

Lagebericht Münster Marketing 2022

1. Geschäftsgrundlagen

MÜNSTER MARKETING, mit Sitz in Münster, ist eine eigenbetriebsähnliche Einrichtung der Stadt Münster.

MÜNSTER MARKETING obliegt die Markenführung der Stadt. Ziele der Arbeit sind, das Profil der Stadt weiterzuentwickeln, zu schärfen und zu kommunizieren, die Wahrnehmung nach innen (Bürger*innen) und nach außen zu erhöhen sowie neue Reichweiten und Zielgruppen zu erschließen durch die konsequente Weiterentwicklung der Zukunftsstrategien (MünsterZukünfte, städtische Nachhaltigkeitsstrategie, Innenstadtentwicklung, Tourismusstrategie u. a.) unter der Berücksichtigung des Profils „Wissenschaft und Lebensart“.

MÜNSTER MARKETING ist dem Dezernat III des Stadtbaurates der Stadt Münster zugeordnet und damit eng mit der Stadtentwicklung verbunden.

Die Sachziele von Münster Marketing werden organisatorisch in den Geschäftsbereichen und dem Wissenschaftsbüro operationalisiert.

Die drei Geschäftsbereiche sind: City- und Veranstaltungsmanagement, Strategische Kommunikation und Partizipation sowie Touristik und Kongressmarketing mit den beiden Stadtinformationen. Das Wissenschaftsbüro ist als Stabsstelle der Betriebsleitung eingerichtet.

2. Geschäftsverlauf in den Geschäftsbereichen und im Wissenschaftsbüro

Das Geschäftsjahr 2022 ist das erste Jahr nach der Corona-Pandemie, in dem wieder von Normalität die Rede sein konnte. Die Erleichterung darüber und die Begeisterung vieler, nach fast zwei Jahren endlich wieder „ihre“ Stadt auch als Ort der Begegnung, der Freizeit, des gemeinsamen Feierns zu erleben, war allenthalben zu spüren und hat zu einer wahren Flut von Veranstaltungen und Projekten im öffentlichen Raum geführt.

Wir haben alle erfahren, wie wichtig die Innenstadt für die Identifikation der Menschen ist und welche vormals oft unterschätzte Kraft vielen guten Veranstaltungen und Festen innewohnt, die den Zusammenhalt und das Gemeinschaftsgefühl in der Bürgerstadt festigen und die Menschen binden, ihnen ein Zuhause geben.

Dieses Gefühl hat sicher auch überall dort eine Rolle gespielt, wo es um die Zukunft der Innenstadt ging. Im Projekt „Stadt.Raum.Leben“ haben zahlreiche Bürgerinnen und Bürgern über das gesamte Jahr hinweg über die Zukunft der Innenstadt nachgedacht, Ideen gesammelt und in den Diskurs gestellt. Wir haben dazu Räume für den Diskurs und die Beteiligung geschaffen. Im Ergebnis haben wir nun eine mit allen abgestimmte und gemeinsam erarbeitete Zukunftsstrategie für Münsters Innenstadt, die deren Weiterentwicklung im nächsten Jahrzehnt bestimmen wird. Dass dabei auch sehr emotional über die Verkehrsfragen diskutiert wurde und noch wird, gehört zu diesem Zukunftsdiskurs, den die Stadtgesellschaft führen und auch aushalten muss.

In das letzte Geschäftsjahr fiel auch die Entscheidung des Rates, den Eigenbetrieb Münster Marketing mit Konzept und Umsetzung des Programms zur Erinnerung an das 375. Jahr nach dem Friedensschluss 1648 zu beauftragen. Dieser Beschluss wurde auf der Basis eines Konzeptvorschlags zu einem Zeitpunkt gefällt, zu dem vom Ukraine-Krieg noch keine Rede war und hat alle Beteiligten vor eine große Herausforderung gestellt. Und dennoch: Die Entscheidung für ein Jahr, in dem sich alle an den Friedensschluss von 1648 erinnern, war genau jetzt die richtige.

An 2022 wird man sich auch deshalb in unserer Stadt lange erinnern, weil es das Jahr war, in dem in Münster der G7-Gipfel der Außenministerinnen und Außenminister stattgefunden hat. Die Bilder aus dem Friedenssaal sind rund um die Welt gegangen, Münster hat sich von seiner besten Seite gezeigt und als exzellenter Tagungsort. Das medienwirksame Staunen etwa des amerikanischen Außenministers angesichts der Würde des historischen Friedenssaales wird niemand so schnell vergessen.

Das Team von Münster Marketing hat all diese neuen Herausforderungen angenommen und mit großem Engagement und viel Kreativität daran weitergearbeitet, möglichst viele Menschen auf den Weg mitzunehmen, den die Stadt geht. Wir arbeiten in der Überzeugung, dass gutes Stadtmarketing davon lebt, dass die eigene Bevölkerung gehört, gesehen und geschätzt wird und dass sie es ist, die die Geschichten der Stadt erzählen und verbreiten muss.

2.1. City- und Veranstaltungsmanagement

2.1.1. Citymanagement

Ein erster Meilenstein bei der Entwicklung robuster Strukturen im Innenstadt-Management ist erreicht: Die Belange der Innenstadt (und auch relevanter Zentren in den Stadtteilen) werden durch ein Zentrenmanagement gesteuert. Es ist eine konsequente Weiterführung des seit Jahren erfolgreich arbeitenden Citymanagements. Seine Hauptaufgabe ist das Management des Veränderungsprozesses der Innenstadt unter Berücksichtigung aller relevanter Perspektiven und sich wandelnder Rahmenbedingungen und Trends. Es arbeitet eng mit der Stadtentwicklung zusammen und orientiert sich an den gemeinsam definierten Zielen des Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepts Münster-Innenstadt (INSEK).

Die neue Organisationseinheit besteht aus einem Kernteam, in dem Stadtplanungsamt, Wirtschaftsförderung Münster und die Initiative starke Innenstadt Münster (ISI) mit Münster Marketing gemeinsam verantwortlich sind. Die Geschäftsführung liegt bei Münster Marketing. Dieser Zusammenschluss hat seine Arbeitsweise und seine Strukturen unter anderem im Beirat des Zentrenfonds, aber auch bei Verkehrsversuchen, Platzinszenierungen und anderen Projekten erfolgreich erprobt.

Der Zentrenfonds

Der Zentrenfonds mit einem Budget von insgesamt 200.000 Euro seit 2021 ist ein neues Beteiligungsinstrument für die Innenstadt- und Zentrenentwicklung, das von Unternehmerinnen und Unternehmern aus unterschiedlichsten Bereichen von Handel über Kultur, Medien oder Wissenschaft in Anspruch genommen werden kann. Wenn die Intensität der fachlichen Begleitung durch das Zentrenmanagement gewährleistet werden kann, leistet der Fonds einen wichtigen Beitrag zur Zentrenentwicklung und -profilierung: Er fördert gute Ideen, er vernetzt die professionelle Beratung der Antragstellenden und er passt die Projekte genau an die Erfordernisse bestimmter Lagen und Immobilien an.

Münsters Innenstadt kann mehr! Zum Beispiel: mehr Aufenthaltsqualität durch Veränderung von Stadträumen

Domplatz-Oase

Ein paar Stühle unter den Linden - und schon zeigt der Domplatz neue Talente. An der Ostseite des Domplatzes, wo sonst Autos parken, haben wir mit der Initiative starke Innenstadt 80 Stühle aufgestellt und die Menschen eingeladen, diesen kleinen Teil des zentralen Platzes als „Domplatz-Oase“ zu besetzen. Dieses sehr beliebte Projekt antwortet auf den Wunsch von Bürgerinnen und Bürgern mehr Sitzmöglichkeiten in der Stadt

vorzufinden, ohne dass damit ein Konsumzwang verbunden ist. Das Projekt wurde von den „Stadtimpulsen“ als Best-Practice prämiert und wird deutschlandweit beworben.

Urban Science Store im P41: Zwischennutzung im leerstehenden Ladenlokal am Prinzipalmarkt

Die alternative Nutzung von Stadträumen – wie zum Beispiel die Nutzung eines leerstehenden Ladenlokals durch einen Pop-up-Ausstellungsraum – ist Teil des Zentrenmanagements. Vom 5. bis 10. Dezember stellten im leerstehenden Ladenlokal Prinzipalmarkt 41 (P41) die Partner der Allianz für Wissenschaft, der FH Münster, der Universität Münster (WWU) und der Stadtverwaltung (Wissenschaftsbüro) den „Urban Science Store“ auf die Beine und das mit großem Erfolg.

Begleitende Kommunikation

Alle Projekte des Zentrenmanagements werden gemeinsam mit unseren Innenstadtpartnerinnen und -partnern und in enger Kommunikation mit den Anwohnerinnen und Anwohnern umgesetzt. Eine gute Unterstützung dazu bietet die Website, die parallel zum Zukunftsprozess gestartet ist und die inzwischen ausgeweitet wurde.

Belastbare Kommunikations- und Dialogstrukturen im Zentrenmanagement sind der Schlüssel für eine konsequente Weiterentwicklung der Innenstadt mit Augenmaß und im Dialog mit den Innenstadtbewohnern. Das hat das Beispiel der wegen dringender Sanierungsarbeiten an den Ver- und Entsorgungsleitungen erforderlich gewordenen 40-wöchigen Sperrung der Bergstraße gezeigt.

