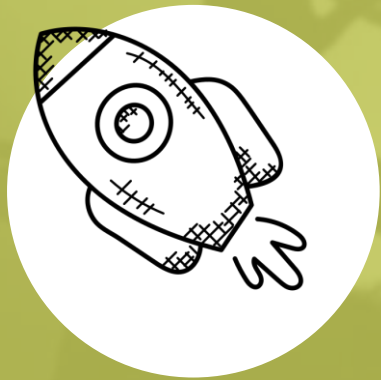


Innovationsverbund »Future Meeting Space«  
TRANSFERWORKSHOP MÜNSTER

# MIT TRADITION UND ZUKUNFT

ENTWICKLUNG EINER ZUKUNFTSFÄHIGEN  
VERANSTALTUNGSLANDSCHAFT



# TRANSFERWORKSHOP MÜNSTER

## INPUT & OUTCOME

1

**PRÄSENTATION: FUTURE MEETING SPACE**  
»ZUKUNFTSSZENARIEN, ABLEITUNGEN UND ZUKUNFTSPOTENTIALE«

2

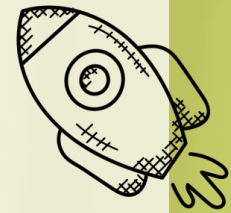
**REVIEW: WORKSHOP I AM 01.04.2022**  
»MÜNSTER'S USP'S UND FRAGESTELLUNGEN SOWIE IDENTIFIZIERTE HANDLUNGSFELDER«

3

**ENTWICKLUNG DES LEITBILDS**  
»STRATEGISCHES LEITBILD EINER VERANSTALTUNGSLANDSCHAFT FÜR DIE STADT MÜNSTER «

4

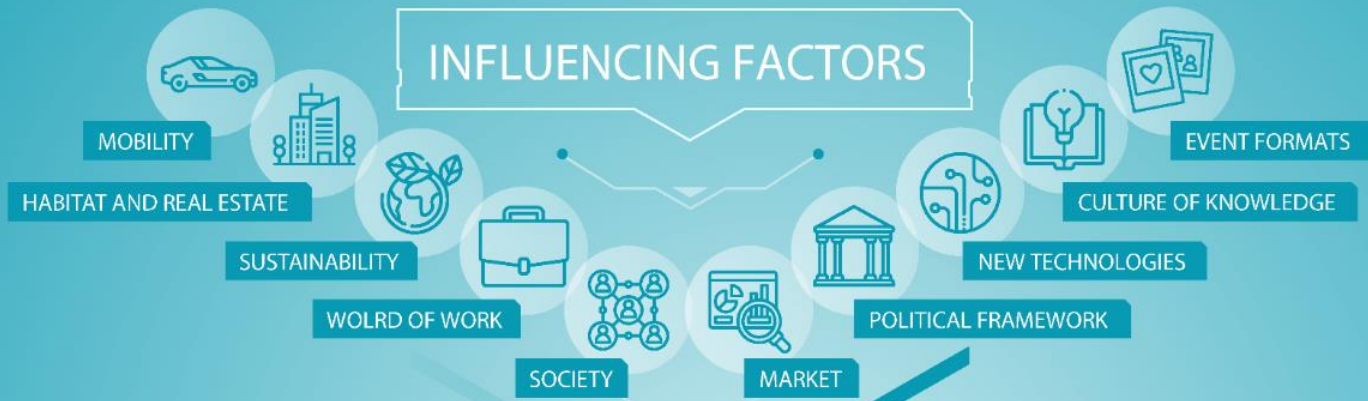
**HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN**  
»KONREKTE TO-DO'S FÜR DIE STADT MÜNSTER«



# ZUKUNFTSSZENARIEN, ABLEITUNGEN UND POTENTIALIALE

ERGEBNISSE DES FORSCHUNGSVERBUNDS FUTURE MEETING SPACE

# INFLUENCING FACTORS



# KEY FACTORS



# RAW SCENARIOS

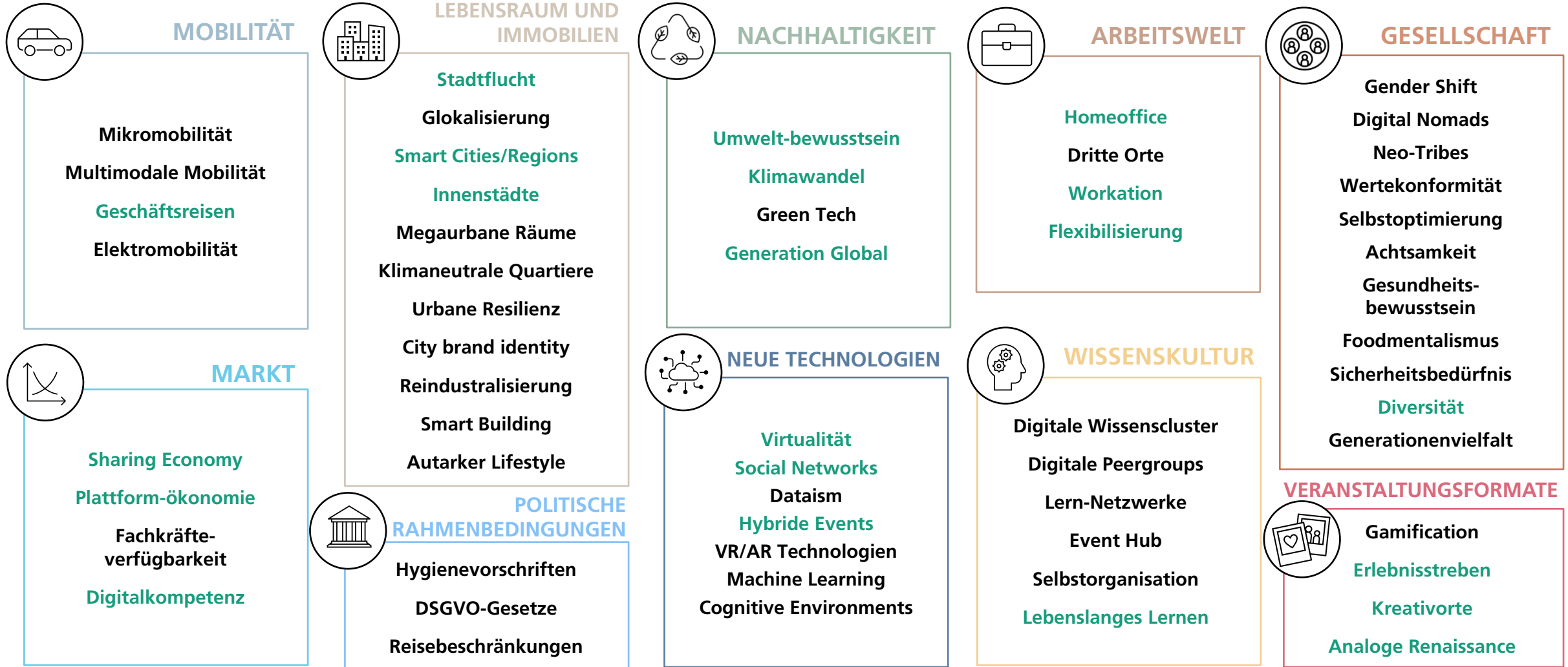


# TREND SCENARIOS



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

## Einflussfaktoren und identifizierte Schlüsselfaktoren



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Drei Zukunftsszenarien für das veränderte Ökosystem von Businesssevents

I. Tried and trusted –  
renaissance of the real

II. Diverse and flexible –  
the global community

III. Green and aware –  
the net zero society



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

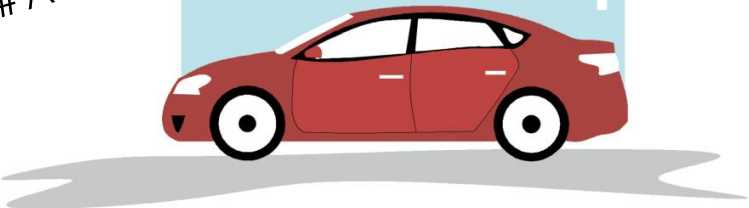
## Szenario I – Tried and trusted – renaissance of the real

### VALUE COMMUNITIES



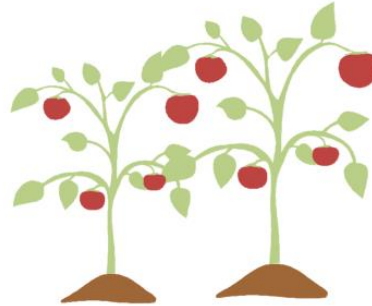
»SPECKGÜRTEL« VON GROßSTÄDTEN  
VERSCHMELZEN MIT LÄNDLICHEM RAUM

#ALLESMEINS



DAS AUTO BLEIBT STATUSSYMBOL. SHARING WIRD  
NICHT AUSGEBAUT, DENN DER BESITZ BEHÄLT SEINEN  
STELLENWERT.

