



Bündnis 90/Die Grünen/GAL  
Ratsfraktion Münster



CDU  
Ratsfraktion Münster

## **Antrag**

20. Juni 2017

# **MÜNSTER MARKETING STÄRKEN, KRÄFTE BÜNDELN**

Der Betriebsausschuss Münster Marketing möge beschließen:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, ein innovatives Kommunikationskonzept zu erarbeiten, mit dem Ziel, sowohl die Besucher\*innen als auch die Bewohner\*innen der Stadt, unter Berücksichtigung zeitgemäßer digitaler Medien einfach und umfassend über die Stadt Münster zu informieren, sei es durch eine Stadt -App oder andere digitale Formen der Information. Hierbei soll insbesondere der Kulturleitpfad zeitnah realisiert werden.
2. Um bereits vorhandene Kräfte zu bündeln, wird die Verwaltung aufgefordert, sich mit den wichtigsten Akteuren in der Stadt über zeitgemäße Formen der Orientierung und der Information über die verschiedensten Stadtqualitäten wie Freizeit, Restaurants, Kultur, Mobilität zu verständigen und diese Aktivitäten im Rahmen eines zu erarbeitenden Kommunikationskonzeptes zu koordinieren.

## **Begründung:**

Münster Stadtmarketing ist schon von seiner Genese her auf die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger und der Repräsentanten der Wirtschaft, aber auch anderer wichtiger Institutionen aus Kultur, Wissenschaft, Vereinen und Verbänden ausgerichtet. Vor 15 Jahren hat der

integrierte Stadtentwicklungs- und Stadtmarketing Prozess mit einer breiten Beteiligung aus der Bürgerschaft, unterstützt von einem einstimmigen Votum des Rates das Profil der Stadt Münster „Wissenschaft und Lebensart“ festgelegt.

Anders als in vielen anderen Städten war und ist Münsters Stadtmarketing nicht in erster Linie auf die Zielgruppen von außen (Touristen, Investoren, Gäste jeder Art) ausgerichtet, sondern hat schon immer die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt als Voraussetzung für ein gutes Gelingen der Kommunikation nach innen wie nach außen angesehen.

In den letzten Jahren hat die Digitalisierung auch die Ansprüche an ein modernes Stadtmarketing verändert: Dass man keine Außenkommunikation ohne inhaltliche Deckung durch die eigene Bevölkerung mehr betreiben kann, wird dabei auf eklatante Weise sichtbar. Die Kommunikation der Marketingorganisation wird durch die Aktivitäten und Kommentierung durch die Münsteranerinnen und Münsteraner in den sozialen Medien sofort torpediert, wenn die inhaltliche Ausrichtung der Botschaften nicht akzeptiert wird. Die Menschen sind zu selbstbewussten Mitgestaltern der Stadtkommunikation geworden. So schwierig und anspruchsvoll es auch sein mag, sich in dieser kaum steuerbaren Kommunikationssituation erfolgreich zu bewegen und konsistente Stadtbotschaften zu formulieren und zu kommunizieren, so viele Chancen liegen in der Artikulations- und Beteiligungsfreude der Stadtbewohner, die es künftig noch stärker zu nutzen gilt.

Das Stadtmarketing soll auch weiterhin darin unterstützt werden, die Bürgerinnen und Bürger und relevante Anspruchsgruppen der Stadt wie Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, aber auch die Stadtteile, den Sport, Integration und vor allem alle Aktivitäten im Bereich des ehrenamtlichen Bürgerengagements in ihre Kommunikation einzubeziehen.

Das Stadtmarketing soll in allen Bemühungen begleitet werden, seine Kommunikation den Herausforderungen einer jungen, internationalen und vernetzten Stadt anzupassen. Dazu gehört die Ausstattung des öffentlichen Raums mit kostenlosem W-LAN ebenso wie die konsequente Anpassung des Internetauftritts von Münster Marketing und der gesamten Stadt an die Smartphone- Nutzung.

Gez.

Karin Reismann  
und Fraktion

Carsten Peters  
und Fraktion