

STADT



MÜNSTER

Münster Marketing

Projekte und Partner. Ziele und Zahlen.

GESCHÄFTS BE- RICHT 2025



Inhalt

Vorwort	02
Stadtentwicklung gemeinsam mit der Stadtgesellschaft	03
Allianz für Wissenschaft	07
Friedensbüro	11
Quartiersmanagement	17
City- und Veranstaltungsmanagement	25
Nachbürgermeisterei	33
Öffentlichkeitsarbeit	35
Tourismus	41
Münster Informationen	45
Kongressbetreuung und -marketing	47
Smart City	51
Chancen und Risiken	53
Bilanz	54
Ausblick	55
Organisation, Organe, Gremien	57
Impressum	59

Stadtentwicklung gemeinsam mit der Stadtgesellschaft (© Stadt Münster/Meike Reiners),
Kongressbetreuung und -marketing (© Münster Marketing),
City- und Veranstaltungsmanagement (© Münster Marketing/Peter Schwabe),
Tourismus (© Münsterland e. V.)



Stadtentwicklung gemeinsam mit der Stadtgesellschaft 03



Kongressbetreuung und -marketing



City- und Veranstaltungsmanagement



Tourismus

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

Die Entwicklung des Eigenbetriebs Münster Marketing folgte auch im Geschäftsjahr 2025 den mit dem Rat verabredeten und im Managementkontrakt bis 2026 festgelegten Zielen. Die Aufgabe, quasi als Intermediär zwischen Politik/Verwaltung und Bürgerschaft die Profile oder die DNA unserer Stadt auf vielfältige Weise sichtbar zu machen, haben wir vor allem durch den Ausbau unserer zahlreichen und großen Netzwerke umgesetzt. Keines unserer Themen und Projekte entwickeln und bewegen wir allein. Wir erreichen die fachliche Qualität, die Reichweite der Kommunikation und die ökonomische Stärke immer durch Kooperation und Kollaboration mit denen, die die sogenannte „Stadtmarke“ oder die Stadtpersönlichkeit schaffen, tragen und entwickeln. Mehr als 2.500 Menschen aus allen Bereichen des Stadtlebens sind feste Partnerinnen und Partner in unseren meist dauerhaften und langjährigen Netzwerken: von der Initiative Starke Innenstadt im Citymanagement, der ISG Bahnhof, der Kongressinitiative, der Allianz für Wissenschaft, der AG Frieden bis zum Zentrenbeirat Gremmen-dorf und den zahlreichen Akteursgruppen in Quartieren und Stadtteilen – oder den internationalen Netzwerken der Historic Highlights of Germany, den Kooperationen mit europäischen Partnern etwa beim Europäischen Kulturerbe-Siegel, den nationalen wie der Deutschen Zentrale für Tourismus oder dem NRW Tourismus, um nur einige zu nennen.

Diese Netzwerkstruktur macht die Stärke des Eigenbetriebs Münster Marketing aus. Sie sichert die Qualität der Arbeit, die immer an die Expertinnen und Experten aus der Stadtgesellschaft gebunden bleibt, sie schafft ökonomische Stärke, weil alle Partner an der Finanzierung der Projekte beteiligt sind und sie schafft Reichweiten, weil auch die beteiligten Partner in ihre eigenen Netzwerke mit oft großer Reichweite kommunizieren.

Nach dieser Logik haben wir 2025 das große Wissenschaftsfestival „Schlauraum“ mit tausenden von Besucherinnen und Besuchern und vor allem aktiv Beteiligten veranstaltet. Die Kooperation mit den Hochschulen und dem Universitätsklinikum Münster ist bei Themenfindung, Qualitätssicherung und Breitenwirkung ein unschätzbar großer Wert. Dass Formate wie Yoga auf dem Prinzipalmarkt stattfinden können, ist dieser Art der Zusammenarbeit zu verdanken und der Offenheit für Ideen und Initiativen aus der Bürgerschaft – die Idee dazu hat man uns nämlich geschenkt.

Dass wir mit der Münster-Experience eine zukunftstaugliche, ganzheitliche Tourismusstrategie erarbeiten konnten, die Stadtentwicklung, Zentrenmanagement und Lebensqualität für die Bürgerinnen und Bürger und (!!) ihre Gäste zusammen denkt, hat auch mit der beschriebenen Arbeitslogik zu tun. Ein Role Model für andere Tourismusdestinationen – etwa für den NRW Tourismus – konnte die Münster-Experience nur werden, weil sie aus der jahrelangen Zusammenarbeit in der Stadt erwachsen ist und weil wir unsere Partnerinnen und Partner kennen, ihnen zuhören und gemeinsam mit ihnen die Zukunft gestalten.

Netzwerkarbeit benötigt vor allem einen langen Atem und viele gut ausgebildete und vor allem motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Vertrauen der zivilgesellschaftlichen Akteure gewinnen und halten können. Dass das Team von Münster Marketing diese Stärke hat und dass die Zusammenarbeit im Betrieb den in der Verwaltung oft üblichen Silos immer wieder entkommen kann und sich auch nach über 20 Jahren nicht gemütlich darin eingerichtet hat, hat einen großen Anteil am Erfolg des Betriebs und vor allem am Gewinn, den er für die Stadt und die Stadtgesellschaft erarbeiten konnte und kann. Dass diese Art der Arbeit oftmals über Zeit- und Kraftressourcen hinaus nicht selbstverständlich ist, darf an dieser Stelle gesagt werden und natürlich gehört zur Wahrheit dazu, dass diese Qualität nicht ohne finanzielle Anstrengung zu haben ist.