Wir haben unsere Dialog- und Beteiligungskompetenz genutzt und mit dem Zentrenmanagement den kompletten Dialogprozess mit allen beteiligten städtischen Ämtern, den Innenstadtbewohnern, den Quartierssprechern und den Wirtschaftsverbänden gemeinsam als Projekt vorbereitet und auch kommuniziert. Das Ergebnis: ein großer Erfolg für das Vertrauen nach innen, aber vor allem auch eine gute Kommunikation nach außen.

Derzeit arbeiten wir in der Verwaltung daran, aus diesem Experiment die guten Erfahrungen in künftige Verfahren zu übertragen und die Baustellenkommunikation insgesamt zu verbessern.

Nachtbürgermeister für Münster

Mit der Berufung der Nachtbürgermeisterin und des Nachtbürgermeisters durch den Rat der Stadt Münster hat der Eigenbetrieb Münster Marketing sein Aufgabenportfolio noch einmal erweitert: Das neue Nachtbürgermeister-Tandem bringt umfangreiche Erfahrungen im Bereich der Nachtkultur und der Mediation mit in den neuen Job und fungiert seit Oktober 2022 als Bindeglied zwischen den unterschiedlichen Interessengruppen und Perspektiven des Nachtlebens.

2.1.2. Veranstaltungen

Zum Zentrenmanagement im weiteren Sinne gehören auch die ausgewählten größeren Veranstaltungen, die wir meist gemeinsam mit Partnern realisieren. Nach den Jahren der Pandemie haben Veranstaltungen im öffentlichen Stadtraum an Bedeutung gewonnen. Sie laden die Menschen ein, sie sind Gelegenheiten zum Zusammentreffen und zur Freizeitgestaltung, sie binden die Menschen an ihre Stadt und sie vermitteln das so unschätzbare wichtige Zusammengehörigkeitsgefühl, das letztlich die Resilienz der Stadt bildet.

Hansemahl: Comeback für Münsters Hansemahl im Zeichen Europas

Nach zwei Jahren Corona-Zwangspause haben wir mit der Initiative starke Innenstadt (ISI) die Münsteranerinnen und Münsteraner und ihre Gäste am 7. Mai zur beliebten Hansetafel eingeladen. Die Ideen der Hanse als ein europäisches Wirtschafts- und Handelsbündnis sind heute aktueller denn je.

Schlauraum – Münsters Wissenschaftsfestival

Der „Schlauraum“ beschäftigte sich unter dem Titel „Grund:Wasser“ mit den lebenswichtigen Ressourcen mitten in der Stadt und auch in der Region. Die Hochschulen und die Stadt Münster präsentierten ihr Know-how zum nachhaltigen Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser und zeigten Lösungsansätze für eine nachhaltige Zukunftsgestaltung. Mit einem breiten Themenspektrum bot der Schlauraum die unterschiedlichsten Formate an, wie den Open Air-Hörsaal auf dem Stubengassenplatz, das Wissensbad im Stadtbad Mitte, die SOLAARIS auf dem Aasee und Wissensorte in und um Münster.

Stadtfest „Münster Mittendrin“

Vom 19. bis 21. August 2022 fand nach zwei Jahren durch Corona bedingter Zwangspause die sechste Auflage des beliebten Stadtfestes Münster Mittendrin statt. Mit seinen verschiedenen Veranstaltungsinselfen und der großen Domplatzbühne ist Münster Mittendrin nicht mehr aus der Münsteraner Innenstadt wegzudenken. Das sehr vielseitige Programm mit unterschiedlichen Ausprägungen an den verschiedenen Orten in der Innenstadt lockte zehntausende Besucherinnen und Besucher in die Stadt.

Schauraum – Das Fest der Museen und Galerien in Münster

Dass unsere Veranstaltungen im Innenstadtraum mehr sind als kommerzielle Unterhaltungsangebote, verdeutlicht in jedem Jahr auch der Schauraum. Neben dem Fest der Museen und Galerien ist er auch immer ein Blick-Öffner für neue Räume und Stadtqualitäten.

Das Kiepenkerl-Viertel hatte einen Platz ausgewählt, der im Innenstadtentwicklungskonzept eine wichtige Rolle spielt: Er widmete die sonst als Anwohnerparkplatz genutzte Fläche unter den Bäumen an der Apostelkirche um, gab ihm den Namen „Apostelgarten“ und lud zum Gartenfest ein. Der große Zuspruch zu diesem Konzept und das Aha-Erlebnis, was dieser bislang unterbewertete Raum aus sich machen lässt, wird sicher die Entwicklungsszenarien für seine langfristige Zukunft prägen.

Auch die „Müuseuminsel“ war eine Entdeckung – inmitten der Museumszeile mit dem LWL-Museum für Kunst und Kultur und den drei Museen der Westfälischen Wilhelms-Universität: Archäologisches Museum, Geomuseum und Bibelmuseum. Sie war in diesem Jahr das Herzstück des Schauraums und diente als zentraler Informationsort insbesondere in der Nacht der Museen und Galerien.

Münster im Advent – Veranstaltungen und Angebote zur Weihnachtszeit

Zahlreiche Aktivitäten prägten auch in 2022 die Vorweihnachtszeit. Dazu gehörten u.a. das Aufstellen der Tanne und die große Eröffnung der Weihnachtsmärkte vor der Lambertikirche, die Großveranstaltung „Münster singt“ mit rund 6.000 Menschen auf dem Domplatz und die Adventsmusik vom Sentenzbogen.

Der P+R-Service „Parken, Shuttlen, Shoppen“ vom Parkhaus Coesfelder Kreuz als gemeinsame Aktion an den Adventssamstagen von Stadtwerken, Initiative starke Innenstadt (ISI) und Stadt Münster stieß wieder auf große Resonanz. Dazu war die mobile Münster Information erstmals an den Adventssamstagen in der Innenstadt unterwegs.

2.2. Touristik und Kongressmarketing, Münster Informationen

2.2.1. Touristik

Im Geschäftsjahr 2022 hat der Tourismus einen Rekord produziert: Mit 1.530.375 Übernachtungen und damit einer Steigerung um 10,3% gegenüber 2019, dem letzten Referenzjahr vor Corona, gehört Münster zu den attraktivsten Städtedestinationen in Deutschland.

Auch das Auslandsgeschäft, in dem Münster traditionell eher weniger stark ist und das meist unter 10 % des allgemeinen Gästeaufkommens rangiert, hat sich erfreulicherweise gesteigert: um 25,7 % auf insgesamt 10,3 %. Das größte europäische Quellland für Münster-Gäste sind nach wie vor die Niederlande; die größte Gruppe nichteuropäischer Besucherinnen und Besucher reiste aus den USA an.

Neben der weiter steigenden Attraktivität und Bekanntheit der Stadt haben sicher auch die zusätzlichen Beherbergungsmöglichkeiten zu diesem deutlichen Zuwachs beigetragen. Insgesamt 10.144 Betten bieten die Beherbergungsbetriebe in Münster an; 2019 waren es 8.530, das sind ca. 19 % mehr!

Ebenfalls bemerkenswert ist die gestiegene Aufenthaltsdauer der Gäste von inzwischen 2,4 Tagen im Vergleich zu 2,0 Tagen 2019. Besonders diese Zahl spricht dafür, dass die Gäste Münster eine größere Attraktivität zusprechen und dass für Münster der Freizeit-Tourismus eine immer wichtigere Rolle spielt.

Knotenpunkt-Beschilderungssystem auf den Radrouten im Münsterland

Im Jahr 2022 ist ein Großteil der Schilder des Knotenpunktsystems für die Ausschilderung der Radwege im Münsterland installiert worden. Somit ist jetzt ein einfaches Routing nach Zahlen im kompletten Münsterland möglich und das vereinfachte Beschilderungssystem kann von Radtouristen ab Saisonbeginn vollständig genutzt werden.

Explore Münster – das touristische Premiumprodukt

In Kooperation mit der Initiative starke Innenstadt Münster (ISI) und dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e. V. (DEHOGA) ist unser touristisches Premiumprodukt „Explore Münster“ neu aufgelegt worden.

Projekt Schlösser- und Burgenregion Münsterland

In diesem Jahr sind weitere Maßnahmen umgesetzt worden, die allesamt dazu dienen, den touristischen Mehrwert der 100-Schlösser-Route im Münsterland zu erhöhen. Eine touristische Aufwertung erfahren: Schloss Wilkinghege, Haus Vögeding, Drostenhof Wolbeck, die Biologische Station Rieselfelder und die Hofkampbrücke Werse.

Auf dem Weg zu einer Gästestrategie für Münster

Die Parameter für Münster als attraktivem Tourismus-Standort haben sich analog zu den grundlegenden gesellschaftlichen Veränderungen gewandelt. In den Fokus geraten derzeit mittlere Städte mit hoher Lebensqualität, mit einem verträglichen Gästeaufkommen und einem hohen Freizeit- und Erholungswert abseits der sogenannten touristischen Attraktionen.

