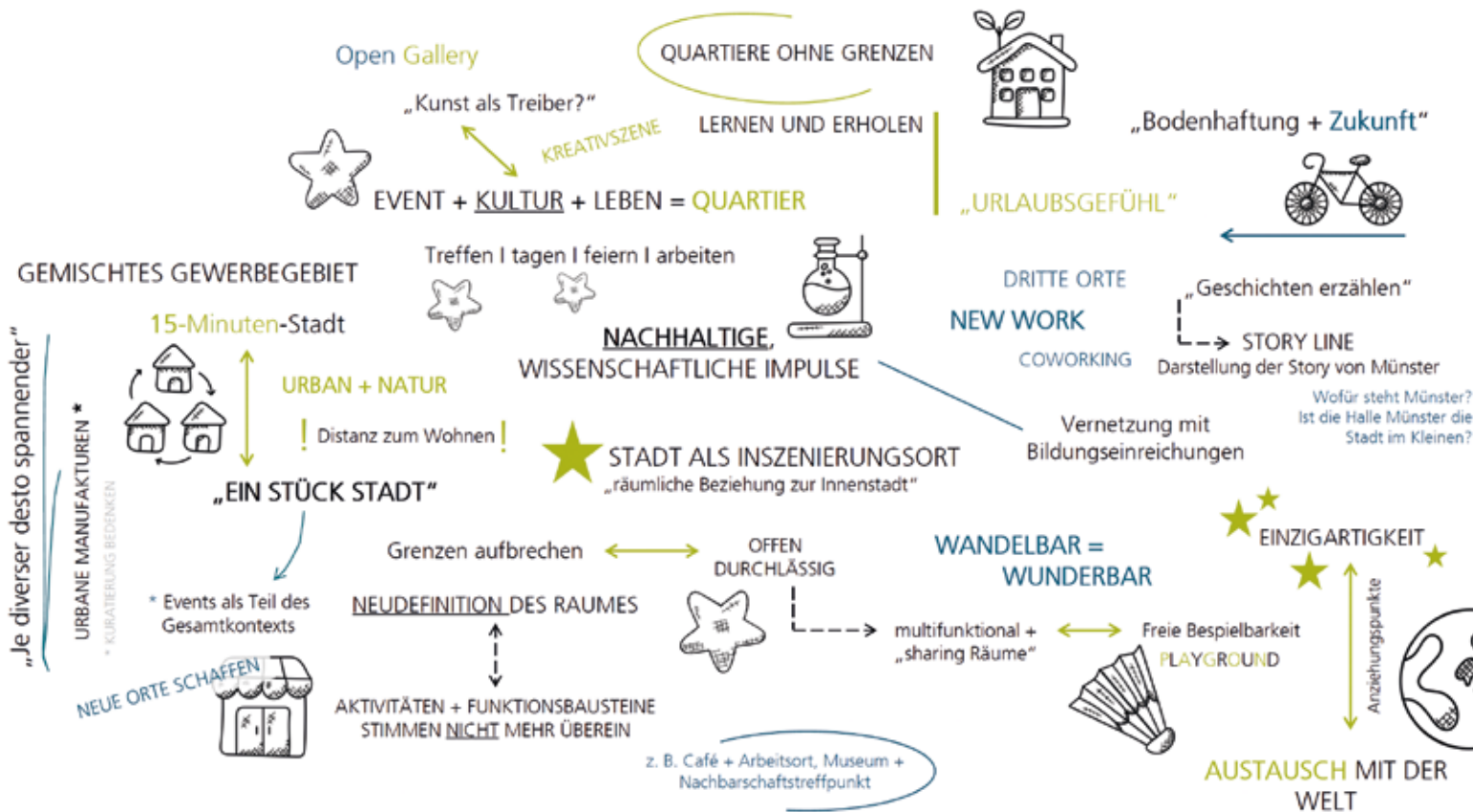
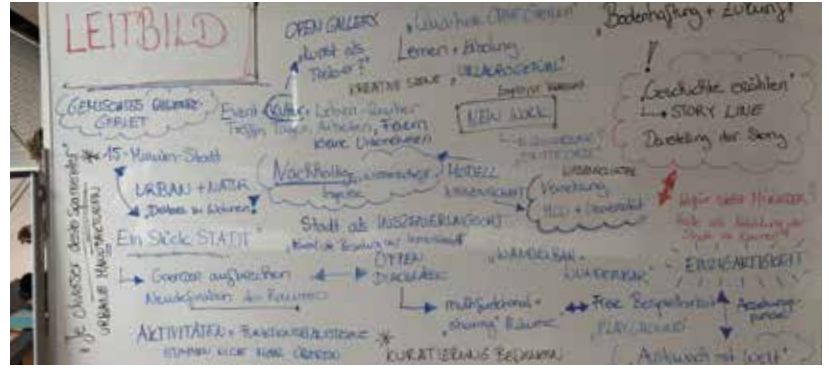