### #REGIONALFIRST



AUSBAU DER REGIONALEN  
STÄRKEN; ABKEHR VON DER  
INTERNATIONALEN GEMEINSCHAFT

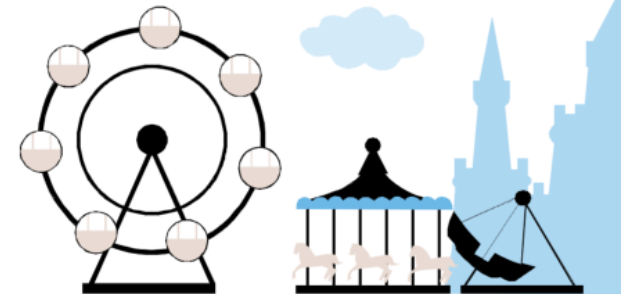
Der Veranstaltungsort gewinnt an  
Bedeutung aufgrund der  
Rückkehr zur Präsenz; wichtig  
sind Begegnungen und  
emotionale Erfahrungen



Unternehmen fordern eine  
Rückkehr zur Präsenz auf  
vorpandemisches Niveau.  
Homeoffice wird reduziert, das  
Arbeiten von Dritten Orten bleibt  
eine Ausnahme

#BACKTOTHEOFFICE

### EVENTLOCATIONS



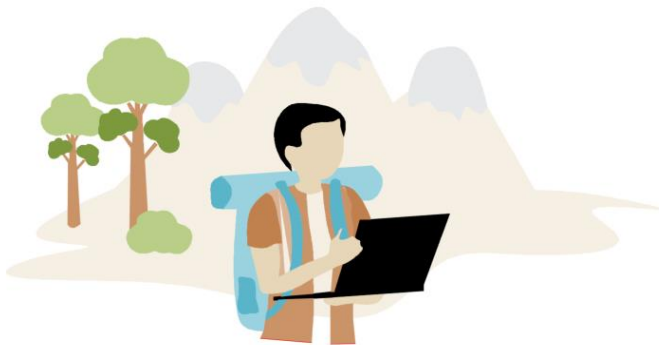
# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

## Szenario II – Diverse and flexible – the global community



ALLES NEU UND ANDERS!  
EXPERIMENTIERFELDER WERDEN GESUCHT

Remote arbeiten nimmt stark zu. Berufstätige fordern einen hohen Grad an Flexibilität und Freiheit – sowohl organisatorisch als auch inhaltlich



#SINNDESLEBENS

#WE ARE ONE



MAN SIEHT SICH ALS  
WELTBÜRGER EINER  
INTERNATIONALEN  
GEMEINSCHAFT

Globale Communities formieren sich zunehmend – auch mithilfe sozialer Netzwerke, die trotz einer analogen Renaissance weiterhin Bestand haben



#lovewithoutborders

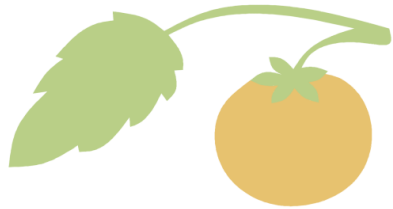
STADT DES WISSENSHANDELS



Die Innenstadt wird Inszenierungsraum mit Möglichkeiten der Teilhabe an Gestaltungsprozessen und Kommunikationsorten

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

## Szenario III – Green and aware – the net zero society



NEUES ÖKOLOGIE-UND  
GESUNDHEITSBEWUSSTSEIN

### DIE NEUE LANDLUST



Selbstversorgung wird zum  
neuen Supertrend (...)

(...) urban farming und urban  
gardening zur Förderung  
einer regionalen  
Kreislaufwirtschaft

#FARMERSMARKET

#BIKELOVERS



Der Autoverkehr wird vielerorts  
verboten, stattdessen wird das  
Fahrradnetzwerk, sowie  
Fußgängerwege weiter ausgebaut

### URBANE DIVERSITÄT

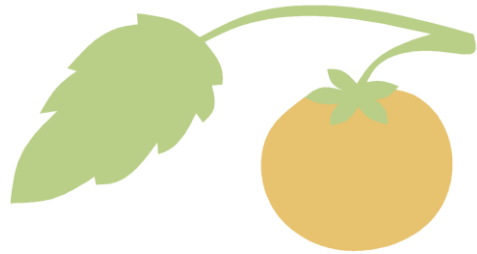


Eine gesunde, grüne Stadt mit einer neuen  
Symbiose aus natürlichen und künstlichen,  
menschengemachten Elementen



Tracking Systeme zum Messen  
der eigenen Gesundheitsdaten  
werden immer beliebter

#stayhealthy



WELCHE SZENARIOÜBERGREIFENDEN  
**ZUKUNFTSPOTENZIALE** LASSEN  
SICH AUF DIE VERANSTALTUNG DER  
ZUKUNFT ÜBERTRAGEN?



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Zukunftspotenziale - Gesamtübersicht

NEUE ORTE  
EROBERN

UMGESTALTUNG  
BESTEHENDER  
STRUKTUREN

POP-UP-EVENTS IM  
STÄDTISCHEN RAUM

DIE MÖGLICHKEIT DES  
VIRTUELLEN RAUMS



AUTHENTISCHE  
REGIONALITÄTS-  
KONZEPTE

ENTWICKLUNG EINER  
NEUEN ESSKULTUR

REGIONALES  
GESCHICHTEN-  
ERZÄHLEN



PLURALISIERUNG  
DER NUTZER-  
ANFORDERUNGEN

AUSWEITUNG DES PRINZIPS  
"DER KUNDE IST KÖNIG"

PARTIZIPATIONSRÄUME UND  
DIY MÖGLICHKEITEN

PERSÖNLICHE BERATUNG  
DURCH INTELLIGENTE  
SYSTEME



ENTWICKLUNG  
EINER NEUEN  
DENKWEISE

SLOW EVENTS:  
NEUENTWICKLUNG DER  
LANGSAMKEIT

TRACKING-SYSTEME:  
DER ANGEPASSTE  
(T)RAUM



MODERNE  
MOBILITÄT

INTELLIGENTE GESTALTUNG  
VON MOBILITÄTSKETTEN

DRITTE ORTE UND DIE  
NUTZUNG DER REISEZEIT

STEIGERUNG DES  
NETZWERKWERTS DURCH  
GEMEINSAME MOBILITÄT



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Zukunftspotenziale - NEUE ORTE EROBERN

1

## TRANSFORMATION BESTEHENDER STRUKTUREN

Trend zu einem **Rückgang der Anzahl analoger Teilnehmer** pro Veranstaltung aufgrund alternativer virtueller Teilnahmemöglichkeiten



Veranstaltungshallen berücksichtigen die **Umgestaltung bestehender Gebäudestrukturen** aufgrund zunehmender Leerstände (intelligentes Recycling durch Umnutzungsstrategien)



Konzept mit zentralen Fragestellungen:

1. Welchen **Mehrwert** kann die Halle **für die Umgebung** haben?
2. Welche **Zielgruppe** sollte zu den zukünftigen Nutzenden gehören?
3. In welcher Umgebung befindet sich die Halle?
4. Welches **grundlegende gesellschaftliche Ziel** verfolgt das Konzept?



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Zukunftspotenziale - NEUE ORTE EROBERN

## 2

### POP-UP EVENTS IM URBANEN RAUM

**Rückläufige Besucherzahlen in den Innenstädten** (E-Commerce) + rückläufige physische Veranstaltungen (alternative Angebote virtuell)



**Nutzung unkonventioneller Orte** + Zwischennutzungsmodelle, temporäre Integration von Veranstaltungen, z.B. in leerstehenden Kaufhäusern oder kleineren Ladenlokalen



Darüber hinaus können mit einem geeigneten Veranstaltungsformat "Teilnehmer zum Mitnehmen" gewonnen werden, die nicht mehr für Impulskäufe in die Städte strömen, sondern um Inspiration, Wissen und emotionale Erfahrungen zu konsumieren.



**Mikro-Events beleben** andere bestehende Gebäude; Pop-up-Events als Gestaltungselement des öffentlichen Raums



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

## Zukunftspotenziale - AUTHENTISCHE REGIONALITÄTSKONZEPTE

### 3

#### REGIONALES STORYTELLING

**Erlebnisse können Geschichten schreiben**, und diese Geschichten setzen sich in unserem Gedächtnis fest.



Um das Erlebnis einzigartiger Momente für die Teilnehmer zu steigern, kann die Integration **regionaler Aspekte unterstützen**.



Eine enge Beziehung zu städtischen Manufakturen kann zum Beispiel den **Entdeckungsdrang der Teilnehmer** fördern und zu ungeplanten Erfahrungen führen.



Mehrwert von analogen Veranstaltungen: **Sichtung von Mikrotrends und Übertragung auf einen größeren Kontext** oder auf die eigenen Bedürfnisse.



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Zukunftspotenziale - PLURALISIERUNG DER NUTZERANFORDERUNGEN

## 4

### PARTIZIPATIONSRAUM UND DIY-MÖGLICHKEITEN

**Partizipation schafft emotionale Verbundenheit**, sowohl zur Veranstaltung als auch zum Gastgebernden



Bei den Aufgaben eines Veranstaltenden handelt es sich mehr denn je um ein **Community-Management** oder um Medienschaaffende mit der Fähigkeit, die richtigen Fragen an seine Community zu stellen und aus den gewonnenen Erkenntnissen eine Story zu kreieren.



Als Ausgleich zu frontalen Präsentationen könnten **Live-Workshops in Kleingruppen** das Programm ergänzen, ebenso die Möglichkeit der Verfolgung von Experimenten von Start-ups kooperierender **Fab-Labs und Makerspaces**.