Wir sind sicher, dass Münster mit seinem Stadtcharakter und seiner eher zurückhaltenden, integrierten Tourismusstrategie zu den einladendsten Städten Deutschlands und Europas gehören kann und wird. Damit wir unsere Strategie möglichst stadtgefühl-kompatibel an die Anforderungen des zukünftigen Marktes anpassen und entsprechende touristische Angebote entwickeln können, erarbeiten wir derzeit gemeinsam mit unseren touristischen

Leistungspartnern und viel Experten- und Erfahrungswissen eine Gästestrategie, die ganz bewusst auch an die eigene Bevölkerung adressiert ist. Sie wird begleitet durch ein Beratungsbüro und gemeinsam mit unseren Fachpartnern vor Ort entwickelt und soll 2024 vorliegen.

Touristische Öffentlichkeitsarbeit 20 Jahre Tatort Münster – eine Erfolgsgeschichte feiert Jubiläum

Der Münster-Tatort feierte 2022 sein 20. Jubiläum. Allein unsere Postings auf den Social Media-Kanälen haben insgesamt knapp 100.000 Menschen erreicht.

Dein MünsterLand Moment

Die 2020 gemeinsam mit dem Münsterland e. V. entwickelte Kampagne ging 2022 in ihr drittes Jahr. Wir haben auch in diesem Jahr wieder auf dem bewährten crossmedialen Mix aus Digitalkampagne, Anzeigen, Advertorials in überregionalen Medien, Radiospots und Social Media gesetzt. Die Kampagne hat auf den Social MediaKanälen Facebook, Instagram, Pinterest und YouTube eine Reichweite von 3.300.000 erzielt.

Neuorientierung im Auslandsmarketing

Mit einem einstimmigen Beschluss hat die Marketing Kooperation der Historic Highlights of Germany sich aufgrund der aktuellen politischen Gesamtsituation von China als Zielmarkt verabschiedet und bearbeitet nun neben den USA noch den spanischen Markt.

Auslandsmarketing

Nach zwei Jahren Pandemie haben die Kommunikationsmaßnahmen in den Auslandsmärkten wieder Fahrt aufgenommen. Münster Marketing agiert hier immer im Verbund mit starken Partnern wie dem Münsterland e. V., dem NRW Tourismus, der Euregio, den Historic Highlights of Germany und der Deutschen Tourismuszentrale (DZT).

Gemeinsam werden Kommunikationsmaßnahmen in relevanten Quellmärkten geplant und umgesetzt und auch Besuche von Reisejournalisten, Bloggern und Influencern organisiert. 2022 haben wir 20 Reisen von Medienvertreterinnen und -vertretern aus den unterschiedlichsten Ländern in Münster organisiert und begleitet.

Für Münster ist nach wie vor der niederländische Markt der gewinnbringendste. Im Sommer wurden für Münster mehrere zielgruppenspezifische Imagefilme produziert und mit eigenen Kampagnen über die Kanäle der niederländischen Partner ausgespielt. Eine zweite Social Media-Kampagne folgte zu den Weihnachtsmärkten.

Advent in Münster – Top-Thema für überregionales und internationales Marketing

Der Advent in Münster mit den sechs Weihnachtsmärkten zählt überregional und international mit zu den reichweitenstärksten Münster-Themen und ist ein garantierter Publikumsmagnet. Angesichts dieser großen Strahlkraft verfolgt die begleitende Adventskampagne eine nachhaltige Strategie, die sich an dem besonderen Münster-Gefühl orientiert und von allen Akteuren mitgetragen und konsequent umgesetzt wird. Die gemeinsame Kommunikationsstrategie für alle sechs Märkte und die Angebote in der Adventszeit erfolgte in einem Mix aus Print und Online.

2.2.2. Kongressmarketing

Langsamer als im Freizeittourismus, aber dennoch kontinuierlich, kommen auch die Kongresse in unsere Stadt zurück. Allerdings hat sich der Veranstaltungs- und

Kongressmarkt in Deutschland durch die Pandemie deutlich verändert. Die Ansprüche an Tagungsräume (Raumgrößen, Luftqualität, Freiraumangebote...) sind ebenso gestiegen wie die Erwartungen an die Ausgestaltung der Tagungen selbst. Nachhaltige Angebote, möglichst CO2-neutral, frische und regionale Speisen und Getränke und ein besonderes Begleitprogramm mit regionalen Besonderheiten sowie Raum für Austausch und Begegnung sind inzwischen wichtige Leistungsanforderungen an Tagungen und Kongresse.

Ähnlich wie im Freizeittourismus spielen die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Gästewartungen der Kongress-Destination Münster durchaus in die Hände. Um aus dieser Situation für Münster als Kongressstandort Vorteile zu generieren und den Tagungsstandort auf dem nationalen und internationalen Markt bekannter zu machen, haben wir gemeinsam mit unseren Partnern in der Kongressinitiative und externer Beratung durch das German Convention Bureau und das Fraunhofer-Institut ein auf Münster zugeschnittenes Zukunftskonzept für den Kongressstandort erarbeitet, das der Rat inzwischen beschlossen hat

Das Kongressjahr 2022

Allmählich kehrten 2022 wieder Kongresse und Tagungen nach Münster zurück. Zunächst kleinere, dann auch größere wie die Internationale Ausstellung Fahrwegtechnik (IAF) mit 12.700 Besucherinnen und Besuchern im Messe und Congress Centrum Halle Münsterland. Im Tagungskalender standen darüber hinaus wieder zunehmend namhafte wissenschaftliche Veranstaltungen, wie zum Beispiel der Stammzellkongress CSCN, das Reha Kolloquium der Deutschen Rentenversicherung und die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Pathologie. Insgesamt lag das Kongressgeschäft, in das das Kongressbüro involviert war, bei rund 70 Prozent des Niveaus vor Corona.

In 2022 fanden 125 Tagungen mit 20.997 Teilnehmenden, davon 18 eintägige Tagungen mit 1.504 Teilnehmenden und 107 mehrtägige Tagungen mit 19.493 Teilnehmenden, statt. Der von uns generierte Umsatz lag bei 5.865.868,40 Euro (vor Corona in 2019: 8.773.361,50 Euro).

Die G7-Außenministerinnen und - Außenminister in Münster

Für viel internationales Publikum sorgte das Treffen der G7-Außenministerinnen und - Außenminister auf Einladung der deutschen Außenministerin Annalena Baerbock in Münsters Rathaus vom 6. bis 7. November. So besonders und selten ein solches Tagungsgroßereignis ist, so unterscheidet es sich doch in seinen Grundzügen nicht von jeder anderen internationalen Fachtagung. Und deshalb darf auch die gelungene „Anwerbung“ für diese internationale Tagung durchaus als Beleg für Münsters Qualität als Tagungsstandort der Zukunft gelten.

Nachhaltiger Kongressstandort

Neben anderen globalen Trends, die den Kongressstandort in Zukunft beeinflussen werden, ist es vor allem das Thema der nachhaltigen Entwicklung, das erkennbar an Bedeutung gewinnt. Viele Kundinnen und Kunden erwarten Veranstaltungen, die sich in der gesamten Angebotspalette deutlich an Nachhaltigkeitsprinzipien ausrichten und entsprechende Qualitäten anbieten.

Das Kongressbüro bietet bereits seit 2009 „Green Meetings“ an und ist gemeinsam mit der Stabsstelle Klima im Rahmen der „100 Climate-Neutral and Smart Cities 2030“ auf dem Weg zur Klimaneutralität. Wir unterstützen und motivieren aktiv mit prominenter Hilfe des Oberbürgermeisters und gemeinsam mit dem DEHOGA alle Tagungshotels, sich als nachhaltige Beherbergungsorte mit einem Nachhaltigkeitsiegel qualifizieren zu lassen.

Am Kongressstandort werben

Das Marketing für den Kongressstandort gelingt nur durch Überzeugung derer, die die Veranstaltungen verantworten und organisieren. Sie müssen ein gutes Gefühl haben, wenn sie sich für Münster entscheiden. Deshalb unterstützen wir die Kongressveranstalterinnen und -veranstalter aus Wissenschaft und Wirtschaft vor Ort mit bereits eingeführten regelmäßig durchgeführten Veranstaltungen, darunter der Professor*innen-Treff am 9.6.2022 speziell für Professorinnen und Professoren der hiesigen Hochschulen, der ERFA Stammtisch am 18.10.2022 für Mitarbeitende aus den verschiedenen Dekanaten und von verschiedenen Lehrstühlen und der Verbände-FAM-Trip deutschlandweit, 20.–22.10.2022, für Veranstalterinnen und Veranstalter, die unsere Stadt noch nicht kennen.

2.2.3. Münster Informationen

Natürlich kann man in den Münster Informationen im Historischen Rathaus und in der Heinrich-Brüning-Straße jede Frage stellen und bekommt auch auf nahezu jede eine Antwort. Aber die beiden Informationsstellen können noch viel mehr: Sie sind Treffpunkte für Bürgerinnen und Bürger und ihre Gäste und sie vermitteln Münsters Gastgeberqualitäten und seine grundsätzliche Willkommenshaltung.