## Zielbild Münster als zukunftsfähiger Kongress- und Veranstaltungs-Standort



Münster – vom Kongress-Standort  
zum urbanen Event-Reallabor

MCC – vom Kongress-Zentrum  
zum Event Hub und Inkubator



## VORBEMERKUNGEN

Das Zielbild ist das Ergebnis zweier Transfer-Workshops im April und Mai 2022. Beide Workshops übertrugen die Forschungsergebnisse des Innovationsverbands „Future Meeting Space“ (Fraunhofer IAO, German Convention Bureau e.V.) auf den Standort Münster. Der Forschungsverbund hatte auf Basis von Megatrend-Analysen drei Szenarien für die Entwicklung von Kongress-Standorten entwickelt. Diese in der vorliegenden Dokumentation des Innovationsverbands erläuterten Szenarien waren in den Workshops das Sprungbrett für Debatten, wie sich Münster und das MCC positionieren sollte:

**TRIED AND TRUSTED – renaissance of the real**

**DIVERSE AND FLEXIBLE – the global community**

**GREEN AND AWARE – the net zero society**

Die beiden Workshops zeigten, dass die Megatrends in Gesellschaft und Branche dem Kongressstandort Münster deutlich in die Karten spielen. Eine Reihe von Potenzialen mit hohem Fit zur Marktentwicklung wurde aufgedeckt.

Um diese Potenziale auch heben zu können und in Wertschöpfung für das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland sowie in Entwicklungsimpulse für den Standort zu verwandeln, ist allerdings konsequentes strategisches Handeln zwingend. Workshop 2 formulierte Handlungsempfehlungen, um die Transformation einzuleiten. Zudem wurden dort die Positionierungsansätze zu einem Zielbild verdichtet.

Der Workshop am 1. April 2022



Der Workshop am 10. Mai 2022



Der urbane Erlebnisraum ist künftig nicht mehr Beiwerk für innovative Tagungsformate, sondern wesentlicher Bestandteil.  
Quelle: Stadt Münster – Amt für Kommunikation.

## ÖFFNUNG 1 – VOM CLOSED SHOP ZUM URBANEN EVENTRAUM

Egal welches der Future Meeting Space Szenarien greift – erfolgreiche Business Events erfordern künftig mehr als die funktionalen Basics: Der gut erreichbare, passende, digital befähigte Raum mit überzeugendem Service. Wir erleben die Emotionalisierung und Gamification von Kongressen und Tagungen. Es geht um Gesamterlebnisse. Und die beziehen das Umfeld, den Stadtraum explizit ein. Besonders deutlich wird es bei der neu entstandenen Gattung der „Retreats“: Remote oder vorwiegend hybrid arbeitende Unternehmen laden jährlich oder quartalsweise ihre komplette Belegschaft zum teambildenden Event ein, weil man sich im Berufsalltag eben nicht mehr täglich sieht. Das „Eventprogramm“ im (urbanen) Umfeld ist dabei kein Beiwerk, sondern Mittelpunkt der Veranstaltung. Der urbane Raum und sein Erleben werden zum Erfolgsfaktor für Business Events. Hier kann Münster Stärken ausspielen. Und wird genau das forcieren. Dabei geht es eben nicht um eine maximale „Eventisierung“ des kompletten Stadtraums, sondern um kluges und vernetztes Management aller Orte und Ressourcen. Auch Retreat, also Ruhe und Rückzug, sind wichtige Dimensionen eines Business Events als Erlebnis.

Alle Akteure denken und handeln nicht mehr in den Grenzen ihrer Organisation, sondern vernetzt und kollaborativ. Sie bilden „Pakete“, in denen nicht ausnahmsweise, sondern häufig mehrere Orte und Veranstalter vorkommen. Als Orte dienen dabei nicht nur die klassischen Eventlocations. Der Trend zu Pop-Up-Events im Stadtraum ist in einem der attraktivsten

Stadträume sicher gut zu Hause. Damit schaffen die Akteure gemeinsam Gesamterlebnisse, die für Business Event Teilnehmende schon auf der Reise nach Münster beginnen und erst aufhören, wenn der Teilnehmende schon wieder zuhause ist.