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

## Zukunftspotenziale - ENTWICKLUNG EINER NEUEN DENKWEISE

# 5

### TRACKING SYSTEME: DER ANGEPASSTE (T)RAUM

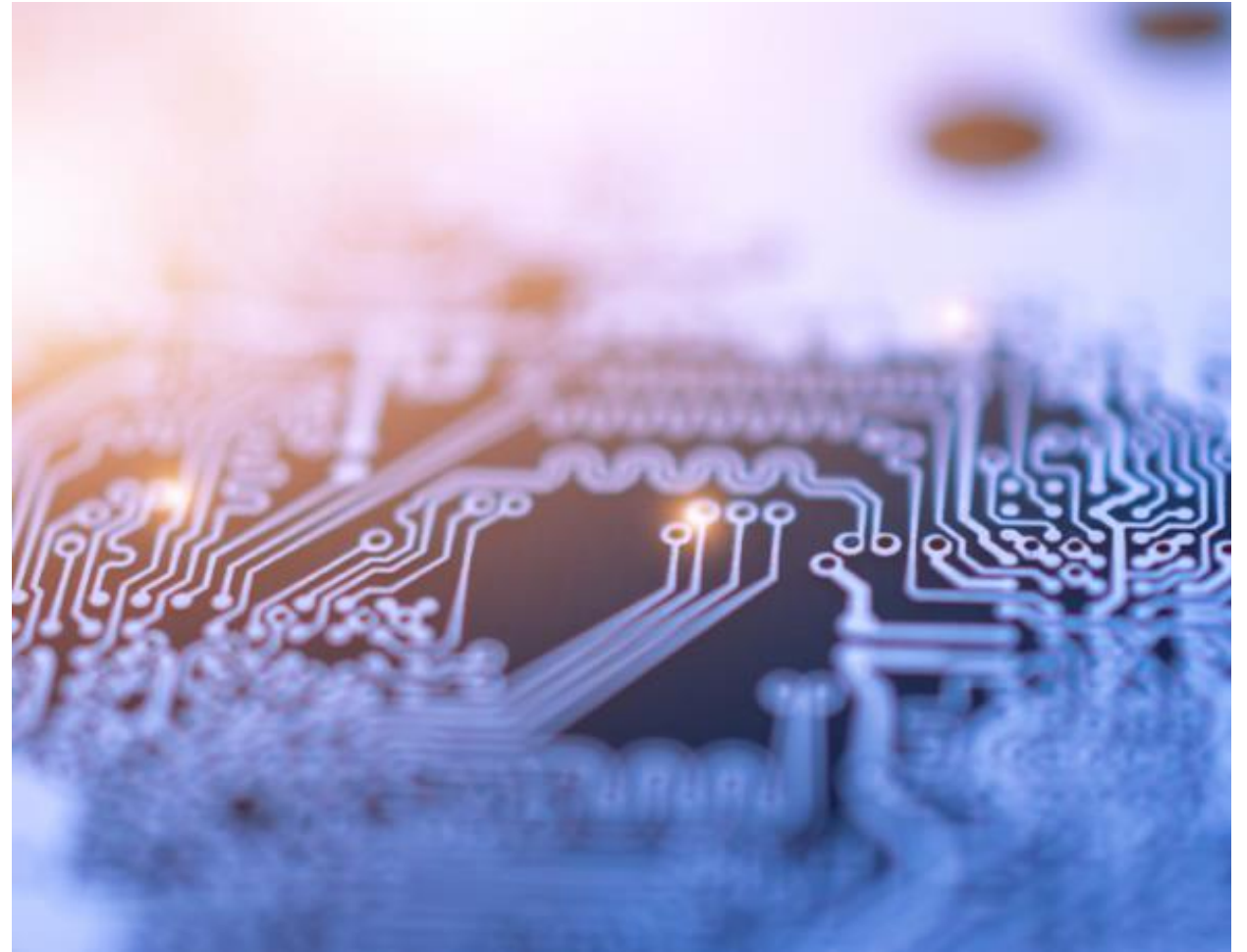
Bei einem Vertrauensgewinn seitens der Teilnehmenden sind **Tracking-Systeme die Lösung zur Entwicklung und Umsetzung kognitiver Umgebungen sein.**



Mithilfe von **intelligenten Systemen** die Raumtemperatur sowie die Beleuchtungssituation je nach allgemeinem Aufmerksamkeitsgrad der Teilnehmenden gesteuert werden.



Der Einsatz von smarten Technologien hilft, z. B. **Hygienestandards in den Räumlichkeiten umzusetzen** und während der gesamten Veranstaltungsdauer aufrecht zu erhalten oder **das Risiko für Übergriffe** z. B. terroristische Anschläge oder auch Cyber-Kriminalität zu **minimieren**.



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

## Zukunftspotenziale – MODERNE MOBILITÄT

### 6

#### SMARTE GESTALTUNG VON MOBILITÄTSKETTEN

Um zukünftig weiterhin genügend analoge Teilnehmende zu gewinnen, muss bereits der **Anfahrtsweg** zu einem Event möglichst **barrierefrei** sein und **unkompliziert** durchgeführt werden können.



Eine **flächendeckende Integration von smarten Tools** erforderlich, die ein einfaches Wechseln zwischen Transportmitteln ermöglichen z. B. vom Flugzeug zum Shuttlebus und weiter zum Sharing Bike.



Wesentlich ist die die Gestaltung einer **individuellen Mobilitätskette**, die bereits vor der Reise der Teilnehmenden **klar definiert und gebucht** ist und z.B. die Empfehlung von klimaneutralen Verkehrsmitteln enthält.



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Zukunftspotenziale – MODERNE MOBILITÄT

## 7

### DRITTE ORTE UND DIE NUTZUNG DER REISEZEIT

Zeit ist das wichtigste Gut der modernen Gesellschaft. Keine Zeit zu verschwenden, sondern möglichst **jede Minute mit einer Aktivität zu füllen** ist das gegenwärtige Ziel.



**Arbeiten** in Cafés, in Bibliotheken, an Bahnhöfen oder in Verkehrsmitteln... dieser Ort wird als sogenannter »**Dritter Ort**« bezeichnet.



Bei Veranstaltungen steigt die Erwartung der Teilnehmenden an die **Bereitstellung von passenden Arbeitsplätzen** z. B. in Form von Lounges oder Workbenches.



# REVIEW: WORKSHOP AM 01.04.2022

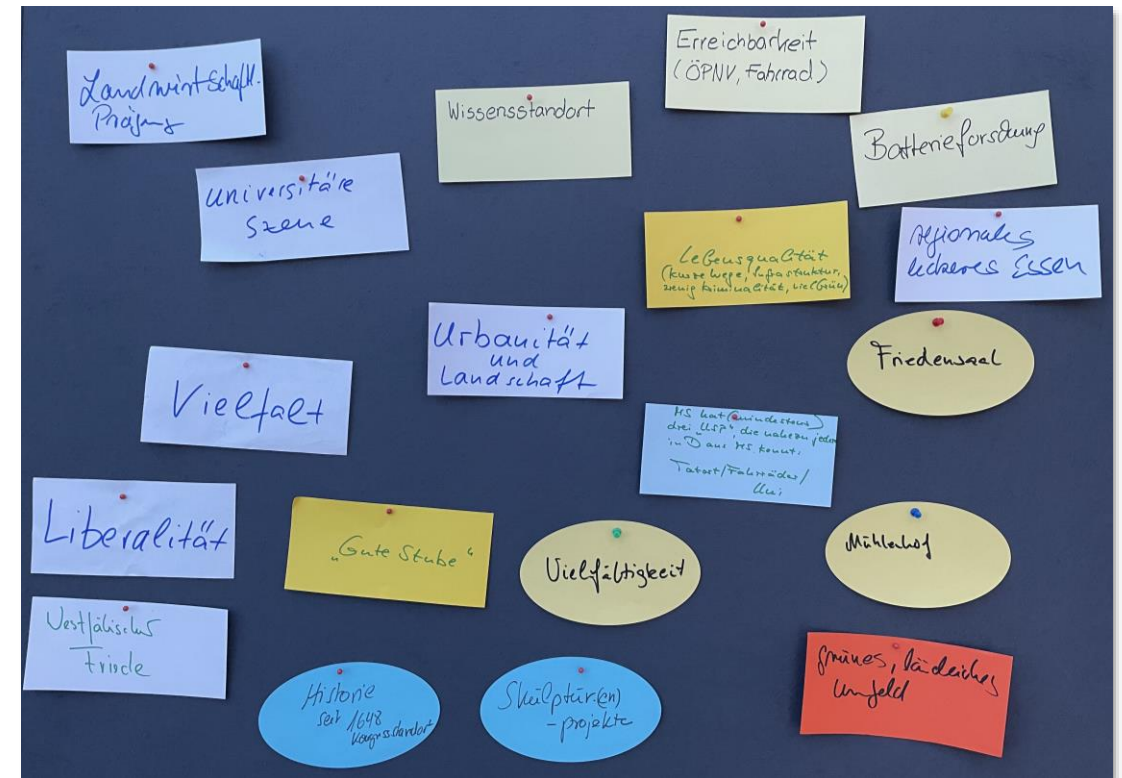
»MÜNSTER'S USP'S UND FRAGESTELLUNGEN SOWIE IDENTIFIZIERTE  
HANDLUNGSFELDER«

**Hinweis:**

Im Folgenden wird das Messe-  
und Congress Centrum Halle  
Münsterland mit MCC abgekürzt

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Authentische Werte/Standortfaktoren/ Münster's USP's



# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Authentische Werte/Standortfaktoren/Münster's USP's - Ergebniszusammenfassung

## KONGRESSLANDSCHAFT



Authentische Orte in Münster zur Gestaltung einer Event-Map

## VERKEHR & WIRTSCHAFT



Vielfältige Wirtschaftszweige & Entwicklung des ÖPNV-Netzwerks

## VIELFALT & INTERNATIONALITÄT



Hohe Diversität in der Gesellschaft & großer Anteil junger Generation

## STADTBILD



Die grüne Stadt der Welt mit einer langen Historie

## NATÜRLICHES UMFELD



Ein grünes und urbanes Umfeld mit unterschiedlichen Qualitäten

## WISSENSCHAFT



Die Stadt als ganzheitlicher Campus

## KULTUR



Alternative Kunst- und Kreativszene mit aktiven Teilhabemöglichkeiten

## ASSOZIATIONEN



Münster – die ewig junge Stadt mit einer Balance zwischen Neu und Alt

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Authentische Werte/Standortfaktoren/Münster's USP's - Ergebniszusammenfassung

## KONGRESSLANDSCHAFT

Kongressinitiativen/  
Kongressstandort (Historie seit  
1648)

**Westfälische Tagungsorte**  
(Mühlenhof, Friedensaal,  
Rathaus)

„Dritte Orte“

## VERKEHR & WIRTSCHAFT

### Starke Wirtschaft

Mittelständische Unternehmen

Verkehrslage in Deutschland  
und Westeuropa  
Netzwerk (gute Vernetzung  
innerhalb der Stadt aber auch  
zum Land)

Erreichbarkeit (ÖPNV)

## VIELFALT & INTERNATIONALITÄT

Unsere „Kompatibilität“ mit  
anderen Kulturen

Internationale Bindung (FMO)

130 Nationen, viele Religionen  
(Vielfältigkeit)

Leben jung + alt, heimisch und  
international

## STADTBILD

**Nicht zu groß/ (relativ) kurze  
Wege** „Stadt der kurzen  
Wege“

Lebensqualität (kurze Wege,  
Infrastruktur, wenig  
Kriminalität, viel Grün)

### Fahrradstadt

Lebenswürdigkeit

Stadt der Welt

### Historische Altstadt

Stadtbild (mittelalterliches &  
kulturhistorisches Stadtbild)  
Hafen (Szene)

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Authentische Werte/Standortfaktoren/Münster's USP's - Ergebniszusammenfassung

## NATÜRLICHE UMGEBUNG

### Naturnah

Verknüpfung von Stadt & Land

Urbanität und Landschaft  
(Urbane Vielfalt)

Grünes, ländliches Umfeld

Landwirtschaftliche Prägung

## WISSENSCHAFT

8 Hochschulen/  
**Wissenschaftsstadt/  
Wissensstandort**

Studentenstadt/universitäre  
Szene

Uni (Forschung & Wissenschaft)

### Forschung/Technologie

Batterieforschung

Münster ist ein Campus

## KULTUR

Kultur/Kulturviertel

### Alternative Kulturszene

LWL Museum/Picasso /  
Skulpturen in der Stadt  
(Skulpturenprojekte)

Geschichte

Friedensstadt „Westfälischer  
Friede“

Tatort als Kulturgut und USP

Viele kleine  
Nachhaltigkeitsinitiativen

Kreative Stadtgesellschaft

## ASSOZIATIONEN

### Ewig junge Stadt

Schönes Münsterland

Westf. Küche/Regionale  
Spezialitäten (regionales,  
leckeres Essen/"Gute Stube")

### Aasee Park

### Prinzipalmarkt

Promenadenring

Wasser  
Bewegung  
Liberalität  
Zoo  
Kirche

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Szenario I – Tried and trusted – renaissance of the real



FRAGEN FÜR  
MÜNSTER ALS  
EVENTLOCATION

## ALT VS. NEU

Wie kann das alte „Gute“ erhalten bleiben und mit dem Neuen verbunden?

Ist es nachhaltig das Bewährte zu erhalten?

Was passiert, wenn alles bleibt wie es ist?

Haben wir davon nicht schon genug?

## MCC NUTZUNG

**Welche Rolle spielt das MCC für den Standort/insgesamt die Region?  
Für wen ist das MCC?**

Welche Nutzungsszenarien hat das MCC noch zusätzlich?

Muss das MCC nicht zukünftig maximal funktional/flexibel sein?

Was leistet das MCC für die Münsteraner Gesellschaft?

Ist das MCC ein für die Stadt relevanter Raum?

## MCC MARKETING

Wie Veranstaltungen in dem MCC promoten? (übergreifendes Marketing)

Wie MCC als Hotspot branden + bespielen?

Wie bekommt man Kongressaussteller dazu ihre VA zu promoten?

**Wie nehmen wir die Bürger mit?**

Wie Identität für Münsteraner zum MCC schaffen?

Ist der Name MCC noch Programm?

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Szenario I – Tried and trusted – renaissance of the real



FRAGEN FÜR  
MÜNSTER ALS  
EVENTLOCATION

## SICHERHEIT

Ist Sicherheit nicht schon ein USP in Münster?

Wie schaffe ich Schutzräume in vorhandener Infrastruktur (oder Teilen davon)?

Wie verbessern wir „Sicherheit“ im Allgemeinen?

## TECHNIK

Ist die Bereitschaft für Tracking-Systeme vorhanden?

Wie techn. (Cyber) + phys. (Gesundheit) effizient abbilden? Mit technischer Unterstützung?

## PARKFLÄCHEN

Wie können wir ausreichenden Parkflächen bis zum Kanal integrieren?

Braucht das Szenario 1 für das MCC mehr (Park)-flächen, größere Räume?

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Szenario II – Diverse and flexible – the global community



FRAGEN FÜR  
MÜNSTER ALS  
EVENTLOCATION

## MOBILITÄT UND ANBINDUNG

### Welche Infrastruktur muss vernetzt werden?

Nahbereiche vernetzen (zentraler Standort)  
Anwendbarkeit Mobilität: Wie kann sie nutzerfreundlich gestaltet werden?

„Interessante Mobilität“ schaffen  
ÖPNV-Modell: Wie kann es auf Münster spezifisch angepasst werden?

## MCC ALLGEMEIN

Wie sollte „das MCC“ heißen?  
(Namensbildung)

Kann Münster das?  
Wie teuer wird das?

Was soll stattfinden? Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?

### Was bietet das MCC? Treffpunkt? (unser MCC oder für die ganze Welt)

Kann man das MCC multifunktional gestalten?

Was sind die einzigartigen Angebote?

Welche Kapazitäten braucht es für die Veränderung?

## QUARTIERSPEZISCHE VERANSTALTUNGSZONEN

### Als Quartier denken! Wie kann Aufenthaltsqualität geschaffen werden?

Gibt es ausreichend Unterkünfte für veranstaltungsteilnehmende?

Muss der Altstadt (Kern) noch einmal hinterfragt werden?  
(Regelungen/Verwaltung)

„Quartierspezifische“ Veranstaltungszonen + manche Quartiere ohne Events?

Welche Potenziale haben wir in diesem Bereich schon?

Wie können Strukturen in der Verwaltung flexibler werden?

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Szenario II – Diverse and flexible – the global community



FRAGEN FÜR  
MÜNSTER ALS  
EVENTLOCATION

## KEHRSEITE DER MEDAILLE

Verlieren wir das „Münsterland“?

Was verliert Münster wenn man hyperflexibel wird?

## AUTHENTIZITÄT

**Wie kann man trotz global/diverse/flexibel authentisch bleiben?**

Wie kann man Authentizität schaffen?

Ort strahlt nicht Münster aus! Wie kann man Strahlkraft schaffen?

Wie kann man das „Stadtgefühl“ übertragen?

Was brauchen wir damit Menschen in Münster bleiben?

## (DIGITALE) VERNETZUNG

**Digital vernetzte Stadt schaffen  
Vom Bahnhof bis zum Eventort!**

Infos digital vorher übertragen! DIGITALE VERNETZUNG

KOORDINATOR – Plattform bilden um Kultur und persönliches Interesse zu vernetzen

**Wie organisiert man ein übergreifendes Veranstaltungsnetzwerk?**

Vernetzung mit anderen Kongressstandorten in Deutschland

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Szenario III – Green and aware – the net zero society



FRAGEN FÜR  
MÜNSTER ALS  
EVENTLOCATION

## STADTBILD

**Die Stadt als Tagungsraum  
Wie müssen Freiflächen aussehen?**

Einbindung Stadtplan II?

Was machen wir mit dem Gasometer?

## MCC VORPLATZ

**Welche Aufenthaltsqualität benötigt  
der MCC-Vorplatz?**

Welche Funktionen muss der Vorplatz  
zukünftig haben?

Wie soll der MCC-Vorplatz zukünftig  
heißen?

## KONZEPT MCC

Wie aufwendig ist eine Umwandlung des  
MCC für den gesamten Bereich?

Ist das Konzept realistisch?

**Was wird sich an der Programmierung  
des MCC verändern?**

Was muss sich gestalterisch und funktional  
an den Gebäuden verändern?

Was trägt zur besseren Sichtbarkeit bei?  
Output? Welchen Output bekomme ich bei  
einer Veranstaltung?

# Innovationsverbund »Future Meeting Space«

Szenario III – Green and aware – the net zero society



FRAGEN FÜR  
MÜNSTER ALS  
EVENTLOCATION

## HYBRID & FLEXIBLE

Flexible Nutzung? Morgens, Mittags, Abends

Kann eine Messehalle ein hybrider Ort sein?

## FINANZIERUNG

Wer finanziert?

Wer bezahlt zukünftig die notwendigen  
Instruktionen?

## VERNETZUNG & MOBILITÄT

Überregionale Erreichbarkeit/Bahn/ICE-Anbindung  
des Kongressstandortes Münster?

Welche Rolle spielt FMO für  
das Mobilitätskonzept?

Benötigt das MCC eine eigene Haltestelle?  
Landeplatz für Flugtaxi/Drohne?  
Fahrrad-Parkhaus? Soll es einen fahrrad-verleih  
geben?

Wie muss der Verkehr auf der Straße vor dem  
MCC geregelt werden?

Wie wird zukünftig entschieden für oder gegen  
eine Dienstreise?

Wie können die verschiedenen Veranstaltungsorte  
innerhalb der Stadt nachhaltig miteinander  
verbunden werden?

**Stärkere Vernetzung des MCC mit der Uni**

## NACHHALTIGKEIT

Bedeutet es mehr ökologische  
Veränderungen? Welche Durchmischung  
der Funktionalitäten begünstigen wir?

Wird eine Angebot zur Kompensation des  
Co2-Abdrucks bei Veranstaltungen  
notwendig?

Wie kann man regenerative Energien  
nutzen?

Wie schaffen wir eine transparente  
Kommunikation für nachhaltige  
Veranstaltungen?

**Welche Rolle spielt Digitalisierung bei  
der Vermeidung von CO2?**

# ENTWICKLUNG DES LEITBILDS

»STRATEGISCHES LEITBILD EINER VERANSTALTUNGSLANDSCHAFT FÜR  
DIE STADT MÜNSTER «

## Hinweis:

Im Folgenden wird das Messe-  
und Congress Centrum Halle  
Münsterland mit MCC abgekürzt

# LEITBILD STADT MÜNSTER

Open Gallery

QUARTIERE OHNE GRENZEN



„Kunst als Treiber?“

LERNEN UND ERHOLEN

KREATIVSZENE

„Bodenhaftung + Zukunft“



EVENT + KULTUR + LEBEN = QUARTIER

„URLAUBSGEFÜHL“



GEMISCHTES GEWERBEGEBIET

Treffen | tagen | feiern | arbeiten

DRITTE ORTE

NEW WORK

„Geschichten erzählen“

15-Minuten-Stadt



COWORKING

STORY LINE  
Darstellung der Story von Münster

URBAN + NATUR

NACHHALTIGE,  
WISSENSCHAFTLICHE IMPULSE

! Distanz zum Wohnen !

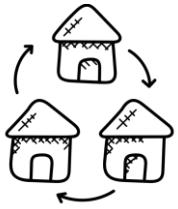
Vernetzung mit  
Bildungseinrichtungen

Wofür steht Münster?  
Ist die Halle Münster die  
Stadt im Kleinen?

„Je diverser desto spannender“

URBANE MANUFAKTUREN \*

\* KURATIERUNG BEDENKEN



„EIN STÜCK STADT“



STADT ALS INSZENIERUNGSRORT  
„räumliche Beziehung zur Innenstadt“

Grenzen aufbrechen

OFFEN  
DURCHLÄSSIG

WANDELBAR =  
WUNDERBAR

EINZIGARTIGKEIT

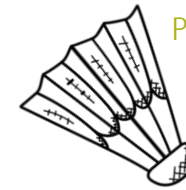
\* Events als Teil des  
Gesamtkontexts

NEUDEFINITION DES RAUMES



multifunktional +  
„sharing Räume“

Freie Bespielbarkeit  
PLAYGROUND



Anziehungspunkte



NEUE ORTE SCHAFFEN



AKTIVITÄTEN + FUNKTIONSBAUSTEINE  
STIMMEN NICHT MEHR ÜBEREIN

z. B. Café + Arbeitsort, Museum +  
Nachbarschaftstreffpunkt

AUSTAUSCH MIT DER  
WELT

# LEITBILD STADT MÜNSTER

## WISSENSCHAFT & STADT



- **Wissenschaft und Bildung** sollen auch bei der Neuentwicklung eines Leitbilds für die Veranstaltungslandschaft in Münster eine große, übergeordnete Rolle spielen
- Die **Vernetzung und der enge Austausch** mit Bildungseinrichtungen beispielsweise der Universität und Hochschule stehen im Vordergrund
- Obwohl das MCC voraussichtlich **nicht ausschließlich** Veranstaltungen im Wissenschaftskontext ausrichten wird, ist die Bereitstellung von Flächen zur **Steigerung des Wissenstransfers** ein Baustein des übergeordneten Leitbilds
- Konzepte zur **Inszenierung von Austauschplattformen** zum Wissenstransfer (Zwischen Wissenschaftlern – Gesellschaft – Studierenden - ...) **im Stadtkontext** sind erwünscht, z. B. „**Wissen vom Fass**“, wissenschaftliche Vorträge in Cafés oder Kneipen
- Um neben der **Attraktivität** als Bildungsstandort auch zukünftig attraktiv für **potenzielle Arbeitnehmer und die Start-up Szene** zu bleiben wird der Ausbau von „New Work“ Standorten angestrebt z. B. **Coworking Spaces**, flexibel gestaltbare Büroflächen und die **Förderung von „Innovation Hubs“**

# SCIENCECITY\_MÜNSTER

# STADT\_DER\_BILDUNG

# DENKFABRIK

# INNOVATION\_HUB

# COWORKING\_NEWWORK

# LEITBILD STADT MÜNSTER

## LEBENDIGES QUARTIER & STADT



- **Leben, Arbeiten, Wohnen** soll zukünftig zunehmend im Stadtbild Münster sichtbar werden. Ziel ist die Entwicklung **lebendiger Quartiere** mit einer 24/7 Belebung und der Reduzierung von „toten Ecken“ – auch in unmittelbarem Umfeld des MCC
- Aufgrund aktueller Verordnungen ist die Entwicklung eines **Wohnquartiers** nahe des MCC **nicht realisierbar**, dennoch soll das Quartier **lebendiger, nutzungsvielfältiger** und mit der Kulturszene **angereichert** werden
- Produktion verändert sich. Aufgrund sinkender Emissions- und Lärmbelastungen für die Umgebung ist es vorstellbar **Produktionsstätten dauerhaft in die Innenstadt** zu integrieren (Urbane Manufakturen)
- Diese Überlegung ist auch für die Neuausrichtung des MCC interessant. Potenziale werden sowohl bei der Konzeption von **Eventformaten für junge Start-ups als Netzwerkplattform** gesehen, als auch bei der Integration einer **vielfältigen Start-up Landschaft** mit Produktion und Verkaufsräumen rund um das MCC
- Allgemein strebt Münster heterogene Quartiere an: „Je diverser desto spannender“ beispielsweise nach dem **Vorbild der 15-Minuten-Stadt**

# CULTURECLASH

# LEBENDIG\_UND\_VIELFÄLTIG

# URBAN\_MANUFACTURES

# VILLAGE\_IN\_THE\_CITY

# 24\_HOURS\_CITY

# LEITBILD STADT MÜNSTER

## WANDELBARE ORTE & STADT



- Arbeiten im eigenen Zuhause, Lernen im Café, Begegnung in der öffentlichen Bibliothek, Funktionsbausteine einer Stadt stimmen in großen Teilen nicht mehr mit der ursprünglich festgelegten Aktivität überein. Aufgrund dessen muss der **Raum neu definiert** und **neue Orte geschaffen** werden.
- Insgesamt möchte die Stadt Münster räumliche Grenzen aufbrechen und offene und durchlässige Räume entwickeln, die sich stetig verändern und den neuen Bedarfen der Nutzenden anpassen können.
- Diese multifunktionalen „Sharing Räume“ können entweder zeitgleich mehrere Funktionen beinhalten z. B. Café + Coworking / Bibliothek + Meetingräume / **Show Käserei + Eventspace** oder so offen gestaltet sein, dass dort temporär über einen bestimmten Zeitraum hinweg jeweils andere Funktionen möglich sind z. B. heute Eis-Manufaktur – morgen Weihnachtswerkstatt (**Pop-up Spaces**)
- Dafür müssen die Räume insbesondere so **offen und „undefiniert“** gestaltet sein, dass sie für möglichst unterschiedliche Zwecke bespielt werden können, denn **„Wandelbar = Wunderbar“**

# POPUPSPACES

# SHARINGRÄUME\_SCHAFFEN

# WANDELBARWUNDERBAR

# MORE\_THAN\_ONESPACE

# OPEN\_AND\_UNDEFINED

# LEITBILD STADT MÜNSTER

## INSZENIERUNGSRÄUME & STADT



- Generell ist es das übergeordnete Ziel der Stadt Münster dauerhaft eine „Event Map“ zu entwickeln, die das Event-Geschehen nicht nur auf die Halle Münsterland beschränkt, sondern auch **weitere Orte im Stadtkontext** integriert.
- Events können grundsätzlich an **vielen unterschiedlichen Orten** stattfinden. Entweder in bereits bestehenden Gebäudestrukturen oder in temporär integrierten Pop-up Spaces.
- **Kreative Orte** sind aufgrund der Entwicklung zu **kleineren Events mit weniger Teilnehmenden** und alternativen Formaten gefragt. Zusätzlich kann die Innenstadt von Events im Kontext profitieren, das Stadtbild wird erweitert und die Innenstadt rückt als „**Raum des Netzwerks und Wissenshandel**“ zurück in den Fokus
- Die Stadt Münster legt Wert auf einen **experimentellen Umgang** mit Veranstaltungen, wozu die Erweiterung der Eventlocation zählt. Zur Umsetzung ist es notwendig ein **interdisziplinäres Netzwerk** mit mehreren Akteuren aufzubauen. Auch weitere Formate wie **Open Gallery** und insbesondere die Kulturszene sollten in das Projekt „Event Map“ eingebunden werden.

# DIE\_STAD\_ALS\_LOCATION

# EXPERIMENTAL\_LABS

# WISSENSHANDEL

# EVENTMAPPING

# CREATIVESPACES

# LEITBILD STADT MÜNSTER

## NACHHALTIGKEIT, GRÜN & STADT



- Der Stadt Münster ist die enge Beziehung von **urbanem Umfeld und natürlicher Umgebung** besonders wichtig. Mit zahlreichen **Parks, Naherholungsgebieten und Naturschutzflächen** ist das Stadtbild von überdurchschnittlich viel Grün geprägt.
- Auch bei der Entwicklung eines neuen Zukunftsbilds für das MCC und das unmittelbare Umfeld spielt die Integration von grünen Elementen in dem MCC aber vor allem die **Neugestaltung des Außenraums (Vorplatz)** eine übergeordnet große Rolle.
- Es ist vorstellbar **Urban Farming/Gardening** im Zusammenhang mit der Neuausrichtung des MCC zu integrieren, außerdem könnten auf dem Vorplatz regelmäßig **Food-Märkte** stattfinden z. B. mit regionalen Produkten junger Unternehmen / „Vorplatz als Eventspace mitdenken“.
- Um Münster nicht nur als grüne Stadt zu bewahren, sondern die Bemühungen zum Handeln im Namen des Klimaschutzes auszuweiten, möchte auch das MCC **„grüner und nachhaltiger“** agieren z. B. in dem sie mehrere Nutzungen beherbergt und Leerstand reduziert, regionale Produkte anbietet oder langfristig klimaneutral wird.

# GREENEVENTS

# REGIONAL\_SAISONAL

# EVENTS\_IN\_DER\_NATUR

# FOODMARKET

# GRÜN\_GRÜNER\_MÜNSTER

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

»KONREKTE TO-DO'S FÜR DIE STADT MÜNSTER«

**Hinweis:**

Im Folgenden wird das Messe-  
und Congress Centrum Halle  
Münsterland mit MCC abgekürzt

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER



CLUSTER LANDKARTE → IDENTIFIKATION VON Z. B. THIRD PLACES



VERBINDUNGEN DER EINZELNEN LOCATIONS → MOBILITY CONCEPT



STECKBRIEFE DRITTER ORTE



MOBILITÄTSKONZEPT (15-MINUTEN-STADT)



AKTEURE EINBINDEN / FLEXIBEL



NUTZER-BEDARFSANALYSE



NEUE MICE-PRODUKTE



POTENZIALANALYSE → WAS KANN MÜNSTER AUFNEHMEN?

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER

WETTBEWERBSANALYSE

ZIELGRUPPENANALYSE

BEFRAGUNG VON UNTERNEHMEN



POP-UP-ORTE IDENTIFIZIEREN

BEST-PRACTICE-BEISPIELE ANSCHAUEN

WELCHE „HILFSPROJEKTE“ GIBT ES?

STANDORTANALYSE (NACHHALTIGKEIT, TECHNOLOGIE, GESUNDHEIT, ...)



WELCHE FUNKTIONSBAUSTEINE IM STADTRAUM EIGNEN SICH?  
Z. B. MUSEEN, HOTELS

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER

NAMENSgebung MCC → IN DER Einbettung DES Quartiers

ROLLE VON BÜrgERN, UNTERNEHMEN UND STAKEHOLDERN

DEFINITION VON URBANEM RAUM: MULTIFUNKTIONALITÄT / SHARING / ...

INSZENIERUNGSMÖGLICHKEIT DER STADT

KONZEPT COWORKING-SPACE

UNIVERSITÄTSEINBEZUG PRÜFEN → BEDEUTUNG WISSENSCHAFT

KURATION/MODERATION VON THEMEN

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## INTERAKTION: BEFÜLLEN DER TEMPLATES

Transferworkshop, Mai 2022 – Fraunhofer IAO – Innovationsverbund »Future Meeting Space«

**HANDLUNGSANWEISUNGEN/MAßNAHMEN**  
Verändertes Ökosystem der Veranstaltungslandschaft

ÜBERGEORDNETES LEITZIEL	
<b>SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG</b>	
KONTEXT DER IDEE UND VORAUSSETZUNG <i>(z. B. Außenraumgestaltung, Digitalisierung, Mobilität, Innenausstattung, Formate, Organisation)</i>	DARSTELLUNG DER IDEE / FRAGESTELLUNG <i>(z. B. Entwicklung eines CO2-neutralen Hallenkonzepts, Änderung des Cateringangebots in regional/saisonal)</i>
EXTERNE EINFLUSSFAKTOREN <b>CHANCEN / MÖGLICHKEITEN</b> <i>(z. B. Außenwirkung, Förderung regionaler Unternehmen)</i>	<b>RISIKEN / GEFAHREN</b> <i>(z. B. Akzeptanz der Bevölkerung, unvorhergesehene Kosten und Einschränkungen)</i>
<b>PARTIZIPATION UND INVESTITION</b>	
PERSONELLE RESSOURCEN UND BEREICHENDE STAKEHOLDER <i>(z. B. Mobilitätsexperten, Barrierefrei-partizipativer Prozess mit Bevölkerungsbeteiligung)</i>	BUKROSTELLUNG <i>(z. B. geringer finanzieller Aufwand, hoher, strategischer Impact)</i>
<b>VORGEHEN, ARBEITSSCHRITTE UND SYNERGIEN</b>	
ZITRÄHMEN <i>(z. B. längerfristig angelegt, kurz und punktuell umgesetzt)</i>	METHODENTOOLS UND KOMMUNIKATION <i>(z. B. Werkstattgespräche, Workshops, Kommunikationstools)</i>
ZIELERWARTUNG/OUTPUT <i>(z. B. Zielerwartungen zu Nachhaltigkeitstrategie)</i>	SYNERGIEEFFEKTE <i>(z. B. Mit anderen Handlungsanweisungen und Initiativen)</i>
KONKRETE ERSTE SCHRITTE <i>(z. B. Einbindung Termin mit Experten, Einbindung in Gesamtprozess)</i>	

Fraunhofer IAO

Transferworkshop, Mai 2022 – Fraunhofer IAO – Innovationsverbund »Future Meeting Space«

**HANDLUNGSANWEISUNGEN/MAßNAHMEN**  
Verändertes Ökosystem der Veranstaltungslandschaft

ÜBERGEORDNETES LEITZIEL	
<b>SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG</b>	
KONTEXT DER IDEE UND VORAUSSETZUNG <i>(z. B. Außenraumgestaltung, Digitalisierung, Mobilität, Innenausstattung, Formate, Organisation)</i>	DARSTELLUNG DER IDEE / FRAGESTELLUNG <i>(z. B. Entwicklung eines CO2-neutralen Hallenkonzepts, Änderung des Cateringangebots in regional/saisonal)</i>
EXTERNE EINFLUSSFAKTOREN <b>CHANCEN / MÖGLICHKEITEN</b> <i>(z. B. Außenwirkung, Förderung regionaler Unternehmen)</i>	<b>RISIKEN / GEFAHREN</b> <i>(z. B. Akzeptanz der Bevölkerung, unvorhergesehene Kosten und Einschränkungen)</i>

**Hinweis:**  
Im Workshop wurden die hier sichtbaren Templates verwendet. Diese liegen im Original in der Dokumentation vor, wurden für die Auswertung im Folgenden jedoch jeweils auf einer Folie zusammenfassend dargestellt.

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## INTERAKTION: BEFÜLLEN DER TEMPLATES

© Fraunhofer IAO 2022 - Fraunhofer IAO - [www.fraunhofer-iao.de](#) - Future Meeting Space

**HANDLUNGSANWEISUNGEN/MAßNAHMEN**  
Verändertes Ökosystem der Veranstaltungslandschaft

ÜBERGEORDNETES LEITZIEL			
<b>SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG</b> KONTEXT DER IDEE UND VORAUSSETZUNG <small>(z. B. Außenumsatz, Digitalisierung, Mobilität, Innenumsatz, Formate, Organisator)</small>		DARSTELLUNG DER IDEE / FRAGESTELLUNG <small>(z. B. Entwicklung einer CO2-neutralen Halle/Veranstaltung, Änderung der Cateringangebote in regionalen Räumlichkeiten)</small>	
<b>EXTERNE EINFLUSSFAKTOREN</b> CHANCEN / MOGLICHKEITEN <small>(z. B. Außenwirkung, Förderung regionaler Unternehmen)</small>		RISIKEN / GEFAHREN <small>(z. B. Abgleich der Bedeutung, unvorhergesehene Kosten und Einschränkungen)</small>	
<b>PARTIZIPATION UND INVESTITION</b> PERSONELLE RESSOURCEN / EINZUBINDENDE STAKEHOLDER <small>(z. B. Mobilitätsexperten, Start-ups, partizipativer Prozess mit Bevölkerungsbeteiligung)</small>		BUDGETBEDARF <small>(z. B. geringer finanzieller Aufwand, hoher, strategischer <b>quest</b>)</small>	
<b>VORGEHEN, ARBEITSSCHRITTE UND SYNERGIEN</b> ZEITRAHMEN <small>(z. B. längerfristig angelegt, kurz und punktuell umzusetzen)</small>		METHODEN/TOOLS UND KOMMUNIKATION <small>(z. B. Machbarkeitsstudie, Marktanalyse, Kommunikationskonzept)</small>	
ZIELERWARTUNG/OUTPUT <small>(z. B. Erkenntnisgewinn zu Nachhaltigkeitsstrategie)</small>		SYNERGIEEFFEKTE <small>(z. B. Mit anderen Handlungsanweisungen und Initiativen)</small>	
KONKRETE ERSTE SCHRITTE <small>(z. B. Onboarding Termin mit Experten, Einordnung in Gesamtkontext)</small>			

Fraunhofer IAO

<b>PARTIZIPATION UND INVESTITION</b>		
PERSONELLE RESSOURCEN / EINZUBINDENDE STAKEHOLDER <small>(z. B. Mobilitätsexperten, Start-ups, partizipativer Prozess mit Bevölkerungsbeteiligung)</small>	BUDGETBEDARF <small>(z. B. geringer finanzieller Aufwand, hoher, strategischer <b>quest</b>)</small>	
<b>VORGEHEN, ARBEITSSCHRITTE UND SYNERGIEN</b> ZEITRAHMEN <small>(z. B. längerfristig angelegt, kurz und punktuell umzusetzen)</small>		METHODEN/TOOLS UND KOMMUNIKATION <small>(z. B. Machbarkeitsstudie, Marktanalyse, Kommunikationskonzept)</small>
ZIELERWARTUNG/OUTPUT <small>(z. B. Erkenntnisgewinn zu Nachhaltigkeitsstrategie)</small>	SYNERGIEEFFEKTE <small>(z. B. Mit anderen Handlungsanweisungen und Initiativen)</small>	
KONKRETE ERSTE SCHRITTE <small>(z. B. Onboarding Termin mit Experten, Einordnung in Gesamtkontext)</small>		

**Hinweis:**  
Im Workshop wurden die hier sichtbaren Templates verwendet. Diese liegen im Original in der Dokumentation vor, wurden für die Auswertung im Folgenden jedoch jeweils auf einer Folie zusammenfassend dargestellt.

# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN POP-UP ORTE IDENTIFIZIEREN



## SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Pop-up wichtiges Element  
Angebot an urbanen Events*

→ Sammlung möglicher Orte für Pop-up Events (Brainstorming)

## VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

*Max. 3 Monate  
Brainstorming, Gestaltung von Journeys  
Best Practice Beispiele suchen*

## POTENZIALE & CHANCEN

*Spannendes Setting  
Bewusstsein und Awareness  
Events in der Stadtgesellschaft*

## RISIKEN & GEFAHREN

## PARTIZIPATION

*Eigentümer\*innen und Nutzer\*innen  
Freiflächen vordefinieren*

## ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*Landkarte  
Ideenliste*



# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN POP-UP PILOTEN



## SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Potenziale von Pop-up an 1-3 Beispielen durchdenken*

## VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

*Max. 3 Monate*

### POTENZIALE & CHANCEN

*Potenziale darstellen  
Denkräume öffnen*

### RISIKEN & GEFAHREN

*Rechtliche Fragen*

### PARTIZIPATION

*Aussteller\*innen / Akteur\*innen  
Catering  
Moderator\*innen*

### ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*1-3 konkrete realisierbare Ideen*



# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## MÜNSTER DU BIST ONE AND ONLY



### SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Der schönste Weg, der nächste Weg, Weg fürs Flanieren  
Wie komme ich vom Zentrum zum Domplatz und zum Messe- und Kongresszentrum  
Clusterlandkarte „Schlendern“ / Willkommenskultur am Bahnhof  
Schlendern durch die Stadt, Anordnung von Sitzbänken auf der Strecke  
Differenzierung von Fahrrad und Fußgängerwegen  
Einbindung des Hamburger Tunnels als inszenierter heller freundlicher Weg*

### VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

*Schnelle Umsetzung mit zeitlicher  
Anpassung / App des Stadtraums  
Münster mit Funktionen  
Stadtevents z. B. Tag der Entschleunigung*

### POTENZIALE & CHANCEN

*Orte für Verweilung fixieren*

### RISIKEN & GEFAHREN

*Überreglementierung überdenken  
Urbane Unbestimmtheiten zulassen*

### PARTIZIPATION

*Öffentlicher Ideenwettbewerb  
Studentenbeteiligung  
Miteinbeziehung von Fremdenführern*

### ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*Erleben einer historischen und nachhaltigen Stadt  
Erzeugung einer Liebeserwartung an die Stadt*

→ *Routenerarbeitung, Finanzierung, Einbindung  
Start-ups und Kreativwirtschaft, Entwicklung  
eines studentischen Wettbewerbs*



# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN NEUE MICE-PRODUKTE



## SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Sichtung von neuen Produkten → neue Produktideen von App bis zum Format*

## VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

*Max. 3 Monate  
Befragung Trendsetter / Mapping*

## POTENZIALE & CHANCEN

*Neue Märkte*

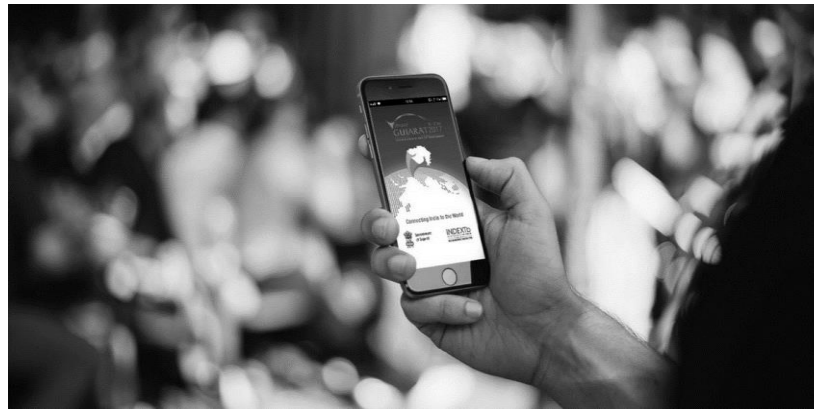
## RISIKEN & GEFAHREN

## PARTIZIPATION

*Unternehmen  
Anbieter (MICE Hotels u. a.)*

## ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*Liste an neuen MICE-Produkten  
(Formate, DL, Apps,...)*



# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN QUARTIERSKONZEPT UND ROLLE MCC



## SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Was kann die Halle dem Quartier geben?  
Zusammendenken von Quartier und Halle  
Welche Rolle kann das MCC übernehmen (z. B. Arbeitsort, Sport,...)*

## VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

### POTENZIALE & CHANCEN

### RISIKEN & GEFAHREN

*Welche Rolle kann Nutzungen aus dem Quartier übernehmen (Catering, Mobilität, Räume)?*

### PARTIZIPATION

### ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*Verbindung zum Quartier*



# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

## VERBINDUNG DER ORTE ZU FUß/FAHRRAD



### SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Landkarte = Steckbriefe = Verbindung  
Wie sieht das Messequartier 2035 aus? Bestandsaufnahme  
Identifikation bestehender Orte und Player  
Qualifizierungsmaßnahme  
Potenzialanalyse*

### VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

*Fragebogen entwickeln  
Open Data / Daten qualifizieren*

### POTENZIALE & CHANCEN

### RISIKEN & GEFAHREN

### PARTIZIPATION

*Potenzialanalyse / Befragung  
IHK / UI / Reach Digital Hub*

### ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*Zukünftige Bedarfe, die sich aus dem  
Umfeld ergeben*



# HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN KONGRESSE 2035



## SKIZZIERUNG DER IDEE UND FRAGESTELLUNG

*Kunden und Anspruchsgruppen befragen  
Nicht nur Kongress!  
(Wohnen, Arbeiten, andere Ansprüche in Freizeit, Nachhaltigkeit,...)*

## VORGEHEN & ARBEITSSCHRITTE

## POTENZIALE & CHANCEN

## RISIKEN & GEFAHREN

## PARTIZIPATION

*IHK, Wissenschaft, Reach, bestehende  
Daten, einzelne Unternehmen (Brillux,  
Münsterland, ZEB,...)*

## ZIELERWARTUNG & OUTCOME

*Erkenntnisse über New Work –  
Ansprüche bei Unternehmen*



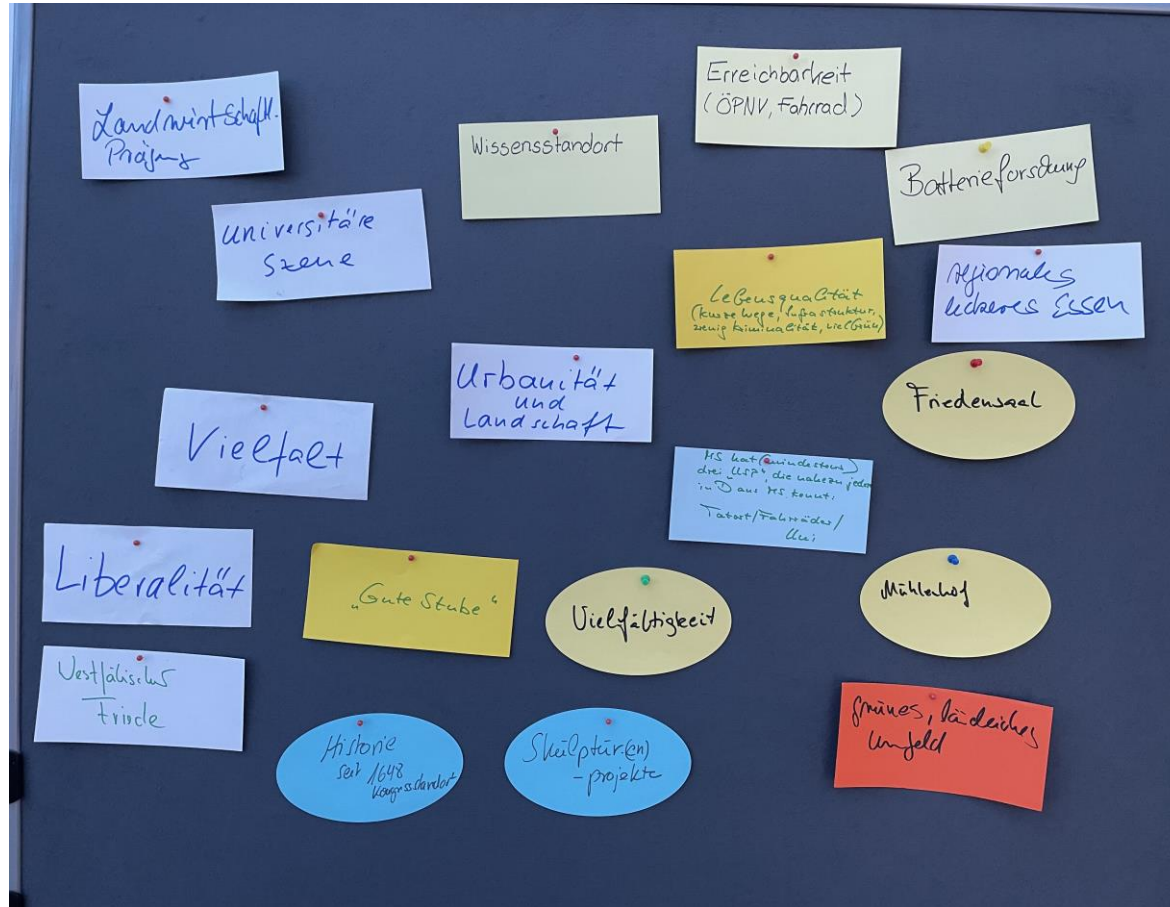
# FOTOPROTOKOLL





# FOTOPROTOKOLL

## WORKSHOP I 1. APRIL 2022



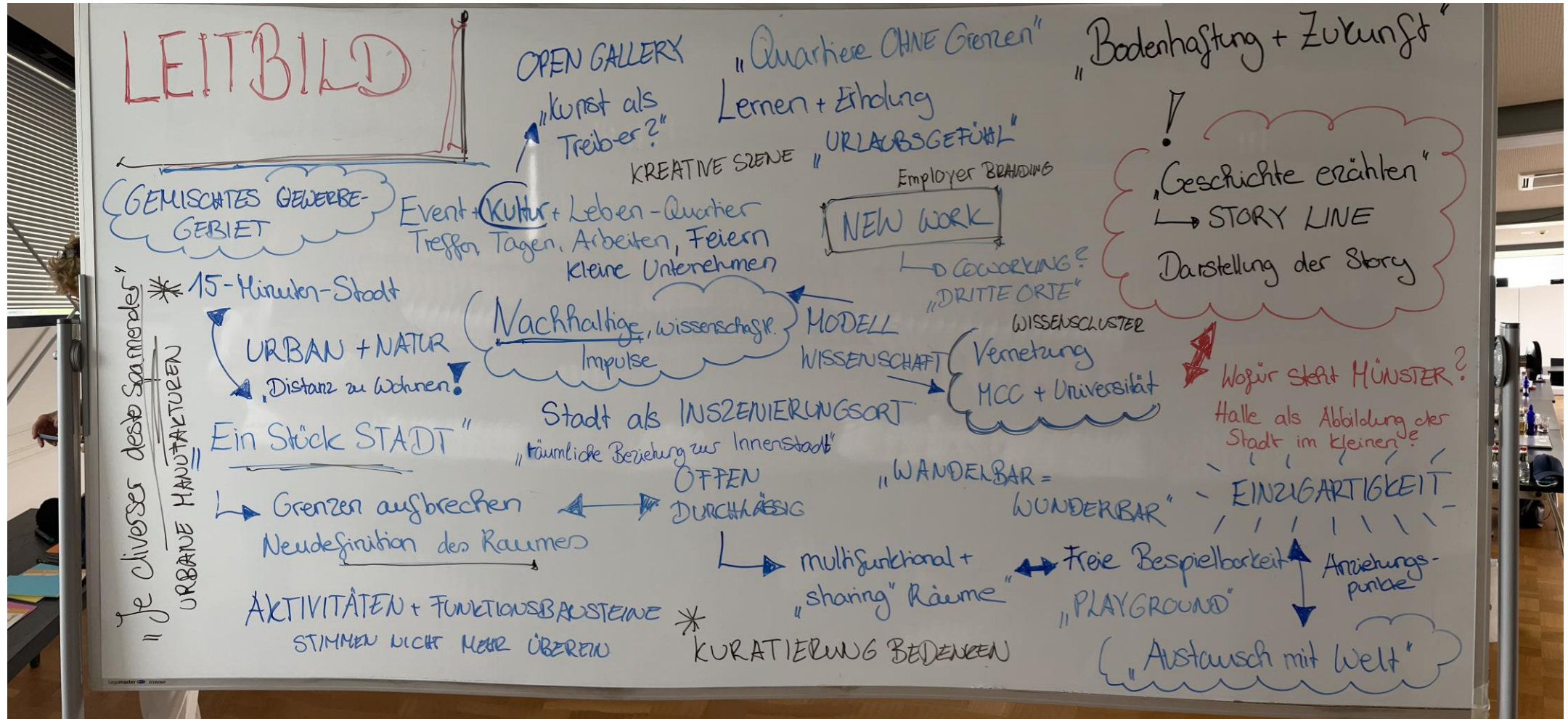
# FOTOPROTOKOLL

## WORKSHOP I 10. MAI 2022



# FOTOPROTOKOLL

## WORKSHOP I 10. MAI 2022



# FOTOPROTOKOLL

## WORKSHOP I 10. MAI 2022

- Namensgebung MCC  
↳ in der Einbettung des Quartiers
- Rolle von Bürgern, Unternehmen, Stakeholder
- Definition von urbanem Raum
  - ↳ Multifunktionalität
  - ↳ Sharing
  - ↳ Vielfältigkeit/Wandelbar
- Inszenierungsmöglichkeit der Stadt
- Konzept Coworking Space
- Universitätsbezug prüfen
  - ↳ Bedeutung/Einbezug Wissensch.
- Kuration/Moderation von Themen

- Wettbewerbsanalyse
- Zielgruppenanalyse
- Befragung von Unternehmen
- ④ ~~Pop-up Orte identifizieren~~
- Best Practice Beispiele anschauen
- Welche "Hilfsprojekte" gibt es?
- Standortanalyse → Nachhaltigkeit
  - Technologie
  - Gesundheit
  - Visuschnitt
- ⑤ \* = Welche Funktionsbausteine im Stadtraum eignen sich?  
z.B. Museen, Hotels etc.

- Identifikation von z.B. dritten Orten
- 2 Cluster Landwerte \*
  - 3 ~~Verschiebung der einzelnen Lokalisation~~  
↳ ca. 100m + 100m verschieben
  - 3 Steckbriefe 3 Orte
- Mobilitätskonzept (15 Min Stadt)
  - 95-Tunnel in reinem Konzept  
11 Funktionale
  - Akteure einbinden / flexibel
  - Nutzer Bedarfsanalyse
  - ⑥ Welche neue Produkte / PopUp Produktideen
  - Potenzialanalyse → Was kann M. aufnehmen?



# Fraunhofer IAO

Ansprechpartner

**FORSCHUNGSBEREICH**

**ORGANISATIONSENTWICKLUNG  
UND ARBEITSGESTALTUNG**

**Nobelstraße 12  
70569 Stuttgart**

[www.iao.fraunhofer.de](http://www.iao.fraunhofer.de)



**Katharina Dienes**

Telefon: +49 711 970 – 5454  
[katharina.Dienes@iao.fraunhofer.de](mailto:katharina.Dienes@iao.fraunhofer.de)



**Tilman Naujoks**

Telefon: +49 711 970 – 2086  
[tilman.naujoks@iao.fraunhofer.de](mailto:tilman.naujoks@iao.fraunhofer.de)