufvermögen	
I. Vorräte	38.805,98 €
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	49.886,14 €
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	868.026,42 €
	956.718,54 €
C. Rechnungsabgrenzungsposten	3.069,02 €
	1.331.114,18 €

PASSIVA

A. Eigenkapital	
I. Stammkapital	25.000,00 €
II. Rücklagen	449.444,45 €
	474.444,45 €
B. Rückstellungen	342.407,41 €
C. Verbindlichkeiten	513.087,82 €
D. Rechnungsabgrenzungsposten	1.174,50 €
	1.331.114,18 €

MÜNSTER MARKETING GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2017

1. Umsatzerlöse	774.249,07 €
2. Zuweisungen und Zuschüsse	2.767.366,00 €
3. Sonstige betriebliche Erträge	41.740,00 €
	3.583.355,07 €
4. Materialaufwand	377.616,55 €
5. Personalaufwand	2.118.654,99 €
6. Abschreibungen	10.761,79 €
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	899.523,00 €
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.164,02 €
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	1.070,71 €
10. Ergebnis vor Steuern	179.892,05 €
11. Steuern vom Einkommen und Ertrag	49.119,00 €
12. Jahresüberschuss	130.773,05 €
13. Einstellung von Rücklagen	130.773,05 €
14. BILANZGEWINN	0,00 €

Impressum

Herausgeber:

Stadt Münster | Münster Marketing

Telefon: 0251 492 - 2701

marketing@stadt-muenster.de

www.marketing.muenster.de

Konzept und Gestaltung:

Sabine Stermann | www.stermann-design.de

Druck: LUC GmbH



Fotos

Titel: @beatlokal, Michael Bührke, Brigitte Kappenberg

Inhalt: Klaus Altevogt, Dr. Ulrike Blanc, Michael Bührke, CeNTech GmbH/Martin Rühle, Creative Commons, Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz, Romana Dombrowski, Highlights der Physik/Offer, Lukas Hoppe, Internationale Ausstellung Fahrwegtechnik, Brigitte Kappenberg, Hermann Köhler, Kopfkunst, Münster Mittendrin, Anne Neier, Achim Pohl/Bistum Münster, Presseamt Münster/Britta Roski (2), Presseamt Münster/MünsterView (1), Presseamt Münster (4), Henning Rogge, Rena Ronge, Skulptur Projekte, Stadtarchiv Münster, Stadtwerke Münster, Angela von Brill, Westfälische Wilhelms-Universität/MünsterView/Tronquet, Thomas Wallmeyer

@brigittekap, @dreierdominic, @eskimo, @joernhenn, @talkes, @tomtehh