Dieses Mindset ist für Münster seit über 20 Jahren gelebte Praxis: Die Kongressinitiative, ein Netzwerk aus neun leistungsstarken Standortpartnern, von einem professionellen Kongressbüro bei Münster Marketing organisiert, lebt den Gedanken längst. Ihrer Arbeit ist es maßgeblich zu verdanken, dass Münster für die Zukunftsanforderungen eines vernetzten Angebots im Bereich des Geschäfts- und Tagungstourismus bestens gerüstet ist. Übrigens: auch der bislang wichtigste Kongress aller Zeiten bespielte bereits 1645 bis 1648 die komplette Stadt.

Das Bespielen des Stadtraums ist auch für das MCC als Schlüsselakteur nichts Neues. Schon heute managt das MCC Weihnachts- oder Flohmärkte. Künftig wird das Spielfeld noch weniger am Tor Nord aufhören. Aus Perspektive des MCC lassen sich drei Kreise ziehen, die diesen Handlungsraum definieren:

1. Das Quartier
2. Die Stadt
3. Das Umland



60.000 Studierende prägen die Stadt – einer der prägenden Faktoren für den Business Event Standort Münster. Quelle: Stadt Münster – Amt für Kommunikation.

Das große Potenzial der Stadt als Eventraum und Spielort für Business Events und ihr Selbstverständnis wird unter anderem in folgenden Schlagworten deutlich:

#### **Die Stadt der kurzen Wege**

Das entscheidende Komfortmerkmal: Kongressteilnehmer wollen ihre Zeit weder in Expo-Ghettos noch in Shuttlebussen verbringen. Mit dem Leih-Bike oder der Rikscha erreicht man vom MCC aus den Prinzipalmarkt in 10, den Hafen in 4 Minuten.

Weil es nicht nur um Entfernungen geht, sondern auch um die erlebte Qualität der Wege muss Münster Verbindungen aufwerten und attraktiver gestalten. Vor allem den Weg vom MCC zur Innenstadt.

#### **Die ökologisch-mobile Stadt**

Zum Veranstaltungsraum der kurzen Wege gehört auch die umweltverträgliche Erreichbarkeit für Besuchende – lokal, regional, überregional. Zugleich ist – nicht nur in der Transformationsphase – darauf zu achten, dass das MCC für eine Fülle konventioneller Veranstaltungsformate vom Konzert bis zur Verbrauchermesse ausreichend Parkraum vorhält. Nicht nur, weil das MCC durchgehend wirtschaftlich tragfähig agieren muss, sondern auch, weil das Oberzentrum als wichtigster Event-Standort des Münsterlands Boden gewinnen will und nicht verlieren darf.

#### **Die grüne Stadt**

Münster ist eine grüne Stadt mit grünem Umfeld. Grüne Plätze mit Aufenthaltsqualität sind auch für Besucher ein Schlüssel des Stadterlebnisses. Begrünte Dächer und Fassaden sind längst ökologische Notwendigkeit, bestimmen aber zunehmend auch die erlebte Aufenthaltsqualität. Menschen fühlen sich in aufgeheizten Steinwüsten nicht mehr wohl. Wenn sich Menschen in Steinwüsten nicht mehr wohlfühlen, muss auch das MCC-Gelände grüner werden.

#### **Die Campus Stadt**

Neun Hochschulen und 60.000 Studierende prägen die Stadt. Hochschulen sind entscheidende Akteure des Kongressgeschehens. Sie liefern Eventthemen und schaffen eine diskursive Atmosphäre, in der Bildung und Begegnung – also auch Business Events – zuhause sind.

#### **Die diverse und internationale Stadt**

Eine Stadt der Toleranz mit Menschen aus 150 Nationen ist das Umfeld, in dem sich alle Besucher wohl fühlen. Eine Stadt der Begegnung muss besonderes Talent haben, neue Begegnungsformate zu kreieren.

#### **Die junge Stadt mit Geschichte**

Städte mit junger Bevölkerung und historischem Stadtbild sind das Erkennungsmerkmal aller „Hotspots“ unter den Metropolen. Das Alte ist kein Gegensatz zur neuen digital-virtuell geprägten Wirklichkeit, sondern das, was Städten menschliches Maß und Authentizität verleiht. Die westfälischen Klassiker sind keine touristischen Auslaufmodelle, sondern der Boden, der die Stadt auch im Erleben der fortschrittlichsten Besuchergruppen beliebt und authentisch macht.