Wir danken daher sehr ausdrücklich dem Team von Münster Marketing, den kompetenten und zugewandten, persönlich engagierten Kolleginnen und Kollegen, denen wir vieles zumuten, und nicht zuletzt dem Rat der Stadt Münster und dem Betriebsausschuss Münster Marketing, mit dem zusammen wir in freundschaftlicher, fairer und in der Sache konsequenter Zusammenarbeit diese Erfolge erreichen konnten. Ohne sein Vertrauen wäre das ebenso wenig möglich wie ohne die geübte und bewährte Zusammenarbeit mit vielen Ämtern und Einrichtungen der Stadtverwaltung.

Die angespannte Finanzlage des Eigenbetriebs ist hinlänglich kommuniziert und sie nimmt leider auch im Geschäftsbericht für 2025 einen nicht unerheblichen Raum ein. Wir werden alle gemeinsam an einer Lösung dafür arbeiten müssen, wie auch unter den gegebenen finanziellen Rahmenbedingungen der Erfolg der Arbeit für die Bürgerinnen und Bürger unserer Stadt gesichert werden kann.



Robin Denstorff
Stadtbaurat



Bernadette Spinnen
Vorsitzender Betriebsausschuss
Münster Marketing



Philipp Hagemann
Vorsitzender Betriebsausschuss
Münster Marketing

Stadtentwicklung gemeinsam mit der Stadtgesellschaft

Stadtmarketing ist mehr als das Zeigen schöner Bilder einer sonnenbeschienenen Stadt: Es lebt vom zielgruppenorientierten Dialog und gegenseitigem Austausch auch über unbequeme Themen-, (Ämter-) Grenzen und Wahrheiten hinweg und schafft in unsicheren Zeiten Identität und Zugehörigkeit zum Ort, an dem wir leben. Dazu gehört ganz wesentlich die verantwortungsvolle Pflege zentraler Stakeholder-Beziehungen in der Stadt und ihren Stadtteilen sowie die Aktivierung und Vernetzung auch neuer Stimmen und Themen.

Der Klimastadt-Vertrag

Über 90% der Münsteranerinnen und Münsteraner sind laut der städtischen Bürgerumfrage der Meinung, dass wir nur gemeinsam im Klimaschutz erfolgreich sein können.

Der von der Stabsstelle Klima und Münster Marketing gemeinsam gestaltete Prozess „Münster wird Klimastadt“ hilft seit 2022 dabei, dieses Engagement zu fördern und sichtbar zu machen. Mit dem Klimastadt-Vertrag, der Auszeichnung Münsters für seine Strategie durch die EU, und vielen weiteren Aktivitäten wird die konsequente Arbeit aller am Klimaschutz begleitet und unterstützt.



Jeder Beitrag zum Klimastadt-Vertrag wird auf einer solchen Plakette unterzeichnet.
(© Stadt Münster/Michael Lyra)

Und es geht weiter:
www.klimastadt.ms



Unterzeichnung neuer Beiträge zum Klimastadt-Vertrag
(© Stadt Münster/Meike Reiners)

Stadt in der sozialen Balance

Münster ist eine Stadt, die eine hohe Lebensqualität für alle ermöglichen will. Ihre Stärke und Resilienz bezieht sie nicht zuletzt durch die soziale Balance in der Stadt. Für die Zukunft deutet allerdings alles darauf hin, dass die Erreichung der sozialen Balance in unserer Stadt kaum noch mit den vorhandenen Instrumenten und Ressourcen zu bewältigen sein wird. Das Leitthema „Stadt in der sozialen Balance“ der Münster Zukünfte thematisierte diese Fragen und wurde am 25. Februar 2025 gemäß Ratsantrag in einem Stadtforum öffentlich erörtert.

Die Workshopthemen:

- Alter(n) – Soziale Balance zwischen Vorsorge und Versorgung
- Migration und Vielfalt im Quartier
- Stadtgesellschaft stark und engagiert
- Wohnquartiere im Gleichgewicht



Modellierung aus dem Workshop „Wohnquartiere im Gleichgewicht“ (© Stadt Münster/Meike Reiners)

Das Stadtforum „Stadt in der sozialen Balance“ wurde als ein Gemeinschaftsprojekt von sieben Ämtern/Stellen der Stadt (Münster Marketing, Stadtplanungsamt, Gesundheits- und Veterinärämter, Sozialamt, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien, Amt für Wohnungswesen und Quartiersentwicklung, Kommunale Stiftungen Münster und dem Amt für Migration und Integration) gemeinsam geplant, durchgeführt und ausgewertet.

Zu den Ergebnissen:



Stadt in der sozialen Balance (© Stadt Münster/Meike Reiners)

**Standortentwicklungsstrategie:
Die Zukunft des Wirtschaftsstandorts**

Der Rat hat am 26. März 2025 die Standortentwicklungsstrategie 2030+ beschlossen. Die Strategie setzt Impulse für ein zukunftsorientiertes, nachhaltiges Wirtschaften und einen starken produktiven Wirtschaftsstandort. Sie bildet die Grundlage für ein gemeinsames Handlungsprogramm von Stadt, Wirtschaft und Wissenschaft. Es enthält rund 30 Maßnahmen von mehr als 40 Akteurinnen und Akteuren, deren Umsetzung teilweise bereits angelaufen ist. Parallel dazu schafft die Standortentwicklungsstrategie 2030+ räumliche Perspektiven für die Entwicklung wichtiger Zukunftsbranchen.

