

Münster Marketing

Projekte und Partner. Ziele und Zahlen.

Geschäftsbericht 2020



Im Geschäftsjahr 2020, das dieser Geschäftsbericht dokumentiert, war alles anders als gewohnt. Das gilt allerdings keineswegs nur für Münster Marketing, sondern für nahezu alle Institutionen und Einrichtungen im ganzen Land. Wie viele andere haben auch wir vieles vorbereitet, um es dann kurz vor seiner Realisierung wieder abzusagen. Wir haben in kürzester Zeit auf die jeweils aktuelle Situation reagiert und agiles Arbeiten gelernt; wir haben weniger selber veranstaltet als vielmehr anderen ermöglicht, ihre Veranstaltungen unter den gegebenen Pandemiebedingungen durchzuführen; wir haben Unterstützungskonzepte für Gastronomie, Clubszene und Hotellerie gemeinsam mit den Partnern erarbeitet und ihnen dadurch das Gefühl vermittelt, dass die Stadt sie nicht alleine lässt. Alles das war und ist über die konkrete Hilfe hinaus auch eine Chance für uns, die so wichtige Identifikation der Menschen mit ihrer Stadt zu befördern und ihr einen soliden Grund zu geben. Ob die Stadt tatsächlich Heimat und Zuhause sein kann, das zeigt sich vor allem in Krisenzeiten wie diesen. Es zeigt sich an der Ernsthaftigkeit, mit der die Stadt die Nähe zu den Stadtmacherinnen und Stadtmachern sucht, zu denen Einzelhandel und Gastronomie, aber auch Kultur, Clubs und andere Veranstalterinnen und Veranstalter aus vielen Bereichen gehören.

Die Pandemie hat allerdings auch viele Arbeiten verlangsamt und teilweise unterbrochen: So konnte der gemeinsam mit der Bevölkerung begonnene Prozess der MünsterZukünfte 20|30|50 nicht wie geplant in diesem Jahr beendet werden, weil Präsenzveranstaltungen nicht stattfinden durften. Aber wir haben uns auch hier nach Kräften bemüht, die Diskurse weiterzuführen und vor allem schon in vielen Bereichen in die Umsetzung zu gelangen. Mit den Ergebnissen der MünsterZukünfte im Rücken und als gute Basis sind wir nun in der Lage, sehr schnell auf die auch pandemiebedingte schwierige Situation in der Innenstadt zu reagieren und gemeinsam mit vielen Menschen aus unserer Stadt die Innenstadt in die Zukunft zu entwickeln. Das wird eines der zentralen Aufgaben der nächsten Jahre werden. Dafür brauchen wir alle Kräfte aus Verwaltung, Politik und Bürgerschaft an unserer Seite.

Wir haben dieses schwierige Jahr so gut wie eben möglich bewältigt. Wir haben hoffentlich unter Beweis gestellt, dass wir es mit dem Zusammenhalt in unserer Stadt ernst meinen. Wir haben gelernt, dass scheinbar Unmögliches möglich wird, wenn man es zusammen macht und dass Solidarität mehr ist als ein abstrakter Begriff der political correctness. Wir danken dafür ganz besonders auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Münster Marketing, die alle Herausforderungen angenommen und mit großem Engagement alle Schwierigkeiten gemeistert haben - ohne sie wäre das alles nicht möglich. Danke!

Robin Denstorff, Stadtbaurat

Bernadette Spinnen, Leiterin Münster Marketing

Wendela-Beate Vilhjalmsson, Vorsitzende Betriebsausschuss Münster Marketing (bis 10.11.2020)

Philipp Hagemann, Vorsitzender Betriebsausschuss Münster Marketing (ab 09.12.2020)



Foto Presseamt Münster



Foto Hermann Köhler



Foto Presseamt Münster



Foto SPD Münster



Foto Brigitte Kappenberg



Foto Stadt Münster



Foto gastr.o.ms



Foto Medlay/ Jörg Kersten



Foto Cineplex Münster



Foto MünsterView/Heiner Witte

04 CITYMANAGEMENT

Seite 04 - 06

07 VERANSTALTUNGSMANAGEMENT

Seite 07 - 09

10 QUARTIERSMANAGEMENT

Seite 10 - 11

12 WISSENSCHAFTSSTADT

Seite 12 - 15

16 STADT DES WESTFÄLISCHEN FRIEDENS

Seite 16 - 17

18 KONGRESSMARKETING

Seite 18 - 19

20 TOURISMUSMARKETING

Seite 20 - 25

26 MÜNSTERZUKÜNFTEN 20 | 30 | 50

Seite 26 - 29

30 CHANCEN UND RISIKEN / ORGANIGRAMM

Seite 30 - 31

32 AUSBLICK

Seite 32 - 33

34 ORGANISATION, ORGANE, GREMIEN

Seite 34

35 BILANZ

Seite 35

CITYMANAGEMENT



Der Eigenbetrieb Münster Marketing hat seit Beginn seines Bestehens einen eigenen Geschäftsbereich, der systematisch an der Aufwertung und Belebung des öffentlichen Innenstadtraums arbeitet. Diese Arbeit erfolgt konsequent in partnerschaftlicher Kooperation mit den Innenstadtakteuren aus Handel, Immobilieneigentümern und Gastronomen – repräsentiert durch die Initiative starke Innenstadt (ISI) und die Immobilien- und Standortgemeinschaft Bahnhof (ISG). Das Citymanagement integriert zudem die verschiedensten Fachbelange der Verwaltung, angefangen von der Innenstadtplanung, dem Denkmalschutz, der Kultur über die Freiraumplanung bis zur Innenstadtmöblierung.

Die Corona-Pandemie hat alle gesellschaftlichen Bereiche erheblich unter Druck gesetzt und sie hat auch vor der Innenstadt nicht haltgemacht. Im Gegenteil: Schon seit einigen Jahren zeichnet sich ab, dass der stationäre Einzelhandel möglicherweise seine Leitfunktion in den Innenstädten einbüßen könnte. Die Pandemie hat diesen Prozess enorm beschleunigt und auch in unserer Innenstadt zu einer Reihe von Geschäftsaufgaben geführt.

EIN ZENTRENMANAGEMENT FÜR MÜNSTERS INNENSTADT

Das Jahr 2020 war alles andere als Routine im Citymanagement. Seit Beginn des ersten Lockdowns im März haben wir intensive Gespräche mit dem Handel, der Gastronomie und den Eigentümern geführt, um den bevorstehenden Wandel in der Innenstadt gemeinsam zu bewältigen und vor allem gemeinsam zu gestalten. Die Wirtschaftsförderung, die Planungsverwaltung und weitere Fachämter arbeiten zudem unter der Moderation von Münster Marketing mit den privaten Partnern daran, Strukturen für den Innenstadtwandel aufzubauen und gezielt in vielen Einzelmoderationen Eigentümer bei konkreten Fragestellungen zu beraten und Unterstützung anzubieten.

Diese Arbeit soll kurz- und langfristig in die Form eines Zentrenmanagements überführt werden. Das Land NRW hat aus dem Corona-Sofortprogramm dafür 99.000 € bereitgestellt. Die Arbeiten am Zentrenmanagement haben bereits begonnen und werden in Kürze in konzentrierter Form mithilfe externer Unterstützung in feste Strukturen überführt, von denen die Stadt auch langfristig profitieren wird. Während der Strukturwandel in der Innenstadt ein langfristiger Prozess ist und noch viele Jahre dauern wird, verlangte die pandemiebedingte Akutsituation schon im Jahr 2020 rasches Handeln.

VERANSTALTUNG FÜR EIGENTÜMERINNEN UND EIGENTÜMER VON IMMOBILIEN IN MÜNSTERS ALTSTADT UND BAHNHOFSVIERTEL

Am 12. August 2020 fand ein erster Austausch zwischen Eigentümerinnen und Eigentümern, der ISI, Experten aus der Immobilien- und Handelsbranche sowie städtischen Vertreterinnen und Vertretern über die Auswirkungen der Corona-Krise und die Perspektiven für den Handels- und Immobilienstandort Münster statt.

Dieser Austausch hat gezeigt, dass alle Beteiligten eines eint: das Engagement für ein zukünftig starkes Stadtzentrum mit großer Strahlkraft auch ins Umland. Damit Münster seine Resilienz in der Krise bewahrt und aus dem anstehenden Transformationsprozess gestärkt und zukunftssicher hervorgehen kann, ist eine Gesamtstrategie für die Innenstadt erforderlich, an der möglichst viele – allen voran die Eigentümerinnen und Eigentümer – mitwirken. Sie muss neue Nutzungsperspektiven für die Erdgeschosslagen umfassen und die verschiedenen Innenstadtquartiere noch besser in ihrer besonderen Eigenart erkennbar machen.

Dieser Prozess verlangt die dauerhafte Einbindung der Eigentümerinnen und Eigentümer, die gemeinsam von Münster Marketing, der Wirtschaftsförderung und der ISI betreut, informiert und bei Bedarf beraten werden.



Foto Anja Hitzler-Spittal

1



Foto ISI

2

1 Eigentümerinnen und Eigentümer von Immobilien in Münsters Altstadt und Bahnhofsviertel 2 Münster bringt's

PLATTFORM „MUNSTERBRINGTS.DE“

Im ersten Lockdown im März 2020 ist das Online-Portal „muensterbringts.de“ von der ISI mit Unterstützung von Münster Marketing aufgelegt worden. Auf der Homepage wurden innerhalb kürzester Zeit mehr als 700 Münsteraner Betriebe aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung gelistet; sie hat als kurzfristige Maßnahme für die Vermittlung von Lieferdiensten hervorragend funktioniert.

Wir haben im zweiten Lockdown die ISI dabei unterstützt, die Website zu überarbeiten, eine nutzerfreundlichere Gestaltung des Portals umzusetzen und das Angebot auszubauen. Darüber hinaus hat Münster Marketing gemeinsam mit der ISI weitergehende Kommunikationsmaßnahmen, wie etwa die Plakatierung an den Litfaßsäulen im ersten wie im zweiten Lockdown, unterstützt.

LIFTING FÜR DAS LICHTKONZEPT VOM RATHAUS BIS LAMBERTI

Einheitlicher, effizienter und energiesparender – das Lichtkonzept für den Prinzipalmarkt wurde von den Kaufleuten, den Eigentümerinnen und Eigentümern und den Verantwortlichen von St. Lamberti noch im Frühjahr 2020 zeitgemäß überarbeitet und lässt nun das Ensemble aus Giebelhäusern, Rathaus, Stadtweinhaus und St. Lamberti-Kirche in der Nacht stimmungsvoll leuchten.

Ständig steigender Reparaturbedarf an den alten Leuchten und wegweisende Entwicklungen in der modernen Lichttechnik legten ein Lifting des Lichtkonzepts für den Prinzipalmarkt nahe – von der Neuausrichtung der Giebelstrahler bis zum Einsatz energiesparender LED-Leuchtmittel.

Vor den Giebelhäusern wurden insgesamt 220 Bodenstrahler auf LED-Technik umgerüstet. Diese effizienten Leuchtmittel kommen auch in den 90 Giebelstrahlern an den Fassaden der Giebelhäuser, am Rathaus und am Stadtweinhaus zum Einsatz. 80 neue LED-Strahler am Boden und an der Fassade rücken die St. Lamberti-Kirche ins rechte Licht. Verbessert wurde auch die Lichtfarbe. Mit 2.700 Kelvin ähnelt sie dem Sonnenlicht und taucht den Prinzipalmarkt auch bei Nacht in ein warmes Licht.

Die Umrüstung der Leuchten an den Giebelhäusern wurde zur Hälfte aus Mitteln des Verfügungsfonds des Landes NRW finanziert.



VERANSTALTUNGSMANAGEMENT



Foto Cineplex Münster

ABGESAGT!

