



Münster Marketing

30.07.2020

Ihr/e Ansprechpartner/in:

Frau Spinnen

Telefon: 492-2700

spinnen@stadt-muenster.de

Öffentliche **Berichtsvorlage**

Betrifft

„Dein MünsterLand Moment,, – Gemeinsame Kampagne von Stadt Münster, Münsterland e.V. und Initiative starke Innenstadt zur Stärkung der lokalen und regionalen Wirtschaft

Beratungsfolge

12.08.2020 Betriebsausschuss Münster Marketing

Bericht

Bericht:

Die Corona-Krise hat für viele Bereiche der lokalen und regionalen Wirtschaft, im Handel und dem Hotel- und Gaststättengewerbe, bei touristischen und Kultur-Anbietern und vielen anderen Dienstleistern dramatische Folgen. Durch den wochenlangen „Lockdown“ sind die Einnahmen vieler Branchen zusammengebrochen. Teils sind drastische Umsatzrückgänge im hohen Prozentbereich zu verzeichnen, teils sind die Erträge auf den Nullpunkt gesunken. Die Stadt Münster reagiert in verschiedenen Bereichen – dort wo sie es kann – mit Hilfsmaßnahmen wie z. B. für die Gastronomie durch Gebührenerlässe und durch die Bereitstellung von zusätzlichen Flächen für die Außengastronomie oder auch für die institutionell geförderten und regelgeförderten freien Kulturbetriebe und Kulturträger durch die Einrichtung eines kommunalen Unterstützungsfonds. Diese und ähnliche kommunale Hilfsmaßnahmen stehen dabei immer im Abgleich mit möglichen Unterstützungsprogrammen von Bund und Land.

In einer Momentaufnahme am Runden Tisch der Innenstadtkaufleute (23.06.20), an dem maßgebliche Vertreterinnen und Vertreter aus Münsters Handel, Gastronomie und Hotellerie vertreten sind, wurde nochmals deutlich, wie folgenreich die Auswirkungen der Pandemie sind – auch nach dem „Lockdown“, wie sich nach der ersten Öffnung durch das Ausbleiben der Kundinnen und Kunden bzw. Gäste zeigt. Insolvenzen drohen, erste Insolvenzen sind beantragt in Münster und auch im Münsterland.

Über die punktuellen Hilfsmaßnahmen hinaus sieht die Stadt Münster die dringende Notwendigkeit, sich für den Standort zu engagieren. Darüber wurde in der Sitzung des Ältestenrates vom 24.06.2020 berichtet. Münster Marketing hat daher gemeinsam mit den Partnern Münsterland e.V. und der Initiative starke Innenstadt die Aktivierungskampagne „Dein MünsterLand Moment“ gestartet, die nach dem dramatischen Einschnitt durch die Corona-Krise wieder Gäste nach Münster und in das Münsterland bringen soll. Ziel ist es, die lokale und regionale Wirtschaft, den Handel und das Hotel- und Gaststättengewerbe, die Tourismusbranche, viele andere Dienstleister und nicht zuletzt auch die Kultur zu stärken. Zwar sollte dieses Vorhaben so schnell wie möglich realisiert werden, um am Markt sichtbar zu werden. Gleichwohl ist die Kampagne kein „Ein-Mal-Feuerwerk“, sondern langfristig angelegt und kann auch zukünftig immer wieder mit neuen Inhalten bespielt werden. Sie ist zielgruppen-

spezifisch angelegt, mit einem digitalen Kern, um agil steuern zu können, aber auch analog aufgestellt.

Das Finanzvolumen liegt in der Summe bei ca. 350.000 Euro. Münsterland e.V. trägt Leistungen in Höhe von 200.000 Euro (fast 60%) bei. Der Beitrag der Stadt Münster ist mit 120.000 Euro (gut 1/3) kalkuliert. Die Initiative starke Innenstadt hat rund 30.000 Euro zugesagt.

Mit dieser Kooperation entsteht vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Krise aufgrund der Pandemie eine neue Qualität der Zusammenarbeit insbesondere zwischen der Stadt Münster und dem Münsterland e.V. Darüber hinaus sollen neben der Initiative starke Innenstadt perspektivisch weitere Partner hinzukommen, darunter die Wirtschaftsförderung Münster und Unternehmen und Institutionen aus dem Münsterland.