Die Strategie wurde unter Federführung vom Stadtplanungsamt und Münster Marketing in einem dialog-orientierten Prozess in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Münster GmbH und der Technologieförderung Münster GmbH erarbeitet. An dem Prozess beteiligt waren zudem die Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen, die Handwerkskammer Münster, die Kreishandwerkerschaft Münster, der DGB Münsterland, die Initiative starke Innenstadt, die Interessensvertretungen der Landwirtschaft sowie zahlreiche Akteurinnen und Akteure aus Wirtschaft und Wissenschaft, darunter die Universität Münster und die FH Münster.

Mit der Entscheidung des Rates beginnt die gezielte Umsetzung und Weiterqualifizierung der Projekte, stets in enger Abstimmung mit allen Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartnern.



Stadtentwicklung gemeinsam mit der Stadtgesellschaft

Ein neues Quartier für Wohnen, Wirtschaft und Wissenschaft an der Steinfurter Straße:
Der städtebauliche Wettbewerb ist entschieden. (© pikka pekkane, Studio für Visualisierung, Berlin)

Münster Modell Quartier Steinfurter Straße

Am 3. Juli 2025 fiel beim städtebaulich-landschaftsplanerischen Wettbewerb für das geplante Quartier an der Steinfurter Straße die Entscheidung: Eine Fachjury kürte den Entwurf des Planungsteams Thomas Schüler Architekten (Düsseldorf), arbos landscape GmbH (Hamburg) und SBI Beratende Ingenieure für Bau-Verkehr-Vermessung GmbH (Hamburg) aus den eingereichten Wettbewerbsbeiträgen zum Sieger. Auf dem rund 50 Hektar großen Areal soll ein zukunftsweisendes Modellquartier mit bis zu 2.000 Wohnungen und 1.000 Apartments für Auszubildende und Studierende, rund 4.700 Arbeitsplätzen vorwiegend in den Bereichen Wissenschaft, Technologie und Handwerk sowie einem attraktiven Quartierszentrum entstehen.

Das Wissenschaftsbüro bei Münster Marketing begleitete das Wettbewerbsverfahren und unterstützte das federführende Stadtplanungsamt vor allem bei der Einbindung der Wissenschaft in den Prozess.



Starkes Signal von der Standortkonferenz: Die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes ist Gemeinschaftsaufgabe. (© Stadt Münster/Meike Reiners)

Allianz für Wissenschaft

In der Allianz für Wissenschaft, einem festen Bündnis aus Universität Münster, FH Münster und Stadt Münster, wird in ausgewählten thematischen Schwerpunkten die gemeinsame Arbeit im Schnittpunkt zwischen Stadt und Wissenschaft organisiert. Davon profitieren die Stadt und ihre Bewohnerinnen und Bewohner ebenso wie die Hochschulen und ihre Studierenden und Lehrenden.

Gesunde Stadt

Einstimmig hat der Rat der Stadt Münster am 2. Juli 2025 das Handlungsprogramm „Gesunde Stadt Münster“ beschlossen. Erarbeitet wurde das Programm unter Federführung des Wissenschaftsbüros bei Münster Marketing in Kooperation mit dem Gesundheits- und Veterinäramt sowie dem Institut für Geografie der Universität Münster. In den Erarbeitungsprozess eingebunden waren rund 150 Präventions- und Community Expertinnen und Experten, zivilgesellschaftliche Initiativen, Politik, Verwaltung sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger. Ermöglicht wurde dieser Prozess durch eine mehrjährige Projektförderung der Techniker Krankenkasse.

Von Mai 2021 bis Februar 2025 wurde auf der Basis der Projektergebnisse das kommunale Handlungsprogramm erarbeitet: Es soll geeignete Rahmenbedingungen für die kommunale Gesundheitsprävention schaffen, um die gesundheitlichen Chancen insbesondere von benachteiligten und vulnerablen Bevölkerungsgruppen in den Quartieren zu verbessern.



Projektbericht

Community Empowerment Berg Fidel

Im Rahmen des Förderaufrufes „Beteiligung von Armutsbetroffenen“ des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales konnte durch eine Landesförderung im zweiten Halbjahr 2025 das Projekt „Community Empowerment Berg Fidel“ realisiert werden. Die Federführung lag beim Wissenschaftsbüro Münster Marketing. Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartner waren das Gesundheits- und Veterinäramt sowie das Institut für Geografie der Universität Münster. Ziel des Projektes war die Stärkung armutserfahrener Menschen in Berg Fidel in Selbstwirksamkeit, Engagement und politischer Teilhabe. Dabei wurde ein gerade im Entstehen befindliches Netzwerk durch Workshops mit geschulten Peers und einer Expertin gefördert, welche die Zielsetzung verfolgten, Resilienz zu stärken und dazu zu befähigen, als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in der eigenen Community zu wirken.



Stärkung von Communities in Quartieren war Ziel eines vom Land geförderten Projektes. (© Hauke Dittrich)

Wissenschaftskommunikation

MS Wissenschaft

Auch 2025 besuchte das Wissenschaftsschiff des Bundesministeriums für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR), die MS Wissenschaft, Münster. Der thematische Schwerpunkt der Tour lag auf der Energie der Zukunft. Eine Vielzahl von Instituten der Universität Münster sowie der FH Münster waren während der drei Tage, an denen das Schiff im Hafen von Münster vor Anker lag, vertreten. Das Institut für Infrastruktur – Wasser – Ressourcen – Umwelt (IWARU) der FH Münster zeigte aktuelle Fortschritte im Bereich des Batterierecyclings.