Rosenmontagsumzug, Hansemahl, Grünflächenunterhaltung, Hafenfest, SCHLAUraum, Stadtfest Münster Mit-tendrin, Turnier der Sieger, Schauraum - Das Fest der Museen und Galerien, Weihnachtsmärkte Innenstadt...

UNTERSTÜTZUNGSMASSNAHMEN WÄHREND DER CORONA-PANDEMIE

Task Force Gastronomie

Infolge der Corona-Pandemie sind seit dem 18.3.2020 Gastronomiebetriebe nur eingeschränkt oder gar nicht geöffnet, was für viele Betriebe eine existenzbedrohende Einschränkung bedeutet. Die Stadtverwaltung hat sehr rasch mit einem Krisengipfel auf die angespannte Lage der Gastronomie reagiert, aus dem bis ins Jahr 2021 der Lage angepasst verschiedene Maßnahmen und Projekte entstanden sind.

- Regelmäßige Gespräche
Seit dem ersten Lockdown befinden sich Stadt und Gastronomie in einem ständigen Austausch über die aktuelle Situation und diskutieren Ideen und Perspektiven, die der jeweiligen Situation in der Pandemie entsprechend umgesetzt werden können. Daran beteiligt sind das Ordnungsamt, das Gesundheitsamt, DEHOGA Westfalen, Gastronomie, Hotellerie und der Schaustellerverband.
- Erweiterung der Flächen für die Außengastronomie
Noch für das gesamte Jahr 2021 sind die Vorgaben für die Einrichtung von zusätzlichen Flächen für die Außengastronomie gelockert worden. So konnte an 39 Standorten rund 650 m² zusätzliche Fläche für außergastronomische Angebote geschaffen werden.

- Aussetzen von Gebühren
Für die Jahre 2020 und 2021 konnte erreicht werden, dass die Stadt auf die Nutzungsentgelte für Außengastronomieflächen und die Erhebung der sogenannten Tanzsteuer verzichtet. In der Summe reduzieren sich die Einnahmen für die Stadt um 750.000 €.
- Ansprechpartner für die Gastronomieszene
Auf Wunsch der Vertreterinnen und Vertreter der Clubs und der Gastronomie in Münster wurde bei Münster Marketing ein fester Ansprechpartner für die Belange der privaten Betreiberinnen und Betreiber benannt. Er koordiniert ihre Anfragen, begleitet konstruktiv ihre Projekte und Ideen und ist als städtischer „Ermöglicher“ unterwegs.

KREATIVE VERANSTALTUNGSIDEEN IN DER KRISE



Foto gastronms

1



Foto Benjamin Wiesner

3



Foto Brigitte Kappenberg

5



Foto Benjamin Wiesner

2



Foto Thomas Nüfer

4

1 Digitaler Biergarten an der Promenade 2 Picknickkonzert 3 Benefizkonzert für Kulturschaffende 4 Postkarte zum Kunstprojekt „Münsterflocken“ 5 „Schneeflocken“ am Erbdrostenhof

Digitaler Biergarten

In Zusammenarbeit mit der Task Force Gastronomie hat das Gastronomieportal www.gastro-muenster.de aus Münster gemeinsam mit der Gorilla Bar im Sommer 2020 das digitale Biergartenkonzept „Biergarten.MS“ auf dem alten Lindenhof-Areal an der Promenade ins Leben gerufen. Im digitalen Biergarten lief alles digital über das Smartphone – von der Bestellung bis hin zur Bezahlung.

Autokino Münster

In der schwierigen Zeit der Corona-Pandemie haben wir die Durchführung des Autokinos Münster als damals einzig im öffentlichen Raum durchführbares kulturelles Veranstaltungsformat unterstützt. Mit dem Autokino, veranstaltet von den drei Münsteraner Kinos Cineplex, Schloßtheater und Cinema, wurde auf dem Gelände am

Hawerkamp in Münster eine 130 m² große, aufblasbare Airscreen-Leinwand aufgebaut und Platz für bis zu 300 Autos geschaffen. Die Tickets wurden online verkauft; vor Ort wurde der dazugehörige QR-Code vom Handy-display eingelesen und der Platz auf dem Gelände zugewiesen. Den Filmtton gab es dann über das Autoradio.

Münster für Künstler - Benefizkonzert für Kulturschaffende

Unter dem Motto „Münster für Künstler“ traten Götz Alsmann, die Zucchini Sistaz, Jean-Claude Séférian und Van de Forst live auf der neuen Bühne im Autokino auf. Das gemeinsame Benefizkonzert für die münsterschen freien und privaten Theater haben wir in Kooperation mit dem Cineplex, dem Wolfgang Borchert Theater, dem WDR und dem Messe und Congress Centrum Halle Münsterland (MCC) organisiert, um die Kultur während der Corona-Pandemie finanziell zu unterstützen.

Picknickkonzerte

Wie kann man trotz der bekannten Abstandsregelungen Konzerte draußen veranstalten? Die Veranstalter der münsterschen Festivals Docklands und Vainstream haben als Antwort auf diese Frage jeweils mehrere Picknickkonzerte durchgeführt. Münster Marketing und der Allwetterzoo haben diese kreative Idee unterstützt und ermöglicht.

Die Idee: Jeweils vier Personen werden markierte Zonen auf dem Veranstaltungsareal zugewiesen. Man bringt Picknickdecke oder Campingstuhl mit und hält sich mit gebotenen Abstand zu anderen Besuchern auf.

Am 20. August 2020 ging so das Picknickkonzert „Electronica“ über die Bühne, vom 14. bis 16. August und vom 18. bis 20. September wurden Picknickkonzerte mit Top Acts wie Mando Diao, Mo Trip, Lea, Provinz oder Helge Schneider durchgeführt.

Advent in Münster

2020 hätten die Weihnachtsmärkte auf ihre 50-jährige Geschichte zurückblicken können. Die Pandemie hat das verhindert. Erstmals in der Geschichte hat kein Weihnachtsmarkt in Münster stattfinden können, obwohl alle Vorbereitungen für eine der Pandemie angepasste Variante in wochenlangen Gesprächen getroffen waren. Dennoch haben wir versucht, der Innenstadt eine weihnachtliche, aber stille Atmosphäre zu verleihen.

Kernbestandteil des diesjährigen Weihnachtsprojekts war die traditionelle vorweihnachtliche Stadtausschmückung, die in diesem Jahr intensiviert und um weitere Lichterbäume ergänzt wurde sowie die Aufstellung der 20 m hohen Weihnachtstanne zu Beginn der Adventszeit.

Gemeinsam mit der ISI haben wir zudem ein eigens entwickeltes Kunstprojekt des Aktionskünstlers Thomas Nufer realisiert: Die Münsterflocken. Virtuelles Schneetreiben als dreidimensionale Lichtprojektion an ausgewählten Innenstadtstandorten, begleitet von Soundelementen, die an winterliche Geräuschkulissen erinnern, standen im Zentrum des Projektes, das eine mediale Ausstrahlung bis nach Hongkong erreicht hat.

Vorweihnachtlichen Klang erzeugten Musikerinnen und Musiker aus Münster, die an ungewöhnlichen Orten über den Dächern mit Blasinstrumenten musizierten - zu unterschiedlichen Tageszeiten und ohne vorherige Ankündigung.

Des Weiteren gab es Kooperationen mit Influencern aus Münster, z. B. wurden Videos und Fotostories von der besonderen Adventsstimmung auf den Social Media-Kanälen veröffentlicht.

Adventssingen

Auf das inzwischen traditionelle große gemeinsame Singen von Advents- und Weihnachtsliedern „Münster singt“ mussten die Münsteranerinnen und Münsteraner auch in diesem Jahr nicht verzichten. Wir haben gemeinsam mit David Rauterberg ein Online-Format realisiert, bei dem mehr als 1.000 Menschen mitgesungen haben.

QUARTIERSMANAGEMENT



313.000 Einwohnerinnen und Einwohner leben in Münster. Ein Großteil von ihnen ist in den Außenstadtteilen zu Hause. Mit dem Quartiersmanagement wurde Anfang Januar 2020 das Aufgabenfeld von Münster Marketing erweitert. Die Außenstadtteile stärker in den Fokus der Stadtgesellschaft rücken, neue Wege ausprobieren und die jeweilige Identität der Stadtteile stärken, lautet die Devise.

Zwei neue Mitarbeiterinnen begleiten in engem Schulterschluss mit dem Stadtplanungsamt die Entwicklung der Stadtteile. Sie unterstützen Vereine und weitere Akteure bei der Umsetzung von Zukunftsprojekten, bilden eine wichtige Schnittstelle in die Fachverwaltung und stellen Verbindungen zwischen verschiedenen Netzwerken her. Mit kommunikationsstarken Beteiligungsformaten werden neue Zielgruppen angesprochen und motiviert, sich bei der Entwicklung ihrer Stadtteile zu engagieren. Erste Akzente für eine neue Form integrierter Quartiersentwicklung wurden bereits gesetzt.

VIELFALT DER STADTTEILE

Den Ausschlag für die Neueinrichtung eines Quartiersmanagements gab das Stadtforum „Vielfalt der Stadtteile“ am 15. Mai 2019. Das Thema wurde bewusst für das erste Stadtforum im Rahmen des Zukunftsprozesses MünsterZukünfte 20 | 30 | 50 der Stadt Münster ausgewählt. Die zahlreichen Stadtteile in Münster prägen durch ihre Unterschiedlichkeit das Stadtbild im Gesamten. Die formulierten Ziele lauten, diese Stadtteilidentitäten zu erhalten und weiter zu entwickeln, die Zusammenarbeit zu verstärken und Begegnungsräume zu schaffen. Von Bedeutung sind alle drei Ziele, zum Beispiel bei dem Beteiligungsprozess zur Umgestaltung der Amelsbürener Ortsmitte.

UNSER „HERZ“ IN AMELSBÜREN

Für die Identität von Stadtteilen spielen öffentliche Plätze und Aufenthaltsqualitäten eine zentrale Rolle. Keine Überraschung, dass in der gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern durchgeführten „Zukunftswerkstatt Amelsbüren“ (2017/2018) die Bedeutung der Ortsmitte besonders herausgestellt wurde. Ausgewählte Plätze in Münsters südlichem und zugleich flächenmäßig größtem Stadtteil sollen mithilfe eines Gestaltungskonzeptes mehr Aufenthaltsqualität im Sinne einer „Lebendigen Ortsmitte“ erhalten. Für ein solches Konzept sind

die Ideen und das Alltagswissen derjenigen, die in Amelsbüren zuhause sind, von entscheidender Bedeutung. Im Dezember 2020 startete daher ein von Münster Marketing und dem Stadtplanungsamt initiiertes erster Beteiligungsprozess.

Da eine eigentlich geplante Vor-Ort-Veranstaltung inklusive Stadtteilspaziergänge wegen steigender Corona-Zahlen abgesagt werden musste, wurden kurzerhand in Absprache mit einer Bürgerlenkungsgruppe alternative Beteiligungsmöglichkeiten erprobt: Über die Projekt-Website www.zukunft-muenster.de/zukunft-amelsbueren konnten Videos von einem Stadtteilspaziergang durch Amelsbüren angeschaut werden. Das beauftragte Planungsbüro veranschaulichte in den Videos erste mögliche Ideen zur Umgestaltung der verschiedenen Plätze. Die Amelsbürenerinnen und Amelsbürener waren gefragt, ihre Ideen und Vorstellungen in den Kommentaren zu ergänzen. Darüber hinaus wurde ein Flyer zum Sammeln von Ideen im gesamten Stadtteil verteilt, der mit einem portofreien Rückumschlag an die Stadt zurückgeschickt werden konnte. Und coronakonforme Bürger-Sprechstunden im Jugendzentrum Black Bull, die kurz vor Weihnachten wegen des erhöhten Infektionsgeschehens kurzerhand zu Telefonsprechstunden umfunktioniert wurden, boten den wichtigen direkten Austausch an.

Mehr Sitzgelegenheiten, eine verbesserte Beleuchtung einzelner Gehwege, verkehrsberuhigte Zonen oder mehr Flächen für Außengastronomie – die eingereichten Vorschläge der Amelsbürener Bürgerinnen und Bürger für die Zukunft ihrer Ortsmitte waren vielfältig. Über 150 teilweise sehr umfangreiche Ideen, Kommentare und Hinweise sind in der ersten Beteiligungsphase eingegangen. 2021 wird der Prozess fortgeführt. Auf Grundlage der ersten Ideen aus Amelsbüren werden die Gestaltungsskizzen in Pläne konkretisiert und im zweiten Quartal 2021 im Stadtteil gemeinsam diskutiert und fortgeschrieben.



1 Stadtplan Münster 2 „Ein Herz für Amelsbüren“ 3 Uhrenturmgebäude im Oxford-Quartier

OXFORD- UND YORK-QUARTIER

Die ehemaligen Kasernenflächen in Gievenbeck und Gremmendorf stehen vor einem großen Wandel, der sich positiv auf die beiden Stadtteile auswirken wird und zugleich Herausforderungen mit sich bringt. Im zukünftigen Oxford-Quartier werden auf 26 Hektar 1.200 Wohneinheiten geplant. Im neuen York-Quartier sind es sogar 1.800 Wohneinheiten auf 50 Hektar. Es gilt, die neuen Quartiere in die bestehenden Stadtteile zu integrieren. Auch das Quartiersmanagement von Münster Marketing spielt als Kommunikationspartner des Konversionsmanagements eine wichtige Rolle in diesen Entwicklungsprozessen.

Mit Unterstützung von Münster Marketing fand im Juli eine Besichtigungs- und Informationsveranstaltung, organisiert vom Konversionsmanagement und dem Amt für Immobilienmanagement, im künftigen Bürgerhaus im Oxford-Quartier statt. Vertreter der Gievenbecker Vereine wurden zur Besichtigung des Uhrenturmgebäudes eingeladen. Das Quartiersmanagement wird auch zukünftig diesen Prozess in Gievenbeck und analog dazu in Gremmendorf im Rahmen von kommunikationsstarken Beteiligungsformaten eng begleiten.

WISSENSCHAFTSSTADT



MÜNSTER ALLIANZ FÜR WISSENSCHAFT

Auszeichnung und Abschied

Oberbürgermeister Markus Lewe hat bei einer Feierstunde am 13. August 2020 mit Professor Klaus Niederdrenk, Professor Hans-Uwe Erichsen und Professor Klaus Backhaus drei Persönlichkeiten aus der Wissenschaft für ihr großes zivilgesellschaftliches Engagement in Münsters Zukunftsgestaltung mit dem Silbernen Rathaus ausgezeichnet.

Professor Niederdrenk, langjähriger Rektor der FH Münster, war seit 2010 Vorsitzender des Beirates Münster Marketing und hat maßgeblich am Aufbau von Münsters Allianz für Wissenschaft mitgewirkt. Professor Erichsen, ehemals Rektor der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (WWU) und Präsident der Hochschulrektorenkonferenz, war seit 2007 Vorsitzender des Strategieausschusses Wissenschaft in Münsters Allianz für Wissenschaft. Professor Klaus Backhaus war seit 2010 im Beirat Münster Marketing und mit seinem Team im Marketing Center der Universität von 2016 bis 2019 verantwortlich für die langfristige Szenarioanalyse als eine Säule im Prozess der MünsterZukünfte und engagierte sich seit 2007 als Leiter des Arbeitskreises Nanobioanalytik in der Wissenschaftsallianz (Foto der Verleihung siehe Seite 13).



Foto Presseamt Münster/Michael C. Möller



Foto Medlay/Jörg Kersten

1 Oberbürgermeister Markus Lewe, Bernadette Spinnen, Professor Klaus Niederdrenk, Professor Klaus Backhaus und Professor Hans-Uwe Erichsen bei der Auszeichnung und Verabschiedung (s. Seite 12) 2 Internationale Ideenwerkstatt „Urbane Wissensquartiere“

Internationale Ideenwerkstatt „Urbane Wissensquartiere“

Mit einer Abschlusspräsentation in der bis auf den letzten Sitzplatz gefüllten Aula im Universitätschloss endete am 15. Januar 2020 die Internationale Ideenwerkstatt „Urbane Wissensquartiere“. Universität, FH Münster, Universitätsklinikum, Studierendenwerk, Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW und Stadt Münster hatten diese initiiert. Stadtplanungsamt und Wissenschaftsbüro bei Münster Marketing oblag die Umsetzung des Vorhabens. Ziel der Werkstatt war die Entwicklung von Ideen für eine strategische und räumliche Gesamtentwicklung des Nordwestbereichs der inneren Stadt Münsters. Dieser Bereich ist besonders geprägt von der Hochschullandschaft und dem Universitätsklinikum.

Teilgenommen haben vier Teams aus den Disziplinen Stadtplanung, Städtebau, Architektur und Freiraumplanung:

- COBE Architects Kopenhagen und Berlin
- LAND Germany Düsseldorf, Lugano, Mailand in Zusammenarbeit mit ASTOC Architects and Planners Köln
- Lorenzen Mayer Architekten Kopenhagen und Berlin
- Urban Catalyst Berlin

Die vier Teams haben auf einem hohen planerischen Niveau interessante Vorschläge für die Gesamtentwicklung präsentiert, die trotz individueller Herangehensweisen zahlreiche Übereinstimmungen für den weiteren Weg zu den „Urbanen Wissensquartieren“ zeigen.

Die Ergebnisse der Internationalen Ideenwerkstatt fließen schon jetzt in aktuelle Konzeptionen und Vorhaben ein. Das gilt für Entwicklungen im Bestand, wie z. B. den Bau des Forschungscampus Ost, eines Studienlabors und eines Servicezentrums am Coesfelder Kreuz durch das Universitätsklinikum, weiterhin den Neubau des Mathe-Campus und die Modernisierung des Naturwissenschaftlichen Zentrums. Sie werden auch in die geplante Aufwertung des Schlossplatzes/Schlossareals und das Projekt Musik-Campus eingehen.

Auch fließen die Impulse aus der Werkstatt in die Entwicklung bisher unerschlossener Flächen ein. Das sind aktuell die Entwicklung eines urbanen Modellquartiers für das 21. Jahrhundert an der Steinfurter Straße (integriertes Wohnen und Arbeiten, Forschen und Entwickeln) und benachbart die Erweiterung des Wissenschaftsparks in Kombination mit Wohnen westlich der Busso-Peus-Straße. Hierfür hat der Rat der Stadt Münster in seiner Sitzung am 24. Juni 2020 grünes Licht gegeben.

Nachhaltige Stadtentwicklung

Der 2018 gegründete Facharbeitskreis „Nachhaltige Stadtentwicklung“ hat im zurückliegenden Jahr zwei große Projekte auf den Weg gebracht.

Gesundheit in der Nachhaltigen Stadt

Nachdem der Arbeitskreis beschlossen hatte, sich an der Ausschreibung für gesunde Städte und Regionen „Mehr Gesundheit für alle“ der Techniker Krankenkasse zu beteiligen, erarbeitete Jun.-Prof. Dr. Iris Dzudzek vom Institut für Geographie der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster gemeinsam mit dem Wissenschaftsbüro eine Projektskizze „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“. Ziel ist es, Gesundheit bzw. Prävention als wichtiges Ziel in der integrierten Stadtentwicklung zu verankern. Gerade auch die COVID-19-Pandemie hat verdeutlicht, dass nachhaltige, gesunde Städte sich durch starke soziale, ökologische und ökonomische Resilienz auszeichnen – weil zum Beispiel ausreichend Freiflächen, Wohnraum, Stadtgrün und gute Arbeitsverhältnisse ein gesundes Leben auch während der Einschränkungen in der Pandemie ermöglichen. Am 23. Dezember 2020 bewilligte die Techniker Krankenkasse das auf fünf Jahre ausgelegte Projekt; die Fördersumme beläuft sich auf 250.000 €. Das Vorhaben startet am 1. April 2021.

Reallabor Corrensstraße

Wie kann Straßenraum der Stadtgesellschaft zurückgegeben, Lebensraum zurückgewonnen werden? Dieser Frage soll gemeinsam mit Studierenden von FH Münster und Westfälischer Wilhelms-Universität Münster im „Reallabor Corrensstraße“ nachgegangen werden, dem zweiten großen Projekt des Arbeitskreises, dessen Planungen 2020 aufgenommen wurden. Ziel des Projektes ist es, am Beispiel der Corrensstraße erlebbar zu machen, wie ein nachhaltiges Quartier des 21. Jahrhunderts mit urbanen Qualitäten aussehen könnte. Dabei werden auch die Ergebnisse der Internationalen Ideenwerkstadt „Urbane Wissensquartiere“ eingebracht.

WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION UND NETZWERKARBEIT

Im Rahmen der Netzwerkarbeit hat das Wissenschaftsbüro bei unterschiedlichen Transfer-Formaten und Arbeitsgruppen der Wissenschaftskommunikation beratend, unterstützend und konzeptionell mitgewirkt:

Hochschultag am 19.11.2020

Normalerweise füllt sich die Stadt mit mehreren tausend Schülerinnen und Schülern am Hochschultag, wenn die Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU), die FH Münster, die Katholische Hochschule Nordrhein-Westfalen (KatHo NRW), die Kunstakademie Münster und die Philosophisch-Theologische Hochschule Münster (PTH) ihre Hörsäle öffnen. In diesem Jahr fand der Hochschultag rein digital statt. Mehr als 4.000 Studieninteressierte nutzten die Möglichkeit, sich bei insgesamt 189 digitalen Veranstaltungen über die Studiengänge zu informieren.

Citizen Science AG der WWU, Jury WWU-Citizen-Science-Wettbewerb

Übersetzt als „Bürgerwissenschaft“ bezeichnet Citizen Science die aktive Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern in verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses in den Geistes-, Natur- und Sozialwissenschaften. 2020 wurde der Citizen-Science-Wettbewerb zum zweiten Mal ausgelobt. Die Preisverleihung wurde pandemiebedingt auf 2021 verschoben.

„Münster International Peace Research Initiative (MIPRI)“, ein eingeworbenes DFG-Projekt mit der WWU

Mit einem Letter of Intent (LOI) unterstützt Münster Marketing das MIPRI-Projekt des Welcome Centre der WWU, welches jungen Forscherinnen und Forschern aus aller Welt die Möglichkeit bieten möchte, sich im Bereich der Friedensforschung in Münster zu engagieren. Die Vernetzung im Bereich der Friedens- und Konfliktforschung der WWU soll durch internationale Botschafter und Botschafterinnen gefördert werden.

Sowohl das Wissenschaftsbüro als auch das Friedensbüro stehen dazu mit dem International Office der WWU in engem Austausch.

Zudem soll es eine Vernetzung der digitalen Angebote des Friedensbüros (Friedensblog) mit dem zu entwickelnden digitalen "Peace HUB" des MIPRI-Projektes geben.

„Frag Sophie“, WWU, Arbeitsstelle Forschungstransfer

Können Tiere denken und wie ist das Wasser auf die Erde gekommen? Die Comic Figur Sophie lädt Bürgerinnen und Bürgern ein, ihre Fragen an die Wissenschaft zu stellen, und seien sie noch so außergewöhnlich. Sophie sucht nach Antworten und beantwortet alle Fragen.

Das Projekt der WWU, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen der für 2022 geplanten Partizipationsinitiative gefördert wird, erfordert eine breit aufgestellte Kommunikationsstrategie, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Dabei unterstützt das Wissenschaftsbüro u. a. im Bereich Social Media. „Frag Sophie“ ist außerdem ein neues Projekt bei „Gutes Morgen Münster“.

Ausstellungsschiff MS Wissenschaft: Nachhaltig leben mit Algen, Insekten und Popcorn

Am 30. Juli 2020 startete das Ausstellungsschiff MS Wissenschaft in Münster seine Tour durch 19 deutsche Städte. Die Ausstellung im Wissenschaftsjahr 2020|21 hat das Thema „Bioökonomie“. Oberbürgermeister Markus Lewe eröffnete die Ausstellung und wies auf die vielfältigen Bezüge zu Münster als Wissenschaftsstadt und Stadt der Nachhaltigkeit hin (2019 Deutscher Nachhaltigkeitspreis).



1 – 3 Ausstellungsschiff „MS Wissenschaft“

STADT DES WESTFÄLISCHEN FRIEDENS



Als Stadt des Westfälischen Friedens sieht sich Münster seit vielen Jahren in einer Tradition des Dialogs. Die fünfjährigen Friedensverhandlungen führen uns immer wieder vor Augen, wie entscheidend Austausch und Kommunikation in Krisenzeiten sind. 2020 stellte die Corona-Pandemie viele bewährte Kommunikationsformate in Frage und auch unsere jährliche Veranstaltungsreihe „Dialoge zum Frieden“, koordiniert vom Arbeitskreis 1648 Dialoge zum Frieden in der Allianz für Wissenschaft, konnte nicht in gewohnter Form stattfinden. Um weiter im Dialog bleiben zu können, haben wir in diesem herausfordernden Jahr neue Mittel erprobt und Wege gefunden.

NETZWERK DER EUROPÄISCHEN KULTURERBE-SIEGEL-STÄTTEN

Die Trägerstätten des Europäischen Kulturerbe-Siegels befanden sich 2020 in einem fortgesetzten Kontakt. Netzwerktreffen in Lublin und Wien wurden online oder als Hybrid-Veranstaltungen umgesetzt. Der bald alltägliche Umgang mit Online-Meetings führte dazu, dass sich das europäische Netzwerk der EKS-Stätten das gesamte Jahr über regelmäßig digital verabredete, um im Austausch zu bleiben und an gemeinsamen Projekten zu arbeiten. Für 2021 plant das Netzwerk der Europäischen Kulturerbe-Siegel-Stätten beispielweise eine gemeinsame Photo Competition und die Veröffentlichung einer Graphic Novel.

EUROPÄISCHES JUGENDPARLAMENT

Im Oktober konnten das Friedens- und das Kongressbüro das Europäische Jugendparlament bei der Umsetzung eines Azubi- und Schülerforums in Münster unterstützen. Oberbürgermeister Markus Lewe hatte für die Veranstaltung die Schirmherrschaft übernommen und am 7. Oktober konnte die Parlamentarische Vollversammlung des Azubi- und Schülerforums Münster in der Friedenskapelle mit Hygiene- und Abstandsregeln als Präsenzveranstaltung stattfinden. Bei der Vollversammlung und der im Vorfeld stattfindenden Ausschussarbeit diskutierten die über 50 Teilnehmenden eine große Bandbreite politischer und gesellschaftlicher Themen und setzten sich auch mit brandaktuellen Problemen, wie der Frage danach, ob Europa gestärkt aus der Corona-Krise hervorgehen kann, auseinander.

GRÜNDUNG „ACADEMY FOR HUMANITARIAN ACTION (AHA)“

Am 26. Oktober 2020 fiel im Münsteraner Friedenssaal der Startschuss für ein in Deutschland einzigartiges Projekt. Das Kompetenzzentrum Humanitäre Hilfe der FH Münster, die Aktion Deutschland Hilft (ADH) und das Institut für Friedenssicherungsrecht und Humanitäres Völkerrecht (IFHV) der Ruhr-Universität Bochum (RUB) gründeten an diesem Tag die "academy for humanitarian action (aha)".

Ziel der "aha" ist es, die Qualität der humanitären Hilfe zu verbessern und Fort- und Weiterbildung in diesem Gebiet zu systematisieren und zu standardisieren. Coronabedingt musste die Veranstaltung im Friedenssaal im kleinen Kreis stattfinden. Dennoch bot der Friedenssaal im Historischen Rathaus die ideale Kulisse für diese besondere Veranstaltung, denn den Westfälischen Friedensverträgen wird eine Schlüsselposition für die Entwicklung des modernen Völkerrechts zugesprochen.



1 Manuela Roßbach, Vorständin von Aktion Deutschland Hilft, Prof. Dr. Ute von Lojewski, Präsidentin der FH Münster, und Prof. Dr. Andreas Ostendorf, Prorektor der Ruhr-Universität Bochum unterzeichnen den Kooperationsvertrag für die Gründung der „academy for humanitarian action“ im Friedenssaal 2 Friedensblog

DIALOGE ZUM FRIEDEN

Die ursprünglichen Formate der Veranstaltungsreihe „Dialoge zum Frieden“ konnten aufgrund der Corona-Pandemie in diesem Jahr nicht wie gewohnt umgesetzt werden. Das Treffen der Religionsgemeinschaften und Publikumsveranstaltungen mussten leider ausfallen. Die jährliche Schülerakademie sollte in diesem Jahr eigentlich in Berlin stattfinden. Als eine Exkursion immer unwahrscheinlicher wurde, wurde aus der Not kurzerhand eine Tugend gemacht und das Thema Corona-Krise zum Gegenstand der Schülerakademie am 29. Oktober 2020 gewählt. Im Herbst verschlechterte sich die pandemische Lage, sodass wir erneut spontan reagieren mussten. Nur wenige Tage vor dem November-Lockdown wurde die Präsenzveranstaltung im Franz-Hitze-Haus zu einer Online-Schülerakademie umorganisiert. Unter dem Motto „Der Demokratie auf den Grund gehen – Partizipation und Pandemie“ diskutierten 20 Schülerinnen und Schüler am 29. Oktober so lebhaft und interessiert, wie es auch in einer Präsenzveranstaltung nicht hätte schöner sein können. Angeregt durch den Vortrag der Politikerin, Bloggerin und Buchautorin Marina Weisband debattierten die Jugendlichen wahlweise in einer Medien-, Theater- oder Schreibwerkstatt intensiv über Partizipation, Digitalisierung und Verschwörungstheorien.

BLOG UND INSTAGRAM-ACCOUNT „FRIEDEN DURCH DIALOG“

In diesem Jahr fanden im Themenbereich Frieden zwar weniger Präsenzveranstaltungen statt, dennoch waren die Akteurinnen und Akteure aus Zivilgesellschaft, Religionsgemeinschaften, Wissenschaft und Kultur vielfach aktiv und setzten ihre Projekte in alternativen Formaten um. Aus dem Wunsch heraus, diese Aktivitäten und das Thema Frieden in diesen besonderen Zeiten, aber auch zukünftig, in Münster sichtbarer und für mehr Menschen zugänglich zu machen, erarbeitete das Friedensbüro bei Münster Marketing 2020 einen neuen Friedensblog (<https://www.frieden-durch-dialog.de/>), der – gemeinsam mit einem Instagram-Account @frieden_durch_dialog – im Januar 2021 online ging.

Zukünftig soll auf dem Blog „Frieden durch Dialog“ die Bandbreite und Vielfalt der Aktivitäten rund um Münster und den Frieden abgebildet und Raum für Austausch und Diskussion geboten werden.

KONGRESSMARKETING

Virtueller Messestand



Die Arbeit der Kongressinitiative Münster hat sich durch die Digitalisierung mit den Trends für hybride und digitale Veranstaltungen stark verändert. Gleich mit dem ersten Lockdown hat uns eine große Stornierungswelle erreicht. Mit einer digitalen Vermarktung schafft das Kongressbüro die Voraussetzungen für die Anfragen nach Tagungen und Kongressen.

Um die Stadt Münster mit all ihren Kongress- und Tagungsmöglichkeiten darzustellen, wurden die Informationen digitalisiert und zum Beispiel auf der Messe „Meet Germany goes virtual“ präsentiert.

MEET GERMANY GOES VIRTUAL, 26. - 27.05.2020

MEET Germany, mit mehr als 2.000 Community-Mitgliedern das größte Netzwerk der Eventbranche im deutschsprachigen Raum, hat vom 26. bis 27. Mai 2020 erstmalig eine virtuelle MICE Messe durchgeführt - „Meet Germany goes virtual“. Ziel der Messe war die Vermarktung deutscher Anbieter als Tagungs- und Kongressdestination auf dem nationalen und internationalen Markt. Die Kongressinitiative Münster war als Ausstellerin mit einem virtuellen Messestand vertreten. Die Besucherinnen und Besucher konnten über ein virtuelles Messegelände gehen. Am virtuellen Stand selbst konnten sie z. B. den Kongress- und Tagungsguide und weitere Printprodukte durchblättern. Die Kommunikation zwischen den Besucherinnen und Besuchern und unseren Mitarbeiterinnen aus dem Kongressbüro erfolgte über eine Chatfunktion.

Das Ergebnis war sehr zufriedenstellend: 260 Besucherinnen und Besucher waren an unserem virtuellen Messestand, 50 waren besonders interessiert und haben sich über unseren Chat gemeldet. Mit diesen potentiellen Kundinnen und Kunden sind wir weiterhin in direktem Kontakt.

WIR VERMISSEN SIE!

Zum Zweck der Kundenbindung haben wir mit unseren lokalen Partnern vor Ort spontan die Corona-Business-Aktion durchgeführt:

Wir haben die Partner aus dem Kongress- und Tagungsguide um kurze Videos gebeten, die wir auf unseren Social Media-Kanälen verbreitet haben.

Zusätzlich haben wir für die Partner eine digitale Postkarte „Wir vermissen Sie!“ zur Weiterleitung an die Kunden entwickelt.



KONGRESS- UND TAGUNGSGUIDE

Der zweisprachige Kongress- und Tagungsguide entwickelt sich stetig weiter. Hier findet der Tagungsplaner je nach Bedarf die passenden Anbieter in der Stadt und kann sich informieren. Mit inzwischen 85 Partnern – gestartet sind wir mit 51 – zeigt er das komplette Leistungsspektrum mit allen hygienischen Standards und spiegelt die Vielfalt der Münsteraner Kongress- und Tagungsmöglichkeiten wider. Alle Partner treten geschlossen auf, kooperieren und entwickeln gemeinsam mit dem Kongressbüro Münster Marketing neue Ideen, z. B. auch zum digitalen Tagen, um Kongressveranstaltern attraktive Programme anbieten zu können.

LOCATION FINDER

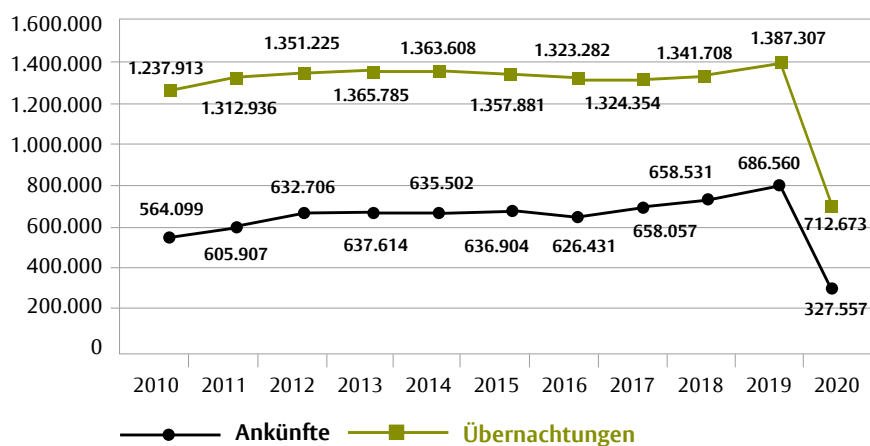
Als zusätzliches und neues Angebot für Veranstaltungsplaner beabsichtigt die Kongressinitiative Münster ein Online-Tool mit Such- und Filterfunktionen einzuführen, um so eine schnelle und komfortable Suche nach passenden Anbietern zu ermöglichen. Ein wichtiger Nebeneffekt und ein echter Marktvorteil für unsere Partner vor Ort ist ihre Aufnahme in das Datenportal, das gemeinsam mit dem Tourismus NRW und dem Münsterland e. V. entsteht. Es wird begleitet vom Fraunhofer-Institut und im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus umgesetzt. Dadurch erhalten die Angebote unserer Leistungsträger im Tourismus, wie zum Beispiel Hotels, Veranstaltunglocations und viele andere Dienstleistungen, eine bessere Sichtbarkeit und eine größere Reichweite im Netz.

TOURISMUSMARKETING

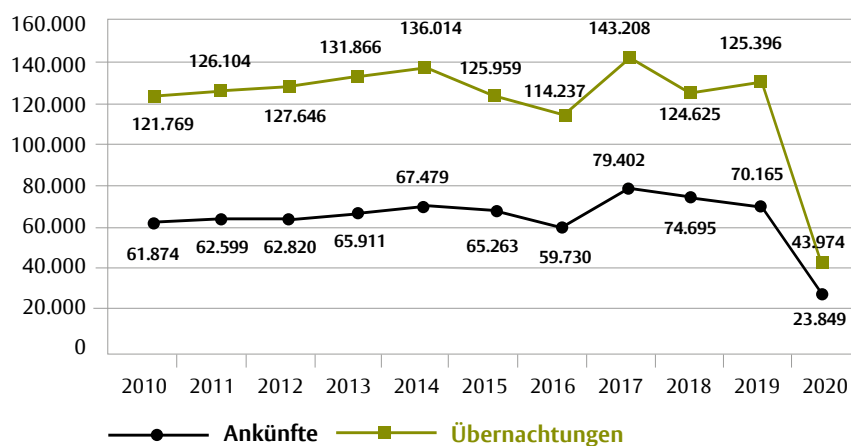


Wie nicht anders zu erwarten, sind die Übernachtungszahlen in 2020 stark rückläufig und haben sich halbiert. Die Zahl der ausländischen Gäste ist sogar um zwei Drittel zurückgegangen.

Ankünfte und Übernachtungen Stadt Münster insgesamt



Ausländische Gäste Stadt Münster insgesamt



Die touristische Beratung war vor allem zu Beginn des ersten Lockdowns stark herausgefordert.

WIR HABEN

- täglich alle relevanten Informationen unserer Leistungsträger (Hotels, Stadtführungsunternehmen etc.) abgefragt und sie mit aktuellen Informationen versorgt und beraten,
- eine hohe Anzahl von Stornierungen durchgeführt und eine zeitnahe und persönliche Gäste- und Kundenbetreuung sichergestellt,
- gemeinsam mit den Hotels die Corona-Abstands- und Hygieneregeln in unserem Hotelbuchungssystem hinterlegt,
- in regelmäßigen Telefonkonferenzen mit den touristischen Leistungsträgern Kommunikations- und Werbemaßnahmen verabredet.

DARAUS SIND VERSCHIEDENE AKTIONEN ENTSTANDEN

Filme: Die Gastgeberinnen und Gastgeber wurden gebeten, kurze Filme zu erstellen, um dem zukünftigen Gast das Vertrauen und die Sicherheit zu geben, dass er in Münster zu den besten Hygienebedingungen übernachten kann. Das Partnerunternehmen stellt sich vor und zeigt mit einem persönlichen Münster-Tipp am Ende des Videos seine Verbundenheit zu Münster. Zehn Filme wurden auf der Internetseite von Münster Marketing hochgeladen und auf den Social Media-Kanälen gepostet. Gleichzeitig haben auch die Leistungsträger selbst die Filme auf ihren Kanälen platziert und im Buchungssystem integriert.



Beispiel: Film *Hof zur Linde*, YouTube

Mailings: Leistungsträger und Münster Marketing haben alle Gäste angeschrieben, die wegen der Corona-Krise storniert hatten. Wir haben dafür eine Postkarte mit dem Münster-Foto "Wir vermissen Sie!" in digitaler Form für die Versendung per Mail und in gedruckter Form für die postalische Versendung allen Partnern zur Verfügung gestellt (s. Seite 19).

BERATUNG UND INFORMATION

Die Münster Information mit ihrem breiten Beratungsangebot hat sich auch in der Corona-Zeit bewährt. In den Monaten Mai bis November waren beide Beratungs- und Informationsstellen geöffnet und haben vielen Ratsuchenden jeder Nationalität sowohl persönlich als auch telefonisch oder digital helfen können. Die Nachfrage nach touristischen Angeboten im Sommer war erstaunlich hoch und hat Münsters Attraktivität als urbanes Zentrum mit einem guten ländlichen, gesunden und sicheren Umfeld unter Beweis gestellt.

Seit Ausbruch der Pandemie bis heute unterstützen zudem zehn Mitarbeitende aus den Bereichen Münster Information / Information im Historischen Rathaus und dem Quartiersmanagement das Gesundheitsamt und die Feuerwehr in ihren Aufgaben rund um die Pandemie. Alle Kolleginnen und Kollegen haben selbstverständlich diese zum Teil sehr herausfordernden Aufgaben angenommen und sind aufgrund ihrer Expertise in Beratung und Dienstleistung hoch geschätzt in der Krisenbewältigung. Wir danken ihnen sehr für ihren Einsatz und ihre Professionalität.

MESSE SAISON 2020

Viele Messen sind in diesem Jahr ausgefallen, allen voran im März die Internationale Tourismus Börse in Berlin. In den ersten Monaten des Jahres waren zumindest noch Prospektauslagen möglich, später nicht mehr.

Der Markt hat jedoch sehr schnell reagiert und so fand vom 22. bis 24. Juni 2020 als Premiere der virtual GTM Germany Travel Mart statt. Mittels eines Networking Tools konnten wir Termine mit verschiedenen Einkäufern, den sogenannten Hosted Buyers, aus der ganzen Welt virtuell wahrnehmen.

Auch hier hat sich unsere aktive Vorfeldkommunikation ausgezahlt: Die kontaktierten Einkäufer kamen überwiegend aus Europa: Deutschland, den Niederlanden, Frankreich, Dänemark und der Schweiz. Allerdings lagen ebenfalls Terminanfragen von Einkäufern und DZT-Vertretern aus Asien und Amerika vor. Journalisten und Einkäufer aus Polen, Schweden, Italien etc. interessierten sich ebenfalls für unsere Stadt und vereinbarten einen Termin.

Insgesamt nutzten 450 Key Accounts der internationalen Reiseindustrie aus 49 Ländern die Plattform, um die Angebote der deutschen Partner kennenzulernen.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Auch die Öffentlichkeitsarbeit stand 2020 ganz im Zeichen der Corona-Pandemie. In der ersten Jahreshälfte haben wir mit vielen kommunikativen Bausteinen versucht, das Solidaritätsgefühl in Münster zu verstärken, Aktionen von verschiedenen Akteuren zu unterstützen und Gäste anzusprechen, die gerne nach Münster gekommen wären. Dazu gehörten:

- „Münster bei mir zuhause“: Übersicht auf der Website zur Veröffentlichung der digitalen Angebote münsterscher Akteure aus der Kultur, dem Handel, der Gastronomie, den Kirchen und aus dem Sportbereich auf der Webseite von Münster Marketing – von digitalen Touren durch Museen über Online-Musik-Festivals und Online-Gottesdiensten bis zu Mitmachaktionen für Kinder.
- Social Media Kampagne „Münster bei mir zuhause“, um alle kulturellen Angebote und Serviceangebote wie „Münster bringt`s“ sichtbar zu machen.
- Kleine Foto- und Filmstrecken auf Facebook und Instagram, wie z. B. eine Radtour rund um die Promenade, um den Menschen „die Stadt nach Hause zu bringen“.
- Kampagne „Münster mit Herz“ auf Facebook und Instagram, um die Aktionen der Münsteranerinnen und Münsteraner sichtbar zu machen.
- Produktion eines Trailers für das Autokino unter dem Motto „Kreativ in der Krise“. Der Trailer griff den Gedanken der Kampagne „Münster mit Herz“ auf und machte die guten Ideen, Hilfsangebote und kreativen Lösungen in der Corona-Krise sichtbar und würdigte sie. Des Weiteren wurde eine Gewinnspielreihe in Kooperation mit dem Autokino durchgeführt.
- Münster öffnet: Veröffentlichung der Angebote und Aktivitäten auf der Webseite von Münster Marketing, die unter Einhaltung der jeweils erforderlichen Hygienemaßnahmen wieder möglich waren.
- Kampagne „Welcome back“ auf Facebook und Instagram in der Phase der Lockerungen: z. B. Wiedereröffnung der Museen, des Zoos, der Gastronomie, etc.
- Reihe „Draußen genießen“ auf den Social Media-Kanälen zur Stärkung der erweiterten Außengastronomie.
- Filmreihe mit „Hand made-Kurzfilmen“ zu entspannten Naturorten in Münster.



1 Trailer für das Autokino 2 Kampagne „Münster bei mir zuhause“



1 +3 Beispiele für „MünsterLand Momente“ 2 Magazin „Dein MünsterLand Moment“ 4 Die Initiatoren zeigen rund um die Uhr schöne MünsterLand Momente (v.l.): Michael Kösters, Dr. Kai Zwicker, Klaus Ehling, Robin Denstorff, Markus Lewe, Bernadette Spinnen, Tobias Viehoff

AKTIVIERUNGSKAMPAGNE DEIN MÜNSTERLAND MOMENT

Um den Einzelhandel, die Gastronomie, die Hotellerie, die Kultur sowie die touristischen Dienstleister zu unterstützen und den Tourismus insgesamt langfristig wieder in Schwung zu bringen, setzten Münster Marketing, die regionale Managementorganisation Münsterland e. V. und die Initiative starke Innenstadt Münster (ISI) auf konkrete Erlebnistipps für Gäste.

Zu finden sind diese auf der Internetseite DeinMünsterLandMoment.de. Sie ist zentraler Bestandteil einer gemeinsamen Kampagne im Schulterschluss von Stadt und Region und möchte mit Tourentipps für Touristen, Tagesgäste und Einheimische zu Ausflügen und Urlaub in der Stadt und in den vier Münsterlandkreisen inspirieren.

Ziel der Kampagne war und ist es, die lokale und regionale Wirtschaft, den Handel und das Hotel- und Gaststättengewerbe zu stärken. Zwar sollte dieses Vorhaben so schnell wie möglich realisiert werden, um am Markt sichtbar zu werden, gleichwohl ist die Kampagne kein Einmal-Feuerwerk, sondern langfristig angelegt und kann auch zukünftig immer wieder mit neuen Inhalten bespielt werden. Sie ist auf spezielle Zielgruppen ausgerichtet, hat einen digitalen Kern, ist also agil zu steuern, funktioniert aber auch analog.

Das Finanzvolumen liegt in der Summe bei ca. 350.000 €; der Münsterland e. V. trägt davon fast 60 %. Der Beitrag der Stadt Münster liegt bei 120.000 €; die ISI unterstützt das Projekt mit 25.000 €.

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. Sie sind zudem die besten Botschafter für unsere Destination.

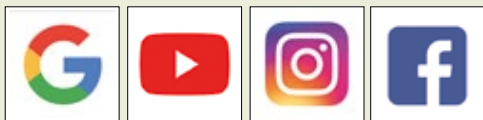
Marketingkonzept

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. Es wendet sich dabei an die Menschen im Münsterland, an angrenzende Regionen wie z. B. das Ruhrgebiet oder Rheinland, strahlt aber auch 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 deutschlandweiten 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.

Reichweiten der Kampagne

Focus auf Digitalkampagne



- 283.701.651 Impressionen
- 313.641 Aufrufe der Website
- 6.264.854 erreichte Personen in den Sozialen Netzwerken (bezahlte Werbung)
- 13.958 Klicks auf Websites der Plattformpartner
- Laufzeit der Digitalkampagne 06.07.2020 – 25.10.2020

Social Media / Influencermarketing

- Die Social Media Kanäle von Münsterland e. V. und Münster Marketing spielten regelmäßig Kampagneninhalte.
- 19 InfluencerInnen und BloggerInnen haben die Stadt und Region in der Zeit von von Juli bis Oktober besucht.
- 1,5 Mio Impressions insgesamt

Magazin

- 125.000er Auflage
- Vertrieb u. a. über: Beileger Münster! und Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben | Kaufleute am Prinzipalmarkt | Online-Shops der ISI | Bestellungen auf der Landingpage und in den Tourist Centern.

Radio

- Radiospots bei Antenne Münster | den Lokalsendern Münsterland | beim WDR | bei 7 Lokalsendern in Ostwestfalen-Lippe
- Gewinnspielaktion mit Antenne Münster und den Lokalsendern im Münsterland: 31 MünsterLand Momente wurden verlost
- Insgesamt 8 Wochen Präsenz im Radio und 44,5 Mio Hörerkontakte

Printmedien

- Anzeigen und Advertorials unter anderem in: ZEIT Reisen | Ruhrnachrichten | Welt am Sonntag
- Kooperation mit den Westfälischen Nachrichten: Anzeigen online | Anzeigen in der Zeitung | Fotowettbewerb
- 2 Mio Gesamtauflage insgesamt

tourismus.muenster.de

Touristen, Tagungs- und Kongressplaner, Reiseveranstalter, Münsteranerinnen und Münsteraner informieren sich über die Internetseite u. a. über Veranstaltungen, Hotels und Sehenswürdigkeiten der Stadt Münster. Rund 300.000 Mal wurde die Seite im Jahr 2020 aufgerufen. Über 700.000 Seiten wurden angesehen, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei gut zwei Minuten. Ca. 82 % der Besucherinnen und Besucher kamen aus Deutschland, gefolgt von den Niederlanden (ca. 10 %) und den USA (ca. 3 %).

EXPLORE MÜNSTER – DAS MAGAZIN FÜR ENTDECKER & GENIESSER



Gemeinsam mit der ISI und dem DEHOGA haben wir ein Magazin mit vielen Freizeit-Themen der Stadt entwickelt. Von kleinen Impressionen bis zu echten Klassikern zeigt das Magazin auf 48 Seiten Stadt-Geschichten. Mehr als 60 Insider-Tipps laden ein, die Stadt aus der Sicht der Einheimischen zu erkunden. Eine begleitende Befragung hat bei 95 % der Leserinnen und Leser eine Bestnote von 1 bis 2 ergeben.

Mindestens so wichtig wie die Erstellung des Mediums aber ist sein Vertrieb. Es ist trotz der Pandemie gelungen, 30.000 Exemplare zu platzieren und das u. a. durch einen Beileger in der Welt am Sonntag. Zusätzlich wird das Magazin in die Online-Werbung aufgenommen und wir nutzen die hervorragenden Verteiler der Innenstadtkaufleute und der Hotels in unserer Stadt.

NOCH MEHR INFORMATIONEN ZU MÜNSTER ZUM MITNEHMEN

1 Stadtspiel für Kinder „Münster entdecken“ 2 Stadtführer in japanischer Sprache

MÜNSTERZUKÜNFT 20 | 30 | 50



Seit 2016 arbeiten die strategische Stadtentwicklung und Münster Marketing an dem integrierten Zukunftsprozess „MünsterZukünfte 20/30/50“. Auch dieses Projekt mit umfangreichen Beteiligungs-, Aktivierungs- und Partizipationsoptionen für die Bürgerinnen und Bürger hat sich durch die Pandemie notwendigerweise angepasst.

Bis zum ersten Lockdown haben stattgefunden:

STADTFORUM MUSIKCAMPUS IN DER MENSA AM AASEE

Am 3. Februar 2020 diskutierten ca. 130 Teilnehmerinnen und Teilnehmer über das Konzept des Musikcampus.

Impulse mit einem Blick von außen gaben:

- Christian Höppner, Generalsekretär des Deutschen Musikrates
- Ben de Biel, freier Künstler (Fotograf), Berlin
- Professor Kunibert Wachten, scheuven + wachten plus planungsgesellschaft, Dortmund
- Gernot Wojnarowicz, Staatstheater Darmstadt
- Anja Kreysing, freie Musikerin Münster
- Ulrich Krüger, Stefan Rethfeld, Initiative Schloss Platz Kultur 2020

Die Diskutierenden formulierten unisono den Anspruch, dass im Vordergrund der Überlegungen für einen Musikcampus dessen inhaltliche Ausgestaltung stehen muss. Die Bedarfe der verschiedenen Ankerutzer - dazu gehört explizit auch die sogenannte Freie Szene - müssen klar definiert und mögliche Synergien beschrieben werden. Einigkeit herrschte auch darin, dass ein baulicher Brückenschlag von der Altstadt über den erweiterten Schlossbereich bis hinein in den Westen der Stadt eine notwendige Bedingung für den Erfolg des Musikcampus sein wird.

STADTFORUM STADTVERTRÄGLICHE MOBILITÄT

Am 13. Februar 2020 diskutierten rund 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemeinsam mit Expertinnen und Experten über die Frage, wie eine stadtverträgliche Mobilität für Münster organisiert werden kann.

Impulse mit einem Blick von außen gaben:

- Dr. Weert Canzler, Wissenschaftszentrum Berlin
- Merle Groneweg, PowerShift e. V., Berlin
- Professorin Dr. Stefanie Anna Bremer, orange edge Hamburg

Im Ergebnis waren sich alle Expertinnen und Experten und auch das anwesende Publikum darin einig, dass die bevorstehende Mobilitätswende eine große Chance für die Stadt sein kann. Eine Bedingung dafür, dass sie auch in Münster gelingt, ist es, dass bereits geplante oder in Realisierung befindliche Projekte in ein konsistentes Gesamtkonzept überführt werden.



Impressionen vom Stadtforum „Stadtverträgliche Mobilität“

WEBFORUM „BETEILIGUNG DIGITALER DENKEN“

Als eine Konsequenz aus der durch Corona bedingten Einschränkungen für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern an den Diskussionen in den MünsterZukünften wurde am 17. November 2020 das erste Webforum durchgeführt. Mit 160 Teilnehmerinnen und Teilnehmern präsentierte das Forum Beteiligungsprojekte in unterschiedlichen Themenbereichen der Stadtentwicklung. Expertinnen und Experten diskutierten und präsentierten Chancen und Grenzen neuer Beteiligungsformate via Internet.

Impulse mit einem Blick von außen gaben:

- Kathrin Feigs, plan-lokal, Projekt Stadtteilentwicklungskonzept Handorf, Gelmer, Sudmühle
- Anke M. Leitzgen, #stadtsache, Projekte Südviertel und Hörster Parkplatz
- Oskar Lingk, Urban Participation Lab, Projekte Werkstattverfahren Bremer Platz und Masterplan Münster Mobilität 2035+
- Alex Sommer, items GmbH, Projekt MünsterHack
- Dr. Fee Thissen, Büro für urbane Transformation, RWTH Aachen

DIGITALE SCHAUFENSTERSEITE

Die Pandemie hat den Zukunftsprozess weitgehend ins Netz verlegt. Um das möglich zu machen, ist das digitale Schaufenster www.zukunft-muenster.de kontinuierlich weiter entwickelt worden und hat neue Themen, Aufgaben und Funktionen bekommen. Die eindrucksvollen Baufortschritte auf den ehemaligen Kasernengeländen Oxford- und York-Quartier sind zum Beispiel mithilfe der Videodrohnen dokumentiert und zu einer umfangreichen Online-Tour mit interaktivem Kartenmaterial online gestellt worden.

Auch die Beteiligung zur Umgestaltung der Ortsmitte in Amelsbüren wurde mit Kommentarfunktion, Drohnenvideos und digitalen Spaziergängen auf der Website des Zukunftsprozesses ermöglicht und von den Bürgerinnen und Bürgern rege nachgefragt.

Darüber hinaus widmen wir uns der Begleitung und Verstärkung von aktuellen Themen wie der Veloroute, aktueller Smart City-Projekte oder konkreter Projekte in den Quartieren.

UMGESETZT!

Die MünsterZukünfte sind ein nicht ganz typischer Stadtentwicklungsprozess, in dem die Herangehensweise an die Zukunftsthemen aus sehr unterschiedlichen Perspektiven erfolgt:

- aus der bürgerlichen Gesellschaft heraus (Gutes Morgen Münster)
- mithilfe eines Szenario-Prozesses, der auf einer breitest möglichen Beteiligung der Bevölkerung basiert (17.000 Teilnehmer)
- im Dialog mit der Stadtgesellschaft, die gemeinsam mit zahlreichen Expertinnen und Experten ein Zukunftsbild für den Stadtraum entwirft

Die MünsterZukünfte sind auch besonders, weil sie eine Gleichzeitigkeit in der Entwicklung von Zukunftsperspektiven, Leitvorstellungen und direkter Umsetzung praktizieren. Dadurch verwebt sich der Prozess rasch und unmittelbar in das Geschehen aktiver Stadt und Planungspolitik.

In dieser Logik umgesetzt sind bereits:

- der Prozess der „Urbanen Wissensquartiere“ im Zusammenschluss mit WWU und FH, Studierendenwerk, Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW, Universitätsklinikum und Stadt Münster (siehe Seite 14)
- die Neuausrichtung der Quartiersentwicklung im Tandem von Stadtplanung und Stadtmarketing mit einem starken Akzent auf Partizipationsangeboten (siehe Seite 10)
- die Verbindung mit der Strategie zur Global Nachhaltigen Kommune, zum Beispiel im Forschungsprojekt „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“ (siehe Seite 14)

GUTES MORGEN MÜNSTER

Unterwegs als Stadtexperten und Zukunftsforscher

Niemand ist so viel in der Stadt unterwegs wie Kinder und Jugendliche. Sie sind deshalb die ersten, die Veränderungen bemerken, Probleme benennen und sogar oft erste Lösungsideen entwickeln können. Und genau das macht sie für die Stadtentwicklung so wertvoll. Um das "Potenzial Vielfalt" in Münster zu erkunden, sprechen wir deshalb nicht nur auch mit Kindern und Jugendlichen - sondern zuerst mit ihnen.

Das bereits in 2019 gestartete Projekt „Potenzial Vielfalt“ mit Schülerinnen und Schülern am Hittorf-Gymnasium wurde 2020 fortgesetzt. Rund 150 Schülerinnen und Schülern waren 2019 mit der App #stadtsache unterwegs, um das Viertel rund um ihre Schule zu erforschen und auf ihrer digitalen Expedition Ideen und Vorschläge zu sammeln. Dabei wurde dokumentiert, was gut ist und was verbessert werden kann, damit alle im Viertel gut und sicher miteinander leben können. Die Ergebnisse haben die Kinder und Jugendlichen mit Oberbürgermeister Markus Lewe und Stadtbaurat Robin Denstorff im Rathausfestsaal diskutiert. Beide versprachen: „Wir kümmern uns um eure Fragen.“

Am 6. Februar 2020 war es dann soweit. Aufbereitet und dokumentiert von Münster Marketing und der Bildungsexpertin und Autorin der App #stadtsache Anke Leitzgen haben sich die Fachämter (Amt für Mobilität und Tiefbau, Ordnungsamt, Amt für Grünflächen, Umwelt und Nachhaltigkeit) mit jeder Anregung der Schülerinnen und Schüler beschäftigt. Beeindruckt vom Engagement der Schülerinnen und Schüler und der hohen Qualität ihrer Vorschläge wurden Recherchen und Messungen vor Ort gemacht, weitere Fachämter und auch die Polizei befragt.

Das Ergebnis ist ein umfangreicher Antwortenkatalog, der mit einer Schülerdelegation im Stadthaus diskutiert wurde. Die gute Nachricht: Erste Anregungen konnten umgesetzt werden, wie z. B. eine neue Beschilderung mit Installation eines Leitzylinders am Fußgängerüberweg in der Augustastraße. Weitere Ideen, wie neue Fahrradständer in der Prinz-Eugen-Straße, werden noch umgesetzt. Auch langfristige Verkehrsplanungen, wie die Umgestaltung von Straßen für mehr Sicherheit für Fußgänger und Radfahrer, passen zu den Vorschlägen der Schülerinnen und Schüler.

Warum einige gute Ideen nicht umgesetzt werden können und andere erst mittel- bis langfristig zum Zuge kommen, haben die Fachleute anschaulich mit Luftbildern und einem Ausflug in die Statistik erklärt. In einem Punkt ließen die jungen Stadtforscher trotzdem nicht locker: „Die Verkehrsberuhigung im Umfeld der Schule muss besser werden.“

Kuratorin Anke Leitzgen war beeindruckt: „Ein Austausch auf Augenhöhe zwischen Verwaltung, Kindern und Jugendlichen ist noch die Ausnahme, aber zukunftsweisend. Denn er belegt, dass die digitalen Medien wirkungsvolle Werkzeuge sind, um generationsübergreifend ins Gespräch zu kommen und die Ergebnisse zu analog erlebbaren Verbesserungen der Lebensqualität führen können.“



Schülerinnen und Schüler diskutieren mit Fachämtern ihre Verbesserungsvorschläge.

CHANCEN UND RISIKEN

Das zurückliegende Geschäftsjahr war in jeder Hinsicht ein besonderes Jahr - natürlich auch für den Eigenbetrieb Münster Marketing: Die Pandemie hat verhindert, dass geplante und bereits budgetierte Veranstaltungen und Projekte stattfinden können. Zusätzlich haben der in den meisten Fällen durch eine altersbedingte Fluktuation entstandene Personalwechsel und lange Nachbesetzungszeiten dazu geführt, dass zahlreiche Personalstellen über eine relativ lange Dauer nicht besetzt werden konnten, aber aufgrund der Pandemie auch nicht mussten. Durch die Umbaumaßnahmen im Stadthaus I wurden darüber hinaus Mieten eingespart. Infolgedessen konnte der Betrieb mit einem deutlichen Gewinn abschließen, der erstmals und vermutlich einmalig deutlich über den ansonsten üblichen Ergebnisschwankungen liegt.

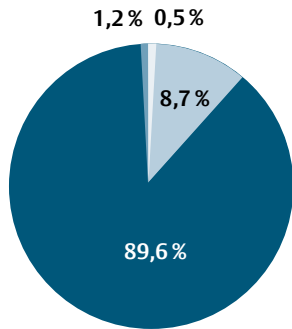
Etwa die Hälfte des Gewinns ist bereits durch die Einrichtung eines Zentrenfonds für Stützungsmaßnahmen in der Innenstadt und den Stadtzentren durch Beschluss des Rates zweckgebunden. Die andere Hälfte wird - das ist schon jetzt absehbar - ebenfalls für zusätzliche Innenstadtmaßnahmen und -projekte in 2021 ff. eingesetzt werden müssen.

Die Aufgabenstellung von Münster Marketing hat sich durch die gravierenden gesellschaftlichen Veränderungen schon in den letzten Jahren erkennbar verändert und andere Schwerpunktsetzungen erfahren. Durch die Pandemie hat sich parallel zur Veränderung in der Innenstadt auch diese Entwicklung beschleunigt. Dadurch erhält das Citymanagement mit seiner Moderationsrolle für alle Innenstadtbelange eine herausgehobene Bedeutung. Hier muss schon jetzt und auch mittel- und langfristig die Innenstadtentwicklung koordiniert werden. Gemeinsam mit vielen Ämtern der Stadtverwaltung, aber auch mit anderen Institutionen, dem Innenstadthandel und den Eigentümern müssen wir Zukunftsperspektiven erarbeiten und konkrete Projekte umsetzen. Es liegt auf der Hand, dass gerade die Innenstadtentwicklung ein Transformationsprozess ist, der wegen seiner auch symbolischen Qualität für die ganze Stadt eine umfassende und zeitgemäße Mitmach- und Beteiligungskultur erfordert, die neben ausreichend gut ausgebildetem Personal auch den Einsatz von Projektmitteln erforderlich macht, die bislang im Budget des Eigenbetriebs nicht abgebildet sind.

Der Zuwachs an neuen Aufgaben und die immense Komplexität derselben stellen das Stadtmarketing Münsters vor erhebliche Herausforderungen. Wir sind durch eine aufmerksame Weiterentwicklung und unsere relativ agile, auf Projektarbeit orientierte Struktur dazu in der Lage, die neuen Anforderungen zu bewältigen, wenn sich die Personalausstattung diesen Ansprüchen ebenso anpasst wie das Finanzbudget.

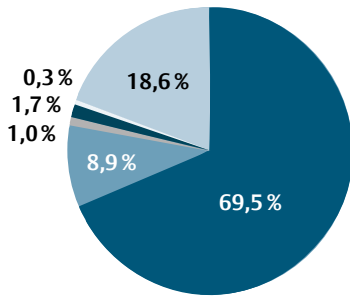
Zusätzlich zu den Anforderungen aus dem Transformationsprozess in der Innenstadt wird auch das Thema Westfälischer Friede mit dem bevorstehenden 375. Jahrestag des Friedensschlusses in 2023 eine große Rolle bei den zu bearbeitenden Themenfeldern des Stadtmarketings spielen, das nur mit einer gesonderten Finanz- und Personalausstattung umgesetzt werden kann.

Im Hinblick auf den neu zu beschließenden Managementkontrakt sollten daher die künftigen Aufgaben des städtischen Eigenbetriebs beschrieben und mit einer angepassten Ressourcenausstattung versehen werden. In den letzten 5 Jahren ist dies mit dem in diesem Geschäftsjahr ablaufenden Managementkontrakt gelungen.



Ergebnis: Budgetstruktur Ertrag 2020

| | | |
|-------------------------------|-----------------------|-------|
| Umsatzerlöse | 321.655,93 € | 8,7% |
| Zuschüsse Stadt Münster | 3.323.689,35 € | 89,6% |
| Zuschüsse Sonstige | 44.211,14 € | 1,2% |
| Sonstige betriebliche Erträge | 19.628,30 € | 0,5% |
| Zinsen und ähnliche Erträge | 548,28 € | 0,0% |
| Gesamt | 3.709.733,00 € | |

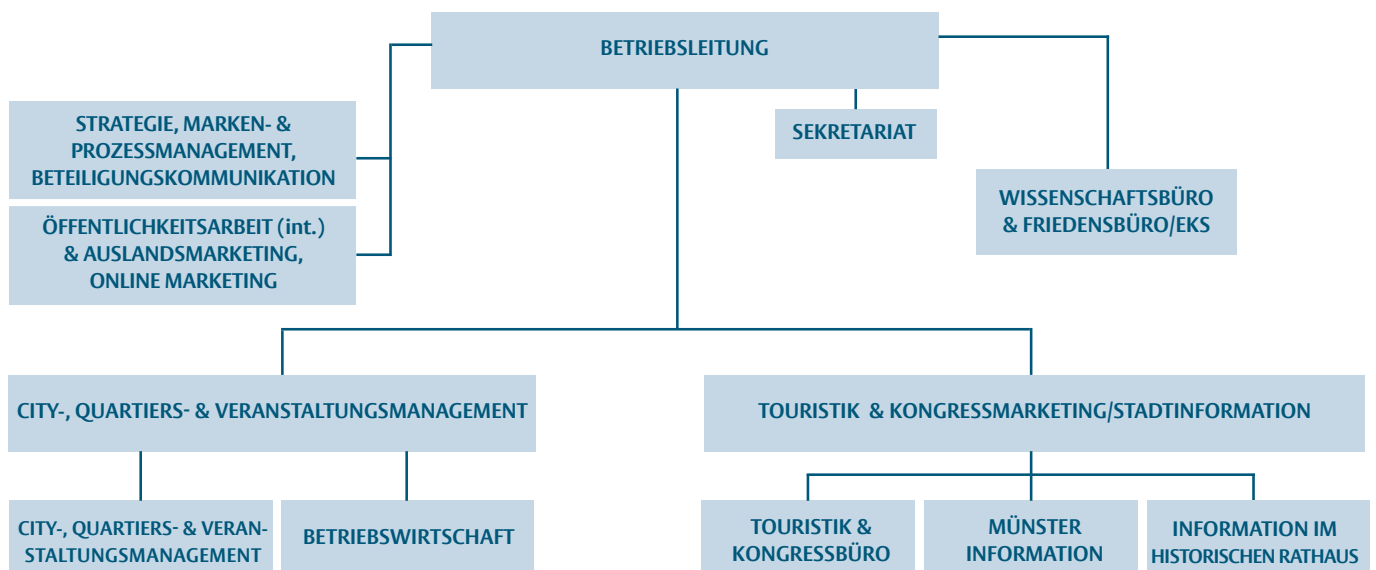


Ergebnis: Budgetstruktur Aufwand 2020

| | | |
|---------------------------------|-----------------------|-------|
| Personalkosten | 2.413.761,32 € | 69,5% |
| Leistungsverrechnungen / Mieten | 307.545,82 € | 8,9% |
| Beiträge / Zuschüsse | 36.087,00 € | 1,0% |
| Sonstige Betriebskosten | 59.201,16 € | 1,7% |
| Steuern | 11.610,53 € | 0,3% |
| freies Budget | 645.527,93 € | 18,6% |
| Gesamt | 3.473.733,76 € | |

Bei einem Budget von 3,47 Mio. Euro sind 2,83 Mio. Euro bereits durch Fixkosten gebunden (Personalkosten, Leistungsverrechnungen, Mieten, Beiträge/Zuschüsse, sonstige Betriebskosten, Steuern). Mit dem verbleibenden Budget in Höhe von nur rd. 646.000 Euro wurden sämtliche Marketingaktivitäten von Münster Marketing finanziert. Dieses Budget wird in 2020 zu 50% aus den erwirtschafteten Erträgen finanziert.

ORGANIGRAMM MÜNSTER MARKETING



AUSBLICK



Foto Dagmar Schwelle

Die Arbeit im Eigenbetrieb Münster Marketing wird sich im kommenden Jahr 2021 erkennbar verändern. In nahezu allen Bereichen stehen wir vor gewaltigen, sehr grundlegenden Veränderungs- und Transformationsprozessen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Weiterentwicklung der Innenstadt und auf der Begleitung des bereits jetzt erkennbar durch die Pandemie beschleunigten Transformationsprozesses. Bereits dazu vorliegende Ratsbeschlüsse zeigen den Weg an und markieren die wichtigsten Projekte:

- die Einrichtung eines zentralen Fonds zur Akutunterstützung wichtiger zukunftsweisender Zentrenutzungen (Innenstadt und Stadtteile)
- die Mitarbeit am INSEK - einem städtebaulichen Programm für die Innenstadt, das die Basis für die Städtebauförderung für die nächsten Jahre ist (gemeinsam mit dem Stadtplanungsamt)
- die Entwicklung eines Zentrenmanagements für die Innenstadt, das gemeinsam mit den privaten Akteuren ISI, ISG und der Wirtschaftsförderung Münster den Schwerpunkt auf die Vielfalt in Besatz und Nutzungsmix legt und eine noch engere Verzahnung der Eigentümer und anderer Innenstadtakteure mit der Stadt bewirken soll
- die Entwicklung von sog. Reallaboren, die für eine begrenzte Zeit Stadträume vom Individualverkehr befreien und den Menschen das sicht- und erlebbare Angebot machen, ihre Stadt neu zu nutzen und sich im Stadtraum mit ihren Ideen und Wünschen wiederzufinden (Hörsterstraße, Corrensstraße...)

Dass auf diesem Weg der Veränderung unserer Innenstadt die betroffenen Eigentümerinnen und Eigentümer, Handel und Gastronomie, aber auch Vertreterinnen und Vertreter aus Kultur, Bildung, Sport, Jugend und Soziales mitgenommen werden müssen - und nicht zuletzt die Bewohnerinnen und Bewohner und sogar ihre Gäste - liegt auf der Hand. Insofern wird ein weiterer Projektschwerpunkt der Arbeit von Münster Marketing in der kommunikativen Begleitung der gesamten Vorhaben liegen. Es gilt, dafür neue Formen der Partizipation, der Teilhabe und der Aktivierung zu entwickeln und auszuprobieren.

Auch im Tourismus stehen wir vor gravierenden Veränderungen: Die Pandemie hat das Reiseverhalten der Menschen schon jetzt verändert. Für Münster und das Münsterland wollen wir die neue Bedeutung von Urbanität und Ländlichkeit noch effektiver in unsere Tourismusstrategie einbinden. Wir arbeiten schon jetzt an neuen digitalen Orientierungs- und Informationsmöglichkeiten für unsere Gäste in Form einer App (Münster Guide), die auch Augmented Reality-Applikationen hat und arbeiten sowohl an der Verbesserung unserer digitalen Sichtbarkeit als auch an der Optimierung der touristischen Infrastruktur, z. B. durch das Knotenpunktsystem, das das Radeln für alle leichter machen wird.

Für den Kongressstandort gilt das gleichermaßen. Gemeinsam mit dem Messe und Congress Centrum Halle Münsterland und unseren Partnern aus der Kongressinitiative Münster erarbeiten wir Zukunftsszenarien für den Kongressstandort, die Auswirkungen auch auf die Weiterentwicklung des Messe und Congress Centrums, auf die Hafenanlage und auf den Messe- und Kongressstandort insgesamt haben werden.

Gemeinsam mit der IHK Nord Westfalen, der Handwerkskammer Münster und der Wirtschaftsförderung Münster erarbeiten wir eine Entwicklungsperspektive für den Wirtschaftsstandort, die vor allem vor dem Hintergrund der Digitalisierung und der Ansiedlung der Batterieforschung von großer Bedeutung für Münster sein wird.

Und: Wir eröffnen die neue Stadt-Information an der Heinrich-Brüning-Straße, im künftigen Hauptzugang zum Stadthaus 1, und bieten unseren Bewohnerinnen und Bewohnern und ihren Gästen eine Runduminformation über Münster und alle Dienstleistungen der Verwaltung an prominentester Stelle in der Stadt.

Ob wir auch größere Veranstaltungen durchführen und die so sehr vermisste physische Nähe zu denen realisieren können, die die Stadtmarke tragen und die Stadtidentität ausprägen, bleibt eine Hoffnung für das zweite Halbjahr 2021. Alle Arbeit, alle Planungen und alle Budgetierungen werden auch in 2021 mit der Unvorhersehbarkeit in der Pandemie zurecht kommen müssen und damit, dass sich Prioritäten schnell ändern und der Handlungsdruck sich punktuell stark erhöht.

ABSCHIED



Foto Petra Panske

Nach sechs Jahren an der Spitze des Betriebsausschusses Münster Marketing hat Bürgermeisterin Wendela-Beate Vilhjalmsson mit dem Ende der Ratsperiode ihr Ratsmandat und damit auch ihre Funktion im Betriebsausschuss zurückgegeben.

Frau Vilhjalmsson ist vom Betriebsausschuss und von der Verwaltung mit einem großen und besonderen Dankeschön in den Ruhestand verabschiedet worden.

ORGANISATION / ORGANE / GREMIEN

DEZERNAT FÜR PLANUNG, BAU UND WIRTSCHAFT

Stadtbaurat Robin Denstorff

MÜNSTER MARKETING

Aufgabenbereiche: Kommunikation, Kooperation und Strategieentwicklung

32,37 Stellen | 3,7 Mio. € Umsatz (3,3 Mio. € Stadt), davon ca. 646 T€ freies Budget

OB / Verwaltungsvorstand

Aufsicht und Steuerung

Betriebsausschuss Münster Marketing

Politische Steuerung und Aufsicht

Mitglieder (Stand 31.12.2020)

Jörg Berning (DIE LINKE.)

Rainer Bode

(Bündnis 90/ Die Grünen/GAL)

Dr. Petra Dieckmann

(Bündnis 90/ Die Grünen/GAL)

Heinrich Götting (FDP)

Hendrik Grau (CDU)

Philipp Hagemann (SPD), Vorsitzender

Susanne Schulze-Bockeloh (CDU)

Benedikt Spangenberg

(Bündnis 90/ Die Grünen/GAL)

Angela Stähler (CDU)

Jana Windoffer (SPD)

Beirat Münster Marketing

Begleitung der Prozesse und Projekte

Mitglieder (Stand 13.08.2020)

Jörg Adler

Dr. Hermann Arnhold

Prof. Dr. Klaus Backhaus

Thomas Banasiewicz

Klaus Ehling

Christian Göcking

Dr. Fritz Jaeckel

Markus Lewe

Matthias Lückertz

Prof. Dr. Ute von Lojewski

Volker Nicolai-Koß

Martin Muströph

Prof. Dr. Klaus Niederrenk, Vorsitzender

Prof. Dr. Ulrike Röttger

Uwe Rotermund

Markus Schabel

Ludger Schnieder

Sabine Terhaar

Tobias Viehoff

Wendela-Beate Vilhjalmsson

Wilhelm Weischer

Prof. Dr. Johannes Wessels

Gremien in der Allianz für Wissenschaft

Strategieausschuss Wissenschaft

Vorsitzender: Prof. Dr. Hans-Uwe Erichsen,

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Facharbeitskreis Nanobioanalytik

Leiter: Herr Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Facharbeitskreis Nachhaltige Stadtentwicklung

Leiterin: Prof. Dr. Petra Teitscheid, FH Münster

Facharbeitskreis Body & Brain

Leiterin: Prof. Dr. Ulrike Röttger, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Facharbeitskreis 1648 – Dialoge zum Frieden

Leiter: Prof. Dr. Alfons Kenkmann, Universität Leipzig

Facharbeitskreis Bildung

Leiter: Prof. Dr. Ewald Terhart, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

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., Initiative Starke Innenstadt e. V. (ISI), VDVO (Verband der Veranstaltungsorganisatoren e. V.)

Ausgewählte Kooperationen und Partnerschaften

Allianz für Wissenschaft

Allwetterzoo Münster

Arbeitsgruppe Frieden

Arbeitskreis kommunale Wissenschaftsbeauftragte

Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW

CeNTech

DEHOGA Westfalen

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Deutscher Tourismusverband

Einzelhandel

Festveranstalter

Flughafen Münster Osnabrück (FMO)

Freie Träger

Geheim over de Grens/Euregio

Gesellschaft für Bioanalytik Münster

Handelsverband

Handwerkskammer Münster (HWK)

Hochschulen

IHK Nord Westfalen

Immobilien- und Standortgemeinschaft Bahnhofsviertel e.V. (ISG)

Immobilienigentümer

Initiative "Münster für Mehrweg"

Initiative starke Innenstadt e. V. (ISI)

Interessengemeinschaft der Marktbesucher e.V. Kaufleute

Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag

Kongressinitiative^{MS}

Kultureinrichtungen

Max-Planck-Institut

Messe und Congress Centrum Halle Münsterland

Mitglieder WIN

Münsteraner Friedenskonvokation

Münsterland e. V.

Museen

Nano-Bioanalytik-Zentrum Münster

Netzwerk EKS

Quartiersgemeinschaften

Regionalausschuss Wirtschaft

Religionsgemeinschaften

Runder Tisch der Festveranstalter

Runder Tisch der Hoteliers

Runder Tisch der Innenstadtkaufleute

Schaustellerverband Münsterland

Städtische Ämter und Einrichtungen

Stadtteilinitiativen

Stadtwerke Münster

Steuerungsgruppe "Fairtrade Town Münster"

Studierendenwerk

Technologieförderung

Theater

Tourismus NRW e.V.

Universitätsklinikum Münster

Weihnachtsmarktbetreiber

Wirtschaftsförderung Münster

Zdl Zentrum m³ MINT Münster

Zivilgesellschaftliche Akteure

BILANZ ZUM 31.12.2020

Die vorstehende Bilanz zum 31.12.2020 und die Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1.1. - 31.12.2020 stellen einen Auszug aus dem Jahresabschluss zum 31.12.2020 von Münster Marketing dar. Der vollständige Jahresabschluss zum 31.12.2020 und der Lagebericht für das Geschäftsjahr 2020 von Münster Marketing wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Meier und Kossen GmbH mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

MÜNSTER MARKETING BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2020

AKTIVA

A. Anlagevermögen

| | |
|--------------------------------------|---------------------|
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | - |
| II. Sachanlagen | 9.401,07 € |
| III. Finanzanlagen | 429.249,02 € |
| | 438.650,09 € |

B. Umlaufvermögen

| | |
|---|-----------------------|
| I. Vorräte | 46.694,42 € |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | 51.112,44 € |
| III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten | 1.198.013,24 € |
| | 1.295.820,10 € |

| | |
|-------------------------------|----------|
| C. Rechnungsabgrenzungsposten | 287,15 € |
|-------------------------------|----------|

1.734.757,34 €

PASSIVA

A. Eigenkapital

| | |
|-----------------|---------------------|
| I. Stammkapital | 25.000,00 € |
| II. Rücklagen | 691.931,85 € |
| | 716.931,85 € |

| | |
|-------------------|--------------|
| B. Rückstellungen | 503.456,43 € |
|-------------------|--------------|

| | |
|----------------------|--------------|
| C. Verbindlichkeiten | 513.194,56 € |
|----------------------|--------------|

| | |
|-------------------------------|------------|
| D. Rechnungsabgrenzungsposten | 1.174,50 € |
|-------------------------------|------------|

1.734.757,34 €

MÜNSTER MARKETING GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2020

| | |
|----------------------------------|-----------------------|
| 1. Umsatzerlöse | 321.655,93 € |
| 2. Zuweisungen und Zuschüsse | 3.367.900,49 € |
| 3. Sonstige betriebliche Erträge | 19.628,30 € |
| | 3.709.184,72 € |

| | |
|--------------------|--------------|
| 4. Materialaufwand | 162.049,44 € |
|--------------------|--------------|

| | |
|--------------------|----------------|
| 5. Personalaufwand | 2.413.761,32 € |
|--------------------|----------------|

| | |
|-------------------|------------|
| 6. Abschreibungen | 5.114,53 € |
|-------------------|------------|

| | |
|---------------------------------------|--------------|
| 7. Sonstige betriebliche Aufwendungen | 881.197,94 € |
|---------------------------------------|--------------|

| | |
|---|----------|
| 8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 548,28 € |
|---|----------|

| | |
|-------------------------------------|---|
| 9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | - |
|-------------------------------------|---|

| | |
|--------------------------|---------------------|
| 10. Ergebnis vor Steuern | 247.609,77 € |
|--------------------------|---------------------|

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| 11. Steuern von Einkommen und Ertrag | 11.610,53 € |
|--------------------------------------|-------------|

| | |
|-----------------------------|---------------------|
| 12. Jahresüberschuss | 235.999,24 € |
|-----------------------------|---------------------|

| | |
|---------------------------------|----------------|
| 13. Einstellung in die Rücklage | - 235.999,24 € |
|---------------------------------|----------------|

| | |
|-------------------------|---------------|
| 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

Titel: Axel Carneim

Druck: LUC GmbH



www.tourismus.muenster.de

 [muenstermarketing](#)

 [exploremuenster](#)

 [exploremuenster](#)