Inhalte der Kampagne:

Im Schulterschluss von Stadt und Land bündelt die Kampagne die touristischen Potenziale von Stadt und Region: die attraktive Kombination von urbanen Erlebnissen und naturnahen Aktivitäten. Ein Städtetrip in Münster mit einem Einkaufsbummel auf dem Prinzipalmarkt, Museumsbesuchen und einem Abend im Hafen lässt sich zum Beispiel hervorragend mit einer ausgedehnten Fahrradtour auf der 100 Schlösser Route, Ausreiten oder Wandern verbinden.

So finden sich auf dem neuen Portal „DeinMünsterLandMoment.de“ neben Vorschlägen für den Aufenthalt in Münster und im Münsterland auch zahlreiche Ideen für eine Kombination aus Stadt- und Landurlaub. Die Seite bündelt Aktivitäten, Übernachtungsmöglichkeiten, Einkaufstipps, Ausflugsziele und kulinarische Empfehlungen in ganz konkreten Tourentipps. Gäste können die Angebote filtern nach Interessen wie Shopping, Natur, Kulinarik, Kultur oder Aktivitäten und der Dauer ihres Aufenthalts (8, 24, 48, 72, 96 Stunden) und finden dann die passenden Vorschläge: Egal, ob es eine Tour mit dem E-Bike sein soll oder Shopping und ein Museumsbesuch im Vordergrund stehen – egal, ob man einen Tagesausflug plant, ein Wochenende oder länger Zeit hat.

Die Urlaubsideen sind zielgruppenspezifisch zugeschnitten: für Familien oder für Paare, Gruppen oder Freunde. Mal geht es auf den Wochenmarkt in Münster oder ins Sterne-Restaurant, mal auf eine Radtour oder einen Ausritt, mal ins Museum oder zu einer Stadtführung. Dabei werden nicht nur besondere Sehenswürdigkeiten in Münster und der Region angesteuert, wie der Prinzipalmarkt oder das Haus Marck in Tecklenburg, sondern auch spannende Geheimtipps genannt, etwa ein Besuch bei den Flamingos oder eine Übernachtung im Tipi.

In der Strategie, konkrete Tipps zu geben, statt auf reine Imagewerbung zu setzen, liegt die besondere Qualität der Kampagne. Denn die Erfahrungen aus den touristischen Infostellen zeigen immer wieder, dass die Menschen genau nach solchen Informationen und Inspirationen suchen. Zumal mit dieser Strategie auch die Menschen in der Region erreicht werden, für die Tipps für eine Auszeit vor der Haustür oder in der näheren Umgebung momentan sehr interessant sind und sie zudem die besten Botschafter sind, wenn es um die Qualitäten von Münster und dem Münsterland geht.

Marketingkonzept:

Die zentrale Kampagnenseite www.DeinMünsterLandMoment.de wird in den kommenden Wochen und Monaten mit weiteren Inspirationen gefüllt und ausgebaut. Mit einem gezielten Marketingkonzept auf der Grundlage von touristischen Daten über die Herkunft und die Interessen der Gäste soll das Portal die relevanten Zielgruppen erreichen. Sie wendet sich dabei neben den Menschen im Münsterland an die Menschen in angrenzenden Regionen wie dem Ruhrgebiet oder dem Rheinland und strahlt ebenfalls über die Landesgrenzen hinaus in andere Bundesländer wie Niedersachsen, Hamburg, Bremen oder Hessen.

Die Kommunikation erfolgt schwerpunktmäßig über eine zielgruppenspezifisch ausgesteuerte Digitalkampagne, geht aber auch analoge Wege: Ein 36-Seiten starkes Magazin zeigt eine Auswahl der Inspirationsangebote im Mix mit redaktionellen Geschichten und Tipps. Die Verteilung erfolgt über Beilagen in Trägermedien, über die Tourist-Infos in Stadt und Land und vor allem über den deutsch-

landweiten Onlineversand der Kaufleute, die das Magazin als Geschenk an ihre Kundinnen und Kunden beilegen. Ein Medienmix aus Radiospots, Anzeigen und Advertorials begleitet die Kampagne. Ebenso arbeiten die Akteure der Kampagne mit Influencern zusammen, die immer wieder Tourentipps der Inspirationsangebote ausprobieren und in ihren Social Media Kanälen, wie Blogs, Facebook, Instagram etc., darüber berichten.

Die Kampagne ist nicht nur für den Sommer und Herbst geplant, sondern ebnet den Weg für eine langfristige touristische Strategie in den kommenden Jahren.

I.V.
gez. Peck
Stadtrat