Von der Universität Münster waren das Institut für Geoinformatik, der Exzellenzcluster Mathematik, das Batterieforschungszentrum MEET und das MExLab Physik mit Exponaten und Aktionen beteiligt. Das gemeinsame Start-up-Zentrum REACH – EUREGIO der Universität Münster und der FH Münster präsentierte innovative Start-ups, die sich für eine nachhaltige Energienutzung einsetzen. Neben der offenen Ausstellung gab es auch spezielle Angebote für Schülerinnen und Schüler.



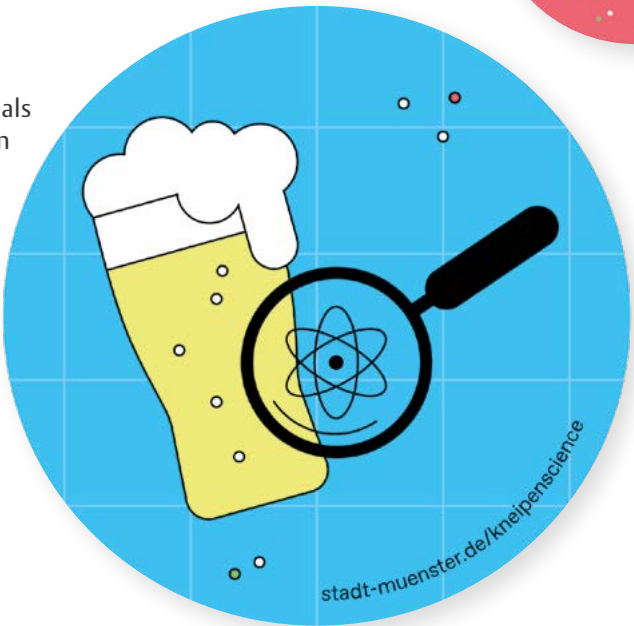
MS Wissenschaft zu Besuch in Münster: Wissenschaft hautnah erleben. (© Ilja C. Hendel, WiD)

Eingebettet in den Erarbeitungsprozess ist seit 2024 ein ebenfalls von der Techniker Krankenkasse geförderter Verfügungsfonds, durch welchen die Möglichkeit besteht, in den Stadtteilen kleine Pilotprojekte umzusetzen und im Rückschluss wichtige Erkenntnisse für das kommunale Handlungsprogramm einer gesunden Stadt zu gewinnen. Im Jahr 2025 konnten dank der Förderung acht Mikroprojekte in Münster umgesetzt werden. Sie stärken die Gesund-

heitskompetenz in unterschiedlichen Lebensbereichen und richten sich insbesondere an Kinder, ältere Menschen, Frauen mit Migrations- und Fluchterfahrung sowie wohnungslose Menschen in Stadtteilen wie Gievenbeck, Berg Fidel, Wolbeck und dem Hansaviertel. Auch 2026 und 2027 wird der Fonds fortgeführt: Für diese Jahre stellt der Förderer insgesamt 100.000 € zur Verfügung.

KneipenScience

Im Jahr 2025 hat sich KneipenScience als Format der Wissenschaftskommunikation in Münster entwickelt. Es gab zwei Veranstaltungen, bei denen Forscherinnen und Forscher der Universität Münster sowie der FH Münster die Möglichkeit hatten, ihre neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse in einer entspannten Atmosphäre vorzustellen. Sie präsentierten die Themen Quantenphysik (aus Anlass des Jahres der Quantenphysik) und Kreislaufwirtschaft.



KneipenScience als ein Bindeglied
zwischen Wissenschaft
und Stadtgesellschaft



Gemeinsames Werben von Hochschulen und Stadt um Studierende: der jährlich stattfindende Hochschultag. (© Universität Münster/Sophie Pieper)

Hochschultag

11.000 Schülerinnen und Schüler, insbesondere aus Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, besuchten am 14. November 2025 den Münsteraner Hochschultag. Münsters Hochschulen hatten ihre Türen geöffnet, um die Vielfalt der Studienfächer an den verschiedenen Hochschulen Münsters zu präsentieren. Münster Marketing organisierte wieder 10 Infopoints in der Stadt und unterstützte die Schülerinnen und Schüler bei der Orientierung in der sicher für viele noch eher unbekannten Stadt.



Hochschultag



Viele neue Studierende der Universität bei der Erstsemesterbegrüßung im LVM-Preußenstadion. (© Uni MS/Brigitte Heeke)

Wissenschaftlicher Nachwuchs im Fokus

Erstsemesterbegrüßung

Am 8. Oktober fand im LVM-Preußenstadion wieder die Erstsemesterbegrüßung der Universität Münster statt, bei der Münster Marketing die Wissenschaftsstadt Münster mit einem eigenen Stand vertreten hat. Über 4.000 Studienanfängerinnen und Studienanfänger lernten ihre Universität, aber auch die Stadt kennen, wo sie in den nächsten Jahren studieren und leben werden.