#### **Die unternehmende Stadt**

Unternehmen und Organisationen sind nicht nur Auftraggeber von Business Events, sondern auch Akteure. Sie – und ihre Ressourcen, also auch Tagungsräume oder Coworking Lounges – sind in die Netzwerkbildung einzubinden.

Raus aus der Messehalle! Durch Pop-Up-Flächen wird der Stadtraum temporär zum Veranstaltungsort.

Quelle: Verbund „Future Meeting Space“ - © Fraunhofer IAO, IAT Universität Stuttgart.



## ÖFFNUNG 2 – VOM PLATZHIRSCH ZUM EVENTHUB

Wenn Events verstärkt raum- und institutionenübergreifend gedacht, Ressourcen zusammen geschaltet werden, wenn Veranstalter und Anbieter zunehmend gemeinsam die gesamte Stadt bespielen, braucht es Makler und Koordinatoren des Angebots. Das MCC als Herzstück der Veranstaltungslandschaft bietet sich für diese Rolle an. Das MCC wird von der Location zum Makler, zum Eventhub.

Standorte von Business Events sind künftig keine funktionalen Inseln im Stadtraum mehr, sondern werden zum vitalen – und grünen – Mittelpunkt des Quartiers.

Quelle: Verbund „Future Meeting Space“ - © Fraunhofer IAO, IAT Universität Stuttgart





Bisher eine funktionale Insel aber nicht der integrale Mittelpunkt eines Quartiers: Das MCC Halle Münsterland. Quelle: MCC Halle Münsterland.

## ÖFFNUNG 3 – VON DER FUNKTIONALEN INSEL ZUM EMOTIONALEN MITTELPUNKT

Das MCC liegt im aktuell wohl spannendsten und dynamischsten urbanen Quartier der Stadt. Bisher allerdings ist es eine auf ihren Zweck hin optimierte funktionale Insel, die nicht als „der“ alltägliche Mittelpunkt des Quartiers wahrgenommen wird. So wie das MCC künftig noch stärker in die Stadt und den Stadtraum wirkt, öffnet es sich stärker für die Stadt(gesellschaft). Es entwickelt sich vom funktionalen Closed Shop zum urbanen Kristallisationspunkt des Quartiers. Freiflächen mit urbaner Aufenthaltsqualität sollen 365 Tage im Jahr belebt sein, nicht nur bei Großkonzerten.

Weil klassisch-analoge Business Meetings laut „*Future Meeting Space*“-Forschungen weniger häufig stattfinden, nutzen Messe- und Kongresszentren Hallen und Räume um. Das MCC hat schon in den letzten Jahren als Impfzentrum oder Prüfungsraum aus der Not eine Tugend gemacht. Diese Erfahrung lässt sich ausbauen: Die Stadtgesellschaft soll den Raum und die Institution alltäglich nutzen und erleben. Das fängt mit dem unbelebten Vorplatz an. Erst wenn das Gelände und seine Gebäude im Alltag genutzt und akzeptiert werden, wenn die Beziehungen zum Umfeld gestärkt sind, wird aus der funktionalen Insel ein emotionaler Mittelpunkt.



Einige Themen für neue MICE\*-Produkte sind in der Stadt der Toleranz, der Fahrradstadt, dem Standort für Batterieforschung vielleicht besonders naheliegend. Doch die allgemeinen Standortqualitäten machen Münster für jedes Business Event-Thema interessant. Auch für neue Themen, die wir heute noch gar nicht kennen. Quelle: Stadt Münster – Amt für Kommunikation.

## ÖFFNUNG 4 – AGILER INKUBATOR FÜR NEUE MICE\*-PRODUKTE

Eine umfassende Vernetzung aller Akteure wird nicht nur formal, sondern auch inhaltlich Ideen für neue MICE-Produkte kreieren. Das MCC muss dabei agiler Inkubator sein. Münsters inhaltliche Kompetenzschwerpunkte (etwa Batterieforschung, Fahrradmobilität) liefern inhaltliche Ansatzpunkte für neue Business Events. Die Traditionen der Stadt (etwa Toleranz) können zu neuen Formaten inspirieren. Darüber hinaus ist aber der Standort für jeden Veranstalter und fast jedes Thema eines Business Events attraktiv, weil er ein inspirierendes Umfeld für jede Form von Begegnung von Retreat mit rekreationalen Schwerpunkt bis zum pulsierenden Großereignis bietet. Weil sichere Prognosen zu zukunftssträchtigen Trendthemen kaum möglich sind, erfordert agil-innovatives Vorgehen des Netzwerks Risiko- und Investitionsbereitschaft der treibenden Akteure. Selbst Scheitern muss erlaubt sein.

\* MICE steht für *Meetings Incentives Conventions Exhibitions*, und umfasst den Teil des geschäftlichen Tourismus, der Tagungen, Incentives, Kongresse und Ausstellungen anbietet.

## Nächste Schritte – Handlungsempfehlungen aus Workshop 2

1. **POP-UP ORTE IDENTIFIZIEREN, EVENT MAP KARTOGRAFIEREN, EVENTMODELLE PILOTIEREN**
2. **WEGE-LANDKARTE MIT VERBINDUNGEN, QUALITÄTEN UND SCHWÄCHEN (AUCH ANGSTRÄUMEN) KARTOGRAFIEREN**
3. **NEUE VIRTUELLE UND HYBRIDE MICE-PRODUKTE UND MICE-LÖSUNGEN SICHTEN UND VERPROBEN (IN KOOPERATION MIT BRANCHENEXPERTEN)**
4. **QUARTIERSKONZEPT MIT MCC ALS MEHRWERTGEBER UND DURCHLÄSSIGEM MITTELPUNKT DENKEN**
5. **MARKTSTUDIE NUTZERANFORDERUNGEN AN KONGRESSE 2035 AUF DEN WEG BRINGEN.**
6. **ERWEITERTE VERNETZUNG ALLER AKTEURE INITIIEREN**

### Teilnehmende des Workshops am 1. April 2022

	Robin	Denstorff	Stadtbaurat Münster/Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Peter	Bensmann	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Meik	Bruns	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Heinrich	Götting	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
Dr.	Philipp	Hagemann	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Jürgen	Hartmann	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Christoph	Kattentidt	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Ludger	Overhues	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Josef	Rickfelder	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Susanne	Schulze Bockeloh	Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Ahmad	Alhamwi	Betriebsausschuss Münster Marketing
	Rainer	Bode	Betriebsausschuss Münster Marketing
Dr.	Petra	Dieckmann	Betriebsausschuss Münster Marketing
	Sybille	Schulemann-Adlhoch	Betriebsausschuss Münster Marketing
	Angela	Stähler	Betriebsausschuss Münster Marketing
	Jana	Windoffer	Betriebsausschuss Münster Marketing
	Fabian	Bannier	Kongressinitiative Münster
	Renate	Dölling	Kongressinitiative Münster
	Enno	Fuchs	Kongressinitiative Münster
	Norbert	Robers	Kongressinitiative Münster
	Kathrin	Freund	Münster Marketing
	Petra	Panske	Münster Marketing
	Bernadette	Spinnen	Münster Marketing
	Marcus	Altrogge	Messe und Congress Center Halle Münsterland
	Miriam	Figge	Messe und Congress Center Halle Münsterland
Dr.	Ursula	Paschke	Messe und Congress Center Halle Münsterland
	Birgit	Pacher	German Convention Bureau
	Matthias	Schultze	German Convention Bureau
	Katharina	Dienes	Fraunhofer Institut IAO
	Tilman	Naujoks	Fraunhofer Institut IAO

### Teilnehmende des Workshops am 10. Mai 2022

	Rainer Maria	Kresing	Kresings Architektur
Dr.	Jörg	Heithoff	Heithoff & Companie
	Heike	Döll-König	NRW Tourismus
	Veit	Lawrenz	NRW Tourismus
	Matthias	Schultze	German Convention Bureau
	Birgit	Pacher	German Convention Bureau
	Katharina	Dienes	Fraunhofer Institut IAO
	Tilman	Naujoks	Fraunhofer Institut IAO
	Tobias	Viehoff	Kaufmannschaft
	Simone	Harms	Novotel / Ibis Budget Investhotel
	Renate	Dölling	Dehoga Westfalen
	Robin	Denstorff	Stadtbaurat Münster/Aufsichtsrat Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
	Bernadette	Spinnen	Münster Marketing
	Petra	Panske	Münster Marketing
Dr.	Ursula	Paschke	MCC Halle Münsterland