Im Jahr 2022 verzeichneten beide Informationen steigende Besucherzahlen und erreichten bei Anfragen von Einzelgästen und Gruppen fast das Vor-Corona-Niveau. Die Münster Information begrüßte im Sommer viele Tagestouristen, die mit dem 9-Euro-Ticket die Stadt besuchten. Dieses Ticket wurde auch in der Münster Information angeboten

Explore Münster – Dein Stadtrundgang

Als neuer Service wird seit 2022 eine neu entwickelte Stadtführung-App mit Augmented Reality-Elementen angeboten, die sich eines großen Zuspruchs erfreut.

Gastfreundschaft für Geflüchtete

Im Rahmen der Angebote der Stadt für Geflüchtete aus der Ukraine spielte die Münster Informationen ein Wörterbuch aus dem Copenrath Verlag zum Download auf die LED-Wand ein und entwickelte kurzfristig einen Stadtplan in ukrainischer Sprache. In der Information im Historischen Rathaus erhielten die Geflüchteten kostenlosen Eintritt. Diese Einladung haben wunderbarerweise sehr viele Menschen angenommen.

Fahrradstadt Münster – Lastenrad zum Leihen

Seit dem Frühjahr wird in der Münster Information das Lastenrad „MIMI“ zum kostenlosen Ausleihen für Gäste und Einheimische angeboten.

2.3. Strategische Kommunikation und Partizipation

Schon lange trifft der Begriff des Stadtmarketings nicht mehr den eigentlichen Aufgabenkern des städtischen Eigenbetriebs Münster Marketing. Wir haben deshalb 2021 einen neuen Geschäftsbereich etabliert. Er vereint die inhaltlichen Themen Friedensbüro, Quartiersmanagement, Zukunfts- und Transformationsprozesse, Stadtidentität/ Heimat. Hier verbinden sich andererseits die zentralen kommunikativen Querschnittsfunktionen von Münster Marketing in die Stadtverwaltung hinein, zu externen Partnerinnen und Partnern und in die anderen Geschäftsbereiche des Eigenbetriebs. Mit dieser Struktur und der Kompetenz auf den Feldern Dialog- und Prozessgestaltung, Moderation und Mediation, Kampagnenentwicklung und Stakeholdermanagement bietet sich der Eigenbetrieb inzwischen als Moderator von großen, stadtzentralen Projekten und Prozessen an, die ohne Beteiligung und Dialog nicht umgesetzt werden können

Zu seinen Aufgaben gehören auch Entwicklung, Aufbau, Beteiligung und Pflege starker kommunikativer Netzwerke, ohne die wir die Zukunftsaufgaben der Stadt nicht lösen können werden. Wir entwickeln dabei Prototypen für Kooperation und Kommunikation strategisch bedeutsamer Projekte und Prozesse, wir arbeiten an der Überwindung bestehender „Silostrukturen“ innerhalb und außerhalb der Verwaltung und wir bringen unsere Kommunikationskompetenz in die Kampagnenentwicklung und Social Media-Kommunikation ein.

Dazu gehören unter anderem

- der Klimaprozess
- der Transformationsprozess der Innenstadt: Stadt.Raum.Leben. – Münsters Mitte machen
- die MünsterZukünfte
- die Standortstrategie für den Wirtschaftsstandort

Klimaprozess: Der Climate City Contract

Seit über 25 Jahren engagiert sich die Stadt und mit ihr die Stadtgesellschaft bei der Klimaarbeit. 2022 hat die EU Münster in den offiziellen Kreis der 100 Climate-Neutral and Smart Cities berufen und damit in den Kreis jener Städte, die bei der Umsetzung des „Green Deal“ und der Erreichung von Klimaneutralität bis 2030 vorneweggehen sollen.

Diese höchst anspruchsvolle Aufgabe verlangt es, dass das Thema als zentrales Zukunftsthema im Konzern Stadt direkt beim Oberbürgermeister angesiedelt und jenseits von Dezernatszuständigkeiten zum Top-Thema aller städtischen Ämter und Einrichtungen wird.

Zudem bedarf es einer besonderen Dialog- und Prozessgestaltung, deren Ziel es sein muss, die ganze Stadtgesellschaft hinter dem Ziel der Klimaneutralität zu versammeln und Anfang 2024 den City Climate Contract zu unterzeichnen.

Diese Aufgabe ist an ein Konsortium aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus der Stabsstelle Klima und dem Geschäftsbereich Strategische Kommunikation und Partizipation sowie dem Wissenschaftsbüro bei Münster Marketing delegiert worden, die den Prozess gestalten und die Partizipation organisieren sollen.

Dialog-und Prozessgestaltung im Transformationsprozess Innenstadt

Nach dem starken Auftakt im Vorjahr ist „Stadt.Raum.Leben“ – der Zukunftsprozess für Münsters Innenstadt – im Geschäftsjahr 2022 in seine entscheidende Phase eingetreten, die 2023 mit der Entscheidung des Rates über die Innenstadtprojekte für die nächsten acht Jahre ihr erstes Ziel erreichen wird.

Der Eigenbetrieb Münster Marketing ist dabei in mehrfacher Hinsicht gefordert. Er

- organisiert Beteiligung und Kommunikation für einzelne Themen
- etabliert langfristig wirksame Strukturen für die Kommunikation mit den Innenstadtakteuren im Zentrenmanagement
- entwickelt stadträumliche Interventionen und Experimente (Reallabore) als erste Umsetzungsimpulse des Innenstadtkonzepts

Werkstatt: Münsters Innenstadt - autoarm und erreichbar

Ein zentrales Ergebnis aus dem Innenstadtprozess ist der dringende Wunsch der Bürgerinnen und Bürger, die Innenstadtentwicklung solle zu einem autoärmeren und gleichzeitig gut erreichbaren Stadtzentrum führen. Der Rat hat inzwischen dieses Leitziel für

die Innenstadtentwicklung mit einem einstimmigen Ratsbeschluss als verbindliche Entwicklungsperspektive definiert.

Eine ganze Reihe von Bürgerforen und Experten-Workshops mit Beteiligung der relevanten Innenstadtakteure und Verbände hat diesen Anspruch diskutiert und konkretisiert. Wie dieser scheinbare Widerspruch zwischen autoarm und erreichbar aufgelöst werden kann, wie man dieses Ziel konkretisiert und auch zeitnah umsetzen kann, das wurde unter anderem am 25. Oktober 2022 mit ca. 80 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus der Stadtgesellschaft und Fachexpertinnen und -experten in einer gemeinsamen Werkstatt diskutiert. Die Fragen nach Mobilitätsangeboten, Parkplätzen und Nutzung von Stadtraum wurden durch interdisziplinäre Teams der Stadtverwaltung vorbereitet und moderiert; vor Ort unterstützt wurden sie durch die Gutachter des Masterplans Mobilität 2035, des Parkraumkonzepts und des Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepts Münster-Innenstadt (INSEK).

Sichtbarkeit und Akzeptanz der Wirtschaft

Alle Analysen und Diskurse zum Thema Wirtschaft in der Stadt kommen darin überein, dass die Wahrnehmung der lokalen Wirtschaft in der immer noch stark vom öffentlichen oder halböffentlichen Dienstleistungssektor und von Bildung und Wissenschaft geprägten Stadt zu wenig stark ausgeprägt ist. Die Standortstrategie soll zu diesem Befund Aussagen machen und Handlungsempfehlungen geben.

Ungeachtet dessen haben wir den Austausch und die regelmäßige Kooperation mit den Kammern und wichtigen Unternehmen konsequent verstetigt und die Netzwerkarbeit intensiviert:

- Wir bitten die Wirtschaft um Kooperation bei möglichst allen Themen, die sie betreffen. Die Kammern sind daher Partner in der Baustellenkommunikation ebenso wie bei wichtigen Verkehrsversuchen und in der zukünftigen Innenstadtentwicklung.
- Wir haben die Wirtschaft frühzeitig eingeladen, sich am Münsterprozess zur Klimaneutralität zu beteiligen. Mit großer Zustimmung und der Versicherung, ihren Beitrag zur Zielerreichung zu leisten und öffentlich zu machen, ist diese Einladung angenommen worden. Zusätzlich stehen von dort Impulse aus, auch das Thema Biodiversität für Münster zu entwickeln.
- Die regionale Wirtschaft (IHK Nord Westfalen) beteiligt sich maßgeblich sowohl inhaltlich als auch finanziell am Programm zum Jubiläum des 375. Erinnerns an den Westfälischen Frieden.
- Die Standortentwicklungsstrategie wird einen eigenen Untersuchungsstrang zur Bedeutung des Handwerks für die lokale Ökonomie enthalten, der mit der Handwerkskammer verabredet ist.

Facetten ökonomischer Stärke – Wirtschaft und Wissenschaft als Zukunftsgaranten

Nicht nur die Szenario-Analyse im Zukunftsprozess der Stadt hat die lokale und regionale Wirtschaft als eine der wichtigsten Stellschrauben für Münsters Zukunftsentwicklung identifiziert.

Der Beirat Münster Marketing hat daher für diese strategisch bedeutsamen Themenfelder je eine eigene Arbeitsgruppe eingerichtet mit dem Ziel, konkrete Maßnahmen zu ihrer Stärkung und gegebenenfalls auch zur Verbindung zu zentralen städtischen Themen vorzuschlagen.

Die Empfehlung, eine Entwicklungsstrategie für den Wirtschaftsstandort zu erarbeiten, hat der Rat aufgegriffen und einen dialogorientierten Erarbeitungsprozess beschlossen. Dieser wird gemeinsam von Münster Marketing, der strategischen Stadtentwicklung und der Wirtschaftsförderung Münster organisiert und in enger Kooperation mit den Kammern und den relevanten Unternehmen im Beirat Münster Marketing und der Wirtschaftskonferenz entwickelt. Ende 2023 soll das strategische Konzept vorliegen.

2.3.1. Quartiersmanagement

Die Stadtteile nach innen und außen stärken, Projekte der Akteure vor Ort unterstützen und die Bürgerinnen und Bürger frühzeitig und intensiv bei den Planungen und Veränderungen für ihren Stadtteil beteiligen: Die Ziele des Quartiersmanagements bringen vielfältige Aufgaben mit sich, die wir im engen Schulterschluss mit dem Stadtplanungsamt übernehmen – im Tandem für die Stadtteilarbeit.

Besonders 2022 zeigte sich, dass bei gesamtstädtischen Projekten und vermeintlich innenstadtfokussierten Veranstaltungen die Stadtteile immer mehr in den Blick genommen werden. So zum Beispiel beim Wissenschaftsfestival „Schlauraum“, bei dem eine Vielzahl an Veranstaltungen in den Stadtteilen durchgeführt wurden. Oder bei dem Projekt „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“, welches Maßnahmen zur gesundheitlichen Chancengleichheit insbesondere in den Stadtteilen entwickelt. Dieser verstärkte Fokus, Projekte gesamtstädtisch erlebbar zu machen, wird durch das Quartiersmanagement weitergeführt, so auch 2023 beim Jubiläumsjahr des Westfälischen Friedens.

Eine Delegation aus Berg Fidel zu Gast im Rathaus

Gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen des Grünflächen-, Kultur-, Stadtplanungs- und Mobilitätsamtes haben wir im Mai 2022 eine 30-köpfige Delegation von Schülerinnen und Schülern der PRIMUS-Schule Berg Fidel im Rathausfestsaal begrüßen dürfen. Hintergrund war die im Sommer 2021 durchgeführte Kinder- und Jugendbeteiligung in Berg Fidel, bei der 100 Schülerinnen und Schüler mithilfe von Tablets und der App #stadtsache ihren Stadtteil erkundeten.

Die Ergebnisse des Projektes fließen in das Integrierte Stadtteilentwicklungskonzept ein, das zurzeit vom Stadtplanungsamt mit den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort erarbeitet wird.

Die Bürgerhäuser im York- und Oxford-Quartier

Wer die großen Stadtentwicklungsprojekte Münsters aufzählt, hat in seiner Liste definitiv auch das YorkQuartier in Gremmendorf und das Oxford-Quartier in Gievenbeck. Seit 2021 sind wir in einer dezernatsübergreifenden Projektgruppe dabei, die Bürgerhäuser auf beiden Konversionsflächen weiter auf den Weg zu bringen. Beide Gebäude, das ehemalige Offizierskasino in Gremmendorf und das Uhrenturmgebäude in Gievenbeck, sind Baudenkmäler und genießen besonderen Schutz. Die Entwicklung neuer Nutzungskonzepte erfordert daher besondere Sensibilität. Hier sollen Orte für Begegnung, Bildung und für kulturellen Austausch entstehen.

Um die Anforderungen und Ideen aus der Bürgerschaft in diesen Prozess mit einzubeziehen, wurde eine umfangreiche Beteiligung ermöglicht.

Im York-Quartier haben wir ins Offizierskasino zum „Open House“ eingeladen. Rund 330 Bürgerinnen und Bürger folgten dieser Einladung. Die Bilanz des Tages waren ausgebuchte Rundgänge durch das Gebäude, abwechslungsreiche Musik, ein Open-Air-Kino am Abend und vielfältige Ideen, die es nun in ein gemeinsames Nutzungskonzept zu überführen gilt.

Auch in Gievenbeck, wo bereits in einem vorherigen Schritt die Vereine beteiligt wurden, kamen rund 100 Bürgerinnen und Bürger mit der Stadtverwaltung zusammen, um gemeinsam auszuarbeiten, welche Angebote und welche Atmosphäre das künftige Bürgerhaus im Uhrenturmgebäude bieten soll.

Eine Willkommensbroschüre für den Südosten

Der Stadtbezirk Südost wächst. Zusammen mit der Bezirksverwaltungsstelle, dem Bezirksbürgermeister sowie Bürgerinnen und Bürgern aus den drei Stadtteilen haben wir im Quartiersmanagement bei Münster Marketing nun eine Broschüre erstellt, um neu Hinzuziehende in ihrem Stadtbezirk willkommen zu heißen. Dabei hat sich gezeigt, dass das Expertenwissen aus der Bürgerschaft für das gemeinschaftliche Pilotprojekt besonders wichtig war.

Wanderwege in Albachten

In Kooperation mit dem Westfälischen Heimatbund und auf Initiative von Ratsfrau Ute Hagemann haben wir drei Wanderempfehlungen in Albachten neu entwickelt. Außerdem wurde auch eine große Rundroute durch den Norden Münsters entwickelt, der „X MS Nord“ als nördliche Ergänzung zum Jubiläumswanderweg X100 des Westfälischen Heimatbundes.

2.3.2. Westfälischer Frieden

Das Friedensbüro als Partner der Zivilgesellschaft

Mit dem Friedensbüro bei Münster Marketing hat der Rat eine zentrale Koordinationsstelle für zivilgesellschaftliche Aktivitäten und für das dauerhafte Monitoring des Europäischen Kulturerbesiegels geschaffen. Die Moderation der zivilgesellschaftlichen Akteure erfolgt über die Zusammenarbeit mit der AG Frieden, die die Kommunikation in die Zivilgesellschaft maßgeblich übernehmen soll. Sie steht im regelmäßigen Austausch mit dem Friedensbüro mit dem Ziel, die Friedensarbeit in der Stadt weiterzuentwickeln, zukunftsfest und für junge Generationen zu öffnen und attraktiv zu machen.

„Dialoge zum Frieden“

Die Veranstaltungsreihe „Dialoge zum Frieden“ fand zum ersten Mal seit Beginn der SARS-CoV-2-Pandemie wieder statt. Hauptthema war eine Kooperation mit der Stadt Eisenach, welche ganz im Zeichen des 500-jährigen Jubiläums der Bibelübersetzung durch Martin Luther stand. Den Auftakt der Veranstaltungsreihe bildete eine Dauerausstellung im Bibelmuseum der Universität, die verschiedene Artefakte zur Bibeltransition von Martin Luther zeigte.

Am 8. September fand eine Podiumsdiskussion statt, bei der zwei renommierte Professoren der Universität Münster, Prof. Dr. Wolf und Prof. Dr. Strutwolf, diskutierten: „Welche Sprache spricht Gott“.

Als nächstes stand das Historienspiel "VIVAT PAX!" auf dem Programm, gefolgt von der Schüler-Akademie "Zwischen Poltern und Poesie" vom 21.–23. September mit einer Exkursion nach Eisenach inkl. dreier Workshops, die sich mit verschiedenen Aspekten der Kommunikation befassten. Zum Abschluss sprach Prof. Dr. Norbert Lammert, Bundestagspräsident a. D., der zudem am 30. September einen Vortrag im Rathausfestsaal hielt.

Das Treffen der Religionsgemeinschaften zwischen Münster und Osnabrück fand am 27. Oktober in Osnabrück zusammen statt.

Jubiläum „375 Westfälischer Frieden“

Mit Blick auf das in 2023 bevorstehende 375-jährige Jubiläum des Westfälischen Friedens nahmen im laufenden Geschäftsjahr bereits die Programmentwicklung und Projektvorbereitung im Friedensbüro einen besonderen Stellenwert ein. Seit Anfang 2022 ist das Team bei Münster Marketing mit der Zusammenführung und der Weiterentwicklung der Projektideen aus der Zivilgesellschaft zu einem umfassenden interdisziplinären Gesamtkonzept des Jubiläumsjahres beauftragt. Seine Aufgabe ist es, ein zugleich gesamtgesellschaftlich wirkungsvolles und ebenso beteiligungsorientiertes und

niedrigschwelliges Programm zu entwickeln, das dem Thema auch in Zeiten des Krieges gerecht wird.

Dem Friedensbüro ist es gelungen, gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen aus der Denkmalpflege im Stadtplanungsamt, den Zuschlag für die bundesweite Eröffnung des Tages des Offenen Denkmals zu erhalten, der gemäß dieser Entscheidung im September 2023 stattfinden wird. Mit der Zusage, Deutschlands größte Kulturveranstaltung im Friedensjahr nach Münster zu bringen, stand Ende des Jahres damit bereits ein erster Meilenstein für das Jahresprogramm fest. Weitere Highlights werden die Eröffnungswoche im Mai 2023, zahlreiche hochkarätige Wissenschaftsdiskurse und die gemeinsame Jubiläumsveranstaltung am 24. / 25. Oktober 2023 mit Osnabrück sein.

Gemäß dem Auftrag des Rates, in angemessener Form auch Projekte Dritter in das Programm einzubeziehen, ist gemeinsam mit der Bürgerstiftung der Wettbewerb „Peace Projects 2023“ ausgelobt worden. Insgesamt 77 private Projekte haben sich an diesem von der Sparkasse Münsterland Ost finanzierten Wettbewerb beteiligt. Elf Projekte erhielten eine finanzielle Förderung, so dass im Jubiläumsjahr zusätzlich zukunftsweisende und wichtige Projekte zum Thema Frieden umgesetzt werden können. Ebenfalls in diesem Geschäftsjahr entwickelt wurde die komplette Kommunikation und Kampagnenstrategie für das Jubiläumsjahr.

2.4. Wissenschaftsbüro

Wissenschaftsallianz für die Fläche

Am 14. Mai sowie am 18. Oktober 2022 fand unter Federführung des städtischen Planungsamtes im Freiherr vom-Stein-Gymnasium in Gievenbeck ein zweistufiges Werkstattverfahren zur Entwicklung von zwei Modellquartieren in Münsters Nordwesten statt:

- an der Steinfurter Straße für Leben, Wohnen, Arbeiten und Technologie und
- an der Busso-Peus-Straße direkt im Anschluss an den Wissenschaftspark für Leben, Wohnen, Wissenschaft und Wirtschaft.

Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft trugen aus ihren jeweiligen Perspektiven ihr Know-how zur erfolgreichen Entwicklung der beiden neuen Quartiere zusammen. Das Wissenschaftsbüro unterstützte das Stadtplanungsamt bei der Einbindung der Wissenschaftseinrichtungen, wissenschaftsnahen Unternehmen, aber auch der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Arbeitskreis Nachhaltige Stadtentwicklung von Münsters Allianz für Wissenschaft in das Werkstattverfahren. Auch vernetzte es die Akteure und Ergebnisse aus dem 2021 stattgefundenen Projekt „CorrensLab“ mit dem Planungsprozess.

Wissenschaftskooperation: Gesunde Stadt

Das im Jahr 2021 gestartete Projekt „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“ war 2022 Arbeitsschwerpunkt des Wissenschaftsbüros. Das für fünf Jahre durch die Techniker Krankenkasse geförderte Projekt, aus dem Arbeitskreis „Nachhaltige Stadtentwicklung“ von Münsters Allianz für Wissenschaft hervorgegangen, ist eine Kooperation von Universität Münster (Institut für Geographie) und Stadt Münster (Münster Marketing und Gesundheits- und Veterinäramt). Ziel der Maßnahme ist es, in Münster gesundheitliche Chancengleichheit zu fördern und Gesundheit als ein wichtiges Ziel stärker in der Stadtentwicklung zu verankern.

Wissenschaftlicher Nachwuchs im Fokus

Ein Schwerpunkt der Arbeit des Wissenschaftsbüros war die Positionierung Münsters als attraktive Wissenschaftsstadt beim wissenschaftlichen Nachwuchs – auch im internationalen Kontext.

Am 23. und 24. Juni 2022 kamen Schülerinnen und Schüler aus ganz Deutschland zur dritten Wettbewerbsrunde der Internationalen Chemie Olympiade 2022 nach Münster. Viele Teilnehmende haben Münster als attraktiven Studienstandort entdeckt.

Vom 24. bis 26. August 2022 trafen sich Studierendenteams von Hochschulen aus dem In- und Ausland im Rahmen des international größten Wettbewerbs der synthetischen Biologie iGEM im Max-Planck-Institut für Molekulare Biomedizin in Münster.

Vom 1. bis 4. September 2022 trafen sich in Münster auf Einladung der Deutschen Physikalischen Gesellschaft (DPG) und der ungarischen Vereinigung der Physikstudierenden in Münster mehr als 40 Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler aus ganz Deutschland und Ungarn beim Mafihé – jDPG Exchange 2022.

Schließlich wurde die Wissenschaftsstadt Münster am 5. Oktober 2022 bei der Erstsemesterbegrüßung der Universität Münster mit etwa 4.000 Studienanfängerinnen und -anfängern im Preußenstadion an einem eigenen Stand von Münster Marketing präsentiert.

Wissenschaft erklärt

Wie Wissenschaft funktioniert, wurde auf der MS Wissenschaft erklärt: Das Binnenschiff war im Auftrag von Wissenschaft im Dialog unterwegs und ging vom 30. Juni bis zum 3. Juli 2022 in Münsters Stadthafen vor Anker. Das Wissenschaftsbüro sorgte für die Vernetzung mit Schulen, Freizeiteinrichtungen und wissenschaftlichen Einrichtungen und unterstützte das Marketing.

Wissenschaftsstadt vernetzt

Am 20. Oktober 2022 lud Das Center for Nanotechnology zum Science Breakfast ein und stieß bei Wissenschaft und Wirtschaft wieder auf sehr große Resonanz. Das Wissenschaftsbüro stellte die Planungen für ein neues Modellquartier vor, welches westlich der Busso-Peus-Straße entstehen wird und wo auch neuer Raum für Wissenschaft und Wirtschaft entstehen soll. Auch wurde beim Vernetzungstreffen über neue Entwicklungen in Wissenschaft und Wirtschaft informiert.

Bereits am 29. März 2022 ging ein neues Format der Vernetzung im Wissenschaftspark an den Start: Die Gesellschaft für Bioanalytik Münster lud zum ersten Stammtisch „Technologie & Life Sciences Netzwerk Münster“ ins Nano-Bioanalytik-Zentrum Münster ein.

Weltklasse-Stammzellenforschung in Münster

Im September 2022 fand in Münster das Treffen des German Stem Cell Network (GSCN) statt. Das GSCN ist eine internationale Konferenz mit dem Schwerpunkt Stammzellforschung. Tagungspräsident war Prof. Dr. Hans R. Schöler, ein renommierter Stammzell- und Entwicklungsbiologe, der in Münster am Max-Planck-Institut für molekulare Biomedizin tätig ist. Hauptredner des GSCN war der Nobelpreisträger, Shinya Yamanaka, PhD.

Eine große Industrieausstellung sorgte für die Interaktion zwischen Grundlagenforschung und Wirtschaft. Schließlich gab es noch eine gut organisierte Outreach-Veranstaltung in Form einer Podiumsdiskussion. Hier sprachen deutsche Forscher, die über Expertise auf verschiedenen Gebieten der Stammzellforschung verfügen, darunter auch Prof. Dr. Schöler.

Tag der Offenen Tür bei den Münsteraner Hochschulen

Am 10. November fand der Hochschultag nach der durch die Corona-Pandemie erzwungenen Pause und der digitalen Veranstaltung ab 2021 wieder als analoge Veranstaltung statt – mit insgesamt rund 13.000 Studierenden.

3. Vermögens-, Finanz und Ertragslage

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage stellt sich für das abgelaufene Geschäftsjahr wie folgt dar:

3.1. Vermögenslage

Die Bilanzsumme stieg im Berichtsjahr auf 2.611 T€ (Vorjahr: 2.368T€). Das Eigenkapital erhöhte sich um den Jahresüberschuss auf 880 T€ (Vorjahr: 822 T€). Die Eigenkapitalquote sank hingegen um ein Prozent auf 33,7% (Vorjahr: 34,7 %).

Investitionen für immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen wurden im Geschäftsjahr 2022 nicht getätigt. Die Finanzanlagen stiegen um 17 T€ auf 466 T€ (Vorjahr: 449 T€) durch den Kauf von Anteilen an dem Westf.-Versorgungs-Rücklagen-Fonds. Die Finanzierung erfolgte jeweils aus eigenen Mitteln.

3.2. Finanzlage

Die Finanzlage kann als solide bezeichnet werden. Verbindlichkeiten werden innerhalb der Zahlungsfrist beglichen und Forderungen innerhalb der Zahlungsziele vereinnahmt.

3.3. Ertragslage

Münster Marketing erzielte im Geschäftsjahr 2022 Erträge in Höhe von 4.427 T€ (Vorjahr: 3.957 T€). Die Umsatzerlöse verzeichneten dabei mit 642 T€ (Vorjahr 391 T€) einen deutlichen Anstieg in Höhe von 251 T€. Aufgrund des Endes der Corona Pandemie und der damit verbundenen vollumfänglichen Wiederaufnahme des Geschäfts von Münster Marketing, konnten unter anderem sehr gefragte Großveranstaltungen wie z.B. das Hansemahl, das Münsteraner Stadtfest und auch „Schauraum – das Fest der Museen und Galerien“ seit 2019 erstmals wieder stattfinden.

Durch die wieder steigenden Besucher- und Teilnehmerzahlen profitierten neben der Touristik auch alle anderen Geschäftsbereiche von Münster Marketing. Durch die Wiederaufnahme von zurzeit der Corona Pandemie still gelegten Projekten wie z.B. des Projekts „Gesunde Nachhaltige Stadt“ unseres Wissenschaftsbüros, konnte Münster Marketing zusätzlich auch wieder einen deutlichen Anstieg im Bereich der Kostenerstattungen (100 TEUR) erzielen.

Die Zuschüsse erhöhten sich auf insgesamt 3.771 T€ (Vorjahr: 3.545 T€). Die Steigerung ist insbesondere auf die Landesmittel für den Bereich Innenstadt (Zentrenmanagement / Stadtbäume) und die Zuschüsse der Stadt Münster zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen bei 15 T€ (Vorjahr 13 T€), die Zinserträge beliefen sich auf 7 T€ (Vorjahr: 0,4 T€).

Die Aufwendungen betragen im gleichen Zeitraum 4.359 T€ (Vorjahr: 3.852 T€). Ein großer Teil dieses Anstiegs ist dabei auf den Anstieg des Materialaufwands (241 T€) zurückzuführen. Insbesondere die Aufwendungen für Sonstige Dienstleistungen sind gestiegen, da besonders kostenintensive Großveranstaltungen, wie in der Erläuterung der Ertragslage bereits beschrieben, im Geschäftsjahr 2022 wieder stattfinden konnten.

Der Anstieg des Materialaufwands sowie der Anstieg der Umsatzerlöse stehen daher in einem direkten Zusammenhang.

Der Personalaufwand ist mit 2.647 T€ (Vorjahr: 2.279 T€) im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Wo sich im vorangegangenen Geschäftsjahr 2021 noch unbesetzte Stellen, Abordnungen von Mitarbeiter*innen, u.a. für die Corona-Hotline, das Impfzentrum und die Feuerwehr, während des Lockdowns im 1. Halbjahr 2021 bemerkbar machten, spiegelt die Entwicklung des Personalaufwands im Geschäftsjahr 2022 ebenfalls die Wiederaufnahme des Normalbetriebs von Münster Marketing im Geschäftsjahr 2022 wider.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind mit 1.184 T€ (Vorjahr: 1.287 T€) hingegen zurückgegangen. Hier hatten sich im Vorjahreswert insbesondere Aufwendungen für die Projekte Zentrenmanagement, Zentrenfonds und Gesunde Stadt, aber auch per Ratsbeschluss zugesagte Verbindlichkeiten für das Jubiläum 375 Jahre Westfälischer Frieden niedergeschlagen, die im Geschäftsjahr 2022 nicht mehr angefallen sind.

Für das Geschäftsjahr 2022 ergibt sich somit ein Jahresüberschuss in Höhe von 59 T€ (Vorjahr: 105 T€).

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wird insgesamt als geordnet beurteilt.

3.4. Vergleich Wirtschaftsplan und Ergebnis 2022 – Ausblick auf das Planergebnis des Geschäftsjahres 2023

Im Plan- Ist-Vergleich lässt sich für das Geschäftsjahr 2022 zusammenfassend festhalten, dass sich das Ende der Corona Pandemie vor allem im Bereich der Umsatzerlöse und Zuschüsse positiv ausgewirkt hat. Die Ergebnisse in diesem Bereich liegen aufgrund der vollumfänglichen Wiederaufnahme des Geschäfts von Münster Marketing sogar über dem Plan.

Auch die Aufwendungen sind gegenüber dem Vorjahr wieder deutlich gestiegen, liegen aber dennoch unter den für das Geschäftsjahr 2022 erwarteten Plan-Zahlen, sodass ein leichtes Plus (59 T€) entgegen des geplanten Jahresüberschusses von 0 für das Geschäftsjahr 2022 verzeichnet wird.

Für das kommende Geschäftsjahr 2023 wird ein neutrales Jahresergebnis von 0 erwartet, sodass die von Münster Marketing laut Wirtschaftsplan 2023 veranschlagten Erlöse und Aufwendungen sich vollständig ausgleichen.

3.5. Einhaltung der öffentlichen Zielsetzung

Zweck der Einrichtung einschließlich etwaiger Hilfs- und Nebenbetriebe ist die Profilierung und Stärkung von Münster im Wettbewerb der Städte und Regionen durch Instrumente des Stadtmarketings und allen den Betriebszweck fördernden Geschäften. Dieser Zweck wird eingehalten.

4. Risiken und Chancen der künftigen Entwicklung

Der Eigenbetrieb Münster Marketing hat sich auch im Geschäftsjahr 2022 dem Managementvertrag entsprechend weiter entwickelt und prägt konsequent seine Stärken im Management des öffentlichen Raums und der (Stakeholder)- und Bürger:innenbeteiligung weiter aus. Im Binnenverhältnis zu den Ämtern der Stadtverwaltung sowohl im Arbeitsbereich des Dezernates mit den Ämtern Planung, Mobilität und Tiefbau, Umweltschutz und Grün oder auch Konversionsmanagement übernehmen wir zunehmend Koordinations- und vor allem Kommunikationsaufgaben, mit dem Ziel, den Bewohner:innen die Arbeit am Stadtraum möglichst gut zu erklären, sie frühzeitig zu informieren, sie zu

Akteuren für die Lebensqualität und die Zukunftsfähigkeit der Stadt und zu Botschafter:innen nach innen und außen zu machen.

Der Auftrag des Rates, das 375jährige Jubiläum zum Westfälischen Frieden zu konzipieren und zu organisieren, ist zudem ein Beleg dafür, dass dem städtischen Eigenbetrieb ein hohes Maß an Projektsteuerungs- und Beteiligungskompetenz zugetraut und abverlangt wird.

Diese Qualifikationen müssen in der Organisation weiter ausgebildet und unter zunehmendem Arbeitsdruck entwickelt werden. Auch die genuinen Aufgaben eines professionellen Tourismus- und Stadtmarketings wie z. B. die Entwicklung einer Gäste- und Freizeitstrategie für die Stadt und ihr Umland oder die Umsetzung der bereits erarbeiteten Zukunftsstrategie für den Tagungs- und Kongressstandort erfordern neue Kompetenzen der Mitarbeitenden, vor allem im Management der entsprechenden Anspruchsgruppen und Stakeholder. Das gilt selbstverständlich auch für den nun anstehenden Prozess der Umsetzung des vom Rat beschlossenen Innenstadtentwicklungskonzeptes und des Zentrenmanagements.

Es liegt auf der Hand, dass diese sehr konsequente und bereits erfolgreich voran geschrittene Entwicklung des münsterischen Stadtmarketings mit seinem großen Aufgabenspektrum in erster Linie große Chancen birgt: das Aufgabenspektrum ist für gut ausgebildete Fachkräfte, vor allem für Hochschulabsolvent:innen ausgesprochen attraktiv, so dass das Personalrecruiting für diese stark kommunikativ orientierten Arbeitsplätze auch künftig erfolgreich sein dürfte. Unsere ausgewiesene Kommunikations- und Beteiligungskompetenz wird von zunehmend mehr Ämtern in der Verwaltung nachgefragt und vor allem bei zentralen und fachübergreifenden Prozessen und Projekten (Zukunftsprozess, Innenstadtstrategie, Westfälischer Frieden, Klimastadt) eingesetzt.

Natürlich hat diese Entwicklung auch ein Risikopotential: wir benötigen für die sehr anspruchsvollen Kommunikations- und Projektmanagementaufgaben bestens ausgebildete, zumeist erfahrene Mitarbeitende, die nur für eine angemessene Vergütung zu bekommen sind. Das wird das Gehaltsniveau in den nächsten Jahren verändern und die Finanzausstattung des Betriebs belasten. Zudem unterliegt der Eigenbetrieb seit dem letzten Managementkontrakt quasi einer Einsparvorgabe, die im Jahr 2024 ihren Höhepunkt erreicht.

Es ist nach Lage der Dinge aber anzunehmen, dass die durch Einmaleffekte in den letzten Jahren erwirtschaftete Rücklage den Betrieb in die Lage versetzen wird, diese Mehrbelastungen aus eigener Kraft aufzufangen. Ohne diese Mittel könnte diese Prognose nicht getroffen werden.

5. Voraussichtliche Entwicklung

Das Geschäftsjahr 2023 wird erkennbar geprägt sein durch die zahlreichen Veranstaltungen und Projekte, die ab Mai 2023 und teilweise auch schon vorher an den vor 375 Jahren geschlossenen Westfälischen Frieden erinnern. Alle Geschäftsbereiche des Eigenbetriebs sind in die Vorbereitung des Jubiläumsjahres eingebunden, das aus laufenden Mitteln und mit kaum zusätzlicher Personalressource bewältigt und das angesichts des inzwischen das politische Weltgeschehen bestimmenden Ukraine- Krieges in Struktur und Tonalität an die aktuelle politische Lage angepasst werden musste.

Das Programm für das Jahr hat mit Anfang (Mai), Mitte (September) und Jubiläumstag (Oktober) drei sehr unterschiedliche Veranstaltungsschwerpunkte, die die gesamte Stadtgesellschaft adressieren und einbinden und die sich thematisch an den komplexen Herausforderungen der globalen Friedenssicherung orientieren. Es gehört zur DNA der Stadt, dass neben der Stadt selbst alle wichtigen Partner – u. a. die Hochschulen, die

Wirtschaft, die Schulen, der Landschaftsverband Westfalen Lippe, der Regierungspräsident oder die Wirtschaftliche Gesellschaft für Westfalen und Lippe und die Stiftung Westfalen-Initiative – mit wichtigen Beiträgen und Projekten beteiligt sind. Auch alle Theater, die Bürgerstiftung und zahlreiche freie Initiativen und Projekte aus dem Kultur- und Bildungsbereich bestimmen das Jahresprogramm mit. Es entspricht dem komplexen Thema, dass dazu viele unterschiedliche, auch kontroverse Positionen zu Wort kommen.

Es ist schon jetzt absehbar, dass viele Ideen und Projekte auch längerfristig bestehen bleiben und die Arbeit des Friedensbüros beeinflussen werden. Auch die Umsetzung der vom Rat beschlossenen Innenstadtstrategie beginnt im nachfolgenden Geschäftsjahr 2023. Das inzwischen eingerichtete Zentrenmanagement in Kooperation mit verschiedenen Ämtern (Planung, Mobilität und Tiefbau, fallweise auch Grünflächen und Umweltschutz) und der Wirtschaftsförderung steht für die Umsetzung der mit dem Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzept Münster-Innenstadt (INSEK) beschlossenen Innenstadtprojekte bereit. Als erstes sind schnelle, teils auch temporäre, Einzelmaßnahmen in verschiedenen Straßen- und Stadträumen geplant, die die Qualitätsverbesserung des Stadtraums anstoßen. Konkret geht es darum, den ab Mitte des Jahres autofreien Domplatz aufzuwerten und ihn mit deutlich mehr Aufenthalts- und Verweilqualität auszustatten; außerdem wird auch 2023 wieder die erfolgreiche „Domplatz-Oase“ auf der Ostseite des Domplatzes eingerichtet und für alle als Verweil- und Aushort im Schatten der Linden zur Verfügung gestellt.

Die Königsstraße wird von unserer Beteiligung am Landesprogramm NRW für die Innenstadtentwicklung profitieren und erhält eine Reihe von Straßenbäumen (in Kübeln) sowie zu Beginn des Sommers Holzbänke und Fahrradabstellmöglichkeiten. Straßenbäume sollen ebenfalls die Frauenstraße, den Verspoel und den Alten Fischmarkt verändern und als ein erster Baustein für eine zukünftig grünere und für die Menschen angenehmere Innenstadt fungieren. Das erkennbar veränderte Klima führt in allen Städten inzwischen zu Bemühungen, die blaue (Wasser) und die grüne (Bäume) Infrastruktur zu verbessern - diese Entwicklung ist auch für Münsters Innenstadt angezeigt und mit dem INSEK beschlossen. Dazu gehört auch die Ertüchtigung der Brunnen, die mit dem Lambertibrunnen nun begonnen hat.

Alle Innenstadtprojekte werden gemeinsam mit der Initiative starke Innenstadt (ISI) gemeinsam organisiert und entwickelt, die im Zentrenmanagement als feste Partnerin eingebunden ist und durch ihre Arbeit die Akteurskommunikation in der Innenstadt absichert. Das ist besonders im Blick auf die Eigentümerinnen und Eigentümer von Innenstadtimmobilien erforderlich, für die die ISI inzwischen eigene und speziell auf deren Fragestellungen abgestimmte Formate entwickelt. Sie sind, darüber besteht Konsens, mit ihren Immobilien zentrale Partner der Innenstadtentwicklung; ihre Anbindung an geplante Innenstadtentwicklungen, die vertrauensvolle Kommunikation und Hilfe bei Fragen von Umnutzung oder Vermietung von Handelsimmobilien ist ein Kernthema des Zentrenmanagements.

Ebenfalls in die Umsetzung geht die 2022 vom Rat beschlossene Entwicklungsstrategie für den Kongressstandort. Das Kongressbüro erarbeitet dafür eine detaillierte Karte aller Tagungs- und Kongressorte und ihrer Verbindungen im Sinne des Leitmotivs: Die ganze Stadt ist der Tagungsort der Zukunft. Dabei geht es darum, räumliche Cluster für Kongressveranstalter zu definieren - z. B. die Tagung am Hafen, die Tagung rund um den Aasee etc. und deren Wegeverbindungen zu 57 Ausblick erfassen, Stärken und Schwächen zu analysieren und daraus Projektvorschläge und Produkte für die Tagungsplaner zu entwickeln und zu vermarkten. Diese Aufgabe werden wir mit allen Partnern der Kongressinitiative angehen.

Auch die Finalisierung einer Gästestrategie für Münster geht 2023 in die Umsetzung. Sie soll dazu beitragen, dass Münster im Städtetourismus seine starke Position sichern und ausbauen kann, was angesichts des bevorstehenden Wandels im Tourismus insgesamt

sowohl erforderlich als auch realisierbar erscheint. Dass die Stadt ihre Leistungsträger (Hotels, Gastronomie, Radverleih, Eventveranstalter...) dabei unterstützen und begleiten wird, liegt auf der Hand - dass dies in Richtung auf Angebote für einen möglichst stadtverträglichen und nachhaltigen Tourismus gehen muss, liegt ebenso auf der Hand.

Als Partner der Klimastrategie unserer Stadt und im Projekt „100 Climate-Neutral & Smart Cities“ arbeitet der Eigenbetrieb seit 2022 maßgeblich an der Kommunikation und der Aktivierung der Zivilgesellschaft für die Klimaziele der Stadt mit. Gemeinsam mit dem Team der Stabsstelle Klima werden 2023 verschiedene große Veranstaltungen stattfinden, die die Idee des Klimaschutzes als Aufgabe für alle Bürgerinnen und Bürger kommuniziert und jeden und jede zum Handeln auffordert. Mit einem Stadtforum Klima im Juni in der fertiggestellten Merantihalle des Allwetterzoos wird das Klimaprojekt in die Stadtbevölkerung kommuniziert; es bildet den Auftakt für die weitere Erarbeitung konkreter Klimaprojekte der Bevölkerung. Parallel dazu werden alle großen Partner – von der Wirtschaft über die Hochschulen, den Wohnungsbau und die Mobilität – adressiert, die ihre Beiträge zum Klimaschutz einbringen. Ebenfalls geplant ist eine sog. KlimaExpo – eine Einladung an interessierte Bürgerinnen und Bürger, sich vor Ort über bereits realisierte Klimaschutzprojekte und -prozesse, im Großen wie im Kleinen, zu informieren.

In den Quartieren und Stadtteilen der Stadt sind die Anforderungen an eine zukunftsfeste Weiterentwicklung ebenso drängend. Die weitere Entwicklung der Quartiere des York- und des Oxford-quartiers werden die Aufmerksamkeit und den Einsatz des Quartiersmanagements gemeinsam mit den Quartiersverantwortlichen des Planungsamtes zwingend erforderlich machen – nicht zuletzt, um eine gute städtebauliche Lösung für den gesamten Stadtteil zu erreichen, der von den dort lebenden Bürgerinnen und Bürgern mitgetragen wird.

Für alle anderen Stadtteile werden die drängendsten und in Stadtteilentwicklungskonzepten beschlossenen Maßnahmen einer Umsetzung zugeführt. Das Quartiersmanagement von Münster Marketing übernimmt dabei in Kooperation mit dem Stadtplanungsamt die Koordination und die Moderation in die Stadtteile. Bei über 17 Quartieren ist das eine hoch komplexe und nicht leicht zu bewältigende Aufgabe, die ohne eine funktionierende integrierte Arbeitsweise aller betroffener Ämter und Dezernate nicht zu leisten ist.

Auch die Themen der Wissenschaftsstadt bewegen sich immer stärker in Bereiche der Stadtentwicklung hinein: Im von der Techniker Krankenkasse in beachtlicher Höhe geförderten Projekt „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“ werden in ausgewählten Stadtteilen und Quartieren Bedingungen für eine gesundheitsorientierte Stadtentwicklung erarbeitet. Die Bevölkerung bringt dabei ihr Alltagswissen in das Forschungsprojekt ein. 2023 geht das Projekt in seine letzte Phase und wird mit einem großen Kongress die Ergebnisse präsentieren, die dann direkt in die strategische Gesundheitsplanung des Gesundheitsamtes überführt wird. Die Ergebnisse dieses sehr besonderen Projektes gemeinsam mit der Universität, dem Wissenschaftsbüro und dem Gesundheitsamt sind in jeder Hinsicht bemerkenswert: Das Forschungsprojekt zeigt, dass und wie die Wissenschaft Alltagswissen von Bewohnerinnen und Bewohner für die Wissenschaft nutzbar machen kann und es zeigt zudem, dass und wie die Forschungsergebnisse unmittelbar in städtisches Handeln überführt werden können.

Neben den hier aufgeführten Projekten für das Geschäftsjahr 2023 sind zahlreiche weitere, größere und kleinere Projekte geplant, die allesamt dazu beitragen sollen, die Bindung der Bewohnerinnen und Bewohner an ihre Stadt zu befördern und die Stadtidentität – nichts Anderes ist die Marke – weiter zu entwickeln und zu stabilisieren. Dass sich die Arbeit von Münster Marketing mit den sich verändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verändert und die Aufgabe sich verstärkt in Richtung auf die kommunikative Begleitung der Transformation bewegt, ergibt sich aus der Aufgabenstellung und muss teilweise mit deutlichen Organisationsveränderungen beantwortet werden.