Nachhaltige Transformationsgestaltung Semesterabschluss – Nachhaltigkeits-Challenge

Im neuen interdisziplinären Masterstudiengang „Nachhaltige Transformationsgestaltung“ an der FH Münster lernen Studierende, wie sie Denkweisen verändern und nachhaltige Veränderungen für eine bessere Zukunft umsetzen können. Sie engagieren sich zudem auch persönlich in entsprechenden Prozessen. Teil dieses Studiengangs ist die „Nachhaltigkeits-Challenge“ im ersten Semester. Hier arbeiten die Studierenden in engem Austausch mit der Stadt Münster zusammen und konzentrieren sich darauf, wie die Sichtbarkeit des Klimastadt-Vertrag weiter erhöht werden kann.



Ideen von Studierenden der FH Münster für den Klimastadtprozess: die „Nachhaltigkeits-Challenge“. (© Michelle Liedtke)

Historisches zur Kaffeezeit – Studium im Alter

An vier Terminen im Januar und Februar präsentierten Studierende vom Studium im Alter der Universität Münster ihre Forschung zu Protestbewegungen im 20. Jahrhundert. Nach den Präsentationen war Zeit für Fragen, was zu konstruktiven und lebhaften Diskussionen mit dem Publikum führte.

Friedensbüro

Das Jahr 2025 stand im Zeichen der Evaluierung, Überarbeitung und Neuausrichtung des Profils „Frieden durch Dialog“. Denn wenngleich unstrittig ist, dass ein dauerhafter Frieden ohne Dialog nicht möglich ist, stößt ein auf voraussetzungslosem Dialog beruhender Ansatz angesichts zunehmender gesellschaftlicher und internationaler Multipolarität, geopolitischer Umbrüche und einer deutlich veränderten Perzeption der europäischen Sicherheitslage zunehmend an seine Grenzen.

Strategische Weiterentwicklung des Erbes des Westfälischen Friedens

Um mit unserer Arbeit nicht in eine belehrende oder moralisierende Rolle zu verfallen, wurden in Zusammenarbeit mit Historikerinnen und Historikern Leitplanken einer inhaltlichen Neupositionierung erarbeitet. Diese richtet den Fokus stärker auf offene und auch fundamental strittige Fragen unserer Gesellschaft, löst sich

von unterstellten Konsensen und setzt zugleich auf eine breitere, offenere und stärker vernetzte Zusammenarbeit mit vielfältigen Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartnern. In Verbindung mit der Restrukturierung des Arbeitskreises 1648 wird die Profilentwicklung im Jahr 2026 fortgeführt.

Veranstaltungen und Programmreihen

80 Jahre Frieden

An den 80. Jahrestag des Endes des Zweiten Weltkrieges hat Münster in einer durch das Friedensbüro in Kooperation mit den Geschichtsämtern der Stadt kuratierten Veranstaltungsreihe erinnert.

Der Titel „80 Jahre Frieden?“ nahm dabei die an den Zweiten Weltkrieg anschließende Friedenszeit in den Fokus, stellte jedoch auch die Frage, wie friedlich diese Zeit tatsächlich war. Der Inhalt der mehr als 30 Veranstaltungen reichte dabei von der Regionalgeschichte und der mahnenden Erinnerung an die Verbrechen der Nationalsozialisten über die Perspektive des Global South bis zum Entstehen neuer Freundschaften und neuen Vertrauens innerhalb Europas. Dabei kooperierten mehr als 20 Partnerinnen und Partner – von städtischen Institutionen und Münsters Kirchengemeinden bis hin zu zivilgesellschaftlichen Organisationen und Hochschulen.

Das Programm:



Info-Stelen zur Geschichte der Kriegsgräber erinnern an das Ende der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft. (© Münster Marketing/Dr. Philipp Brockkötter)



Bürgermeisterin Angela Stähler und Roelof Bleker, Bürgermeister der Stadt Enschede, nehmen das Friedensfeuer im Rathaus-Innenhof in Empfang. (© Münster Marketing/JJ. Unkelbach)

Friedensfeuer

Am 15. Mai 2025 wurde im Rathausinnenhof Münster das sogenannte Freiheitsfeuer entzündet, ein Symbol für Frieden, Freiheit und Demokratie. Die Veranstaltung erinnerte sowohl an das Ende des Zweiten Weltkrieges und die Befreiung von der nationalsozialistischen Herrschaft vor 80 Jahren als auch an den Friedensschluss von Münster im Jahr 1648. Darüber hinaus feierten zwei Institutionen in Münster, die enge Verbindungen zu den Niederlanden haben, ihr 30-jähriges Jubiläum: das Zentrum für Niederlande Studien (ZNS) der Universität Münster sowie das 1. Deutsche Niederländische Korps (1. GNC).

Die Übergabe des Feuers erfolgte im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung mehrerer deutscher und niederländischer Institutionen und wurde durch das Interreg-Programm Deutschland–Niederland sowie die Europäische Union kofinanziert.



Ukrainetage

Am 16. – 18. Juni 2025 fand die 7. Deutsch-Ukrainische Kommunale Partnerschaftskonferenz in Münster statt – ein bedeutendes internationales Treffen mit über 600 Delegierten aus Deutschland, Polen und der Ukraine. Das Friedensbüro unterstützte das federführende Büro Internationales auf verschiedenen Ebenen und übernahm u. a. Friedenssaalführungen für die Delegierten zur Kommunikation des Friedensprofils der Stadt Münster.

Darüber hinaus war die Konferenz nicht nur als Fachdialog organisiert. Die gesamte Stadtgesellschaft war eingeladen, sich in einem vielfältigen Rahmenprogramm zu informieren und einzutauchen in ukrainische Perspektiven, Themen und Kultur. Das Friedensbüro unterstützte auch hier das Büro Internationales bei der Organisation von Veranstaltungen, der Vernetzung von Akteurinnen und Akteuren und der Bewerbung.

7. Deutsch-Ukrainische Kommunale Partnerschaftskonferenz (© Heiner Witte)

Dialoge zum Frieden

Unter dem Titel „Dialoge zum Frieden – Zwischen Anspruch und Wirklichkeit“ lud die Allianz für Wissenschaft vom 19. September bis zum 2. Dezember Bürgerinnen und Bürger dazu ein, sich in Lesungen, Podiumsdiskussionen und Dialogformaten mit aktuellen Friedensfragen auseinanderzusetzen. Die Reihe setzte auf eine breite Zusammenarbeit von Kultur, Politik, Wissenschaft, Religion und Zivilgesellschaft und gliederte sich in die Themenfelder „internationale Friedensperspektiven“, „innergesellschaftliche Vielfalt des Dialogs“ sowie die „Jugend als Zukunftsträgerin des Friedens“. Insgesamt organisierten 15 Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartner auf diese Weise 10 Veranstaltungen.



Postkarte Dialoge zum Frieden (© Stadt Münster)

Internationale Friedensperspektiven

Im Themenfeld der internationalen Friedensperspektiven setzte die Veranstaltungsreihe auf vielfältige Kooperationen mit Akteurinnen und Akteuren aus Wissenschaft, Politik, Kultur und Zivilgesellschaft. In Zusammenarbeit mit Historikerinnen und Historikern, Künstlerinnen und Künstlern, und internationalen Gästen wurden globale Konflikterfahrungen und Wege aus der Gewalt reflektiert.

Dazu zählte die Lesung „The Volunteer“ in Kooperation mit dem Westfälischen Literaturbüro in Unna e. V., bei der der bekannte Schauspieler Wanja Mues aus der Autobiografie „The Volunteer“ des ehemaligen IRA-Terroristen Shane Paul O’Doherty las. Der Veranstaltungsort in der ehemaligen York-Kaserne war dabei bewusst gewählt, da hier 1989 ein IRA-Anschlag verübt wurde.

Ein zweiter Schwerpunkt lag auf Südosteuropa mit der Podiumsdiskussion „Friedenflechten I Gesellschaft & Politik. 30 Jahre Erfahrungen aus Südosteuropa“ in Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung. Im Mittelpunkt der Diskussion standen dabei die Auswirkungen populistischer Narrative auf liberale Demokratien, veränderte europäische Friedensvorstellungen sowie das wachsende Gefühl gesellschaftlicher Verwundbarkeit.

Der dritte Schwerpunkt führte weiter in den Global South und verband Friedensdiskurse mit dem interreligiösen Dialog. So beleuchteten zwei Podiumsdiskussionen von Universität und Bistum Münster mit Erzbischof Marco Tin Win aus Mandalay die Situation der Kirche in Myanmar und ihre Chancen für interreligiöse Begegnungen und Dialog trotz Bürgerkrieg und politischer Repression.



Treffen der Religionsgemeinschaften
(© Stadt Münster/Michael Kotowski)

Jugend als Zukunftsträgerin des Friedens

Medien.Macht.Meinung – Schülerinnen- und Schülerakademie

Auch die Schülerinnen- und Schülerakademie wurde in diesem Jahr konzeptionell weiterentwickelt. Zentrales Element war die Erweiterung des Zielpublikums: Während sich das Angebot zuvor vornehmlich an Oberstufenschülerinnen und Oberstufenschüler von Gymnasien richtete, wurde es nun auf alle Schulformen sowie weitere Jahrgangsstufen ausgeweitet. Durch den gezielten Fokus auf die Medienscouts der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) konnte ein thematisch besonders affines Publikum angesprochen werden. In der Folge nahmen Schülerinnen und Schüler aus nahezu allen Schulformen – Realschule, Gesamtschule und Gymnasium – sowie aus den Klassenstufen 8 bis 11 teil.



Mit dem Kommunikationsdesigner Nikolaus Urban lernten die Teilnehmenden der Schülerinnen- und Schülerakademie, wie sie Fake News erkennen.
(© Stadt Münster)

Innergesellschaftliche Vielfalt des Dialogs

Der Ökumenische Friedensdialog, der in Kooperation mit der „Deutsche Kommission Justitia et Pax“ und der „Evangelische Friedensarbeit“ veranstaltet wurde, richtete den Blick auf aktuelle Konflikte in Osteuropa. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie Dialog, Begegnung und Versöhnung trotz tiefgreifender Verletzungen und fortbestehender Gegensätze gelingen können. An dem hochkarätig besetzten Podium beteiligten sich unter anderem die russische Kulturwissenschaftlerin Dr. Irina Scherbakowa, Mitgründerin der mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichneten Organisation Memorial.

Erstmals seit der Corona-Krise fand die Lange Nacht der Religionen der Volkshochschule Münster statt. Teilnehmende erhielten bei geführten Besuchen einer Moschee, der Synagoge, des Zen-Instituts sowie der

Bahá’í-Gemeinde Einblicke in unterschiedliche Glaubensstraditionen, ihrer Rituale und Selbstverständnisse.

Bestandteil der „Dialoge zum Frieden“ war auch das traditionelle Treffen der Religionsgemeinschaften, bei dem rund 50 Vertreterinnen und Vertreter aus 34 Religionsgemeinschaften im Friedenssaal des Historischen Rathauses zusammenkamen. Der Empfang, zu dem Oberbürgermeister Markus Lewe und Oberbürgermeisterin Katharina Pötter geladen hatten, setzte ein sichtbares Zeichen für Dialog, Toleranz und solidarisches Miteinander in demokratischen Stadtgesellschaften. Einen inhaltlichen Impuls gab der Künstler Thomas Nufer, der künstlerische Formen des interreligiösen und interkulturellen Austauschs vorstellte.

Stakeholdermanagement auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene

Friedensaktive

Auch im Jahr 2026 nahm das Friedensbüro eine zentrale Rolle als Vernetzungsstelle für die Friedensaktiven der Stadtgesellschaft ein. Dies zeigte sich neben zahlreichen kleineren Aktionen, Beratungen und Unterstützungsleistungen insbesondere im Friedenskulturmonat, in der Friedenskonvokation sowie in der kontinuierlichen Arbeit mit der AG Frieden.

Der September gilt nicht nur den Friedensaktiven in Münster traditionell als Friedenskulturmonat, der 2025 zum 21. Mal stattfand. Unter dem Titel „Frieden ist ein Menschenrecht“ organisierten mehr als 20 beteiligte Organisationen insgesamt 12 Veranstaltungen, die vom Friedensbüro durch Öffentlichkeitsarbeit, Förderungen und Koordination unterstützt wurden.

Zudem fand die jährliche Friedenskonvokation statt, an der etwa 30 Friedensaktive aus Münster teilnahmen und aktuelle Themen der Friedensarbeit in Münster diskutierten. Die mitorganisierende AG Frieden traf sich im Jahresverlauf viermal, wobei mit dem vom Rat geschaffenen Förderbudget in Höhe von 10.000 € insgesamt 19 verschiedene Projekte ermöglicht werden konnten.



Flyer FriedenskulturMonat 2025
(© Egbert Lüttke Fahle)

Religionsgemeinschaften

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Förderung des interreligiösen Dialogs. Neben dem traditionellen Treffen der Religionsgemeinschaften (siehe Seite 14) unterstützte das Friedensbüro zahlreiche Einzelveranstaltungen, darunter die Ausstellung „Wir sind Schöpfung“ des Abraham Accord Institute. In der Folge entwickelte sich innerhalb der Religionsgemeinschaften eine starke gemeinsame Initiative, die den Wunsch nach Unterstützung bei der Gründung eines Rates der Religionen an das Friedensbüro herantrug. Das Friedensbüro hat daraufhin mehrere Vernetzungstreffen sowie einen Workshop mit der Stiftung Weltethos organisiert, die im Auftrag des Landes Baden-Württemberg die Gründung von Räten der Religionen begleitet. An diesen Formaten beteiligten sich bis zu 25 Religionsgemeinschaften aus Münster. Insgesamt konnten damit wesentliche Schritte auf dem Weg zur Gründung eines Rates der Religionen vorbereitet werden, dessen Umsetzung im Jahr 2026 vorgesehen ist.

Die Eröffnung der Ausstellung „Wir sind Schöpfung“ in Münster (v. l.): Sharon Fehr (Vorstandsmitglied des Landesverbands der jüdischen Gemeinden von Westfalen-Lippe und Ehrenvorsitzender der jüdischen Gemeinde Münster), Abraham Lehrer (Vizepräsident des Zentralrates der Juden in Deutschland), Prof. Dr. Michael Quante (Prorektor für Internationales, Transfer und Nachhaltigkeit), Stadtdechant Ulrich Messing, Bürgermeisterin Angela Stähler, der ehem. Ministerpräsident Armin Laschet MdB, Prof. Dr. Mouhanad Khorchide (Leiter des Zentrums für Islamische Theologie), Regierungspräsident Andreas Bothe, Ludger Hiepel (Beauftragter der Universität Münster gegen Antisemitismus) und Hanim Ezder (CEO Begegnungs- und Fortbildungszentrum muslimischer Frauen e. V.) (©TheCreate)



Strategische Themenkommunikation und Wissensvermittlung im digitalen wie analogen Raum

Das Friedensbüro kommuniziert auf unterschiedlichen Wegen. Im digitalen Raum geschieht dies mit eigenem Instagram-Kanal „Frieden durch Dialog“ (@frieden_durch_dialog), einem Blog (www.frieden-durch-dialog.de) und einer Website (www.stadt-muenster.de/frieden). Hinzu kommen spezifische Websites zu Einzelthemen.

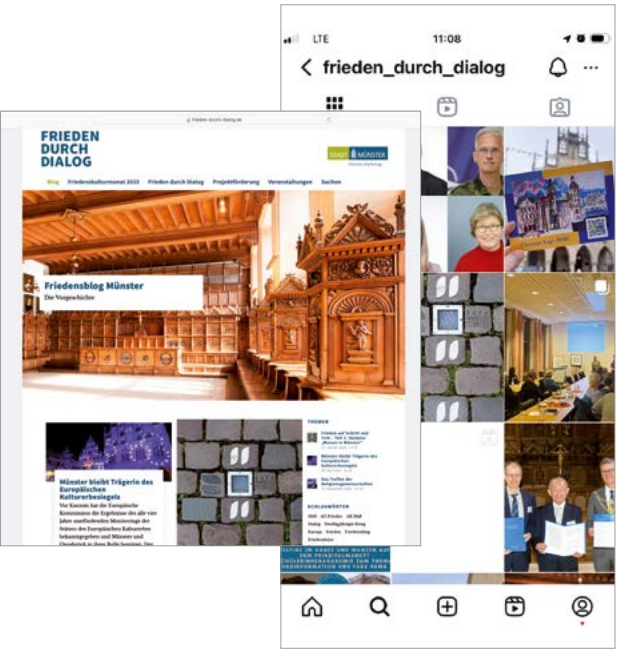
2025 ist eine Publikation entstanden, die das Jubiläumsjahr 2023 dokumentiert. Zudem entstand ein neuer Film zur Rezeption des Westfälischen Friedens, der in der Bürgerhalle gezeigt wird.



Europäisches Kulturerbesiegel

Auch 2025 arbeitete das Friedensbüro an dem Europäischen Kulturerbesiegel, das der Stadt 2018 von der EU verliehen wurde. Das Siegel anzunehmen bedeutet eine dauerhafte Verpflichtung der Stadt, das Kulturerbe – hier den Westfälischen Frieden – und seine aktuellen und zukünftigen Implikationen aktiv in städtisches Handeln sowie in Projekte und Programme zu überführen.

Der Leiter des Friedensbüros arbeitete zudem auch maßgeblich an der Weiterentwicklung des Siegels auf europäischer Ebene zur Verstärkung seiner Bedeutung und Sichtbarkeit mit. Das ist nicht nur für das Image Münsters als Stadt des Westfälischen Friedens wichtig, sondern auch für Gewinnung von Fördermitteln für die Friedensvermittlungsarbeit in der Stadt.



Zunehmend wird die Expertise des Friedensbüros vielfach für Vorträge und Führungen in und außerhalb des Friedenssaals und im Hochschulbereich angefragt.

Website: www.stadt-muenster.de/frieden
Blog: www.frieden-durch-dialog.de
Instagram: @frieden_durch_dialog

Quartiersmanagement

Münster zeichnet sich neben seiner besonderen Innenstadt auch durch seine zahlreichen und sehr vielfältigen Stadtteile aus. Hier leben die meisten Menschen. Die Stadtteile sind nicht nur Wohnorte, sondern eigene Mikrozentren mit einer jeweils besonderen Kultur und Atmosphäre mit zahlreichen Vereinen und Institutionen, eben Menschen, die sich für ihr Lebensumfeld engagieren. Das Quartiersmanagement bei Münster Marketing unterstützt die Akteurinnen und Akteure vor Ort bei der Umsetzung ihrer Ideen und Projekte: mit inhaltlicher Beratung, praktischer Hilfe und finanzieller Unterstützung.

Münster: Eine Gemeinschaft in Vielfalt – 50 Jahre Gebietsreform

Vor 50 Jahren trat am 1. Januar 1975 in Nordrhein-Westfalen die kommunale Gebietsreform in Kraft, durch die das Stadtgebiet Münsters auf mehr als das Vierfache seiner damaligen Fläche anwuchs und zahlreiche ehemals selbstständige Gemeinden Teil der Stadt wurden: Elf heutige Außenstadtteile wurden in das Stadtgebiet eingegliedert und erhöhten die Einwohnerzahl nachhaltig. Durch diese Neuordnung wuchs die Fläche Münsters auf rund 300 Quadratkilometer, was sie zur flächenmäßig zweitgrößten Stadt in Nordrhein-Westfalen machte.

Unter dem Titel „Münster – Eine Gemeinschaft in Vielfalt: 50 Jahre Gebietsreform“ verband ein Festakt historische Rückblicke mit einem Blick in die Zukunft. Alle

Bezirksbürgermeisterinnen und Bezirksbürgermeister nahmen mit jeweils einer Delegation aus ihrem Stadtbezirk an der Veranstaltung teil und gestalteten sie maßgeblich mit.

Betont wurde beim Festakt immer wieder, dass – trotz so manchen Widerstands zu Beginn – aus dem Zusammenschluss im Lauf der Jahrzehnte eine vielfältige und doch gemeinsame städtische Identität entstanden sei.

50 Jahre
Gebietsreform



Rund 200 Gäste sind der Einladung von Oberbürgermeister Markus Lewe zum Festakt „Münster – Eine Gemeinschaft in Vielfalt: 50 Jahre Gebietsreform“ gefolgt. Mit dabei waren auch alle Bezirksbürgermeisterinnen und Bezirksbürgermeister Münsters. (© Münster Marketing/Ralf Emmerich)

Postkarten mit den schönsten Motiven aus allen 18 Außenstadtteilen sind kostenfrei unter anderem in der Münster Information und in den Bezirksverwaltungsstellen erhältlich. (© Münster Marketing/Ralf Emmerich)



Im Rampenlicht – Öffentlichkeitsarbeit für Münsters Stadtteile

Um die Vielfalt und besonderen Qualitäten der Münsterschen Außenstadtteile stärker sichtbar zu machen, wurde die Öffentlichkeits- und Imagearbeit auch im vergangenen Jahr gezielt fortgeführt. Ziel war es, sowohl Münsteranerinnen und Münsteraner als auch Besucherinnen und Besucher für bislang weniger bekannte Orte zu sensibilisieren und die Selbstpräsentation der Stadtteile nach innen und außen zu stärken.

Atmosphärische Bilder zeigen die Stadtteile aus unterschiedlichen Perspektiven und stellen ihre individuellen Qualitäten in den Mittelpunkt. Die Aufnahmen stehen für nichtkommerzielle Zwecke frei zur Verfügung und können unkompliziert als Bilddownload genutzt werden. Ergänzend wurden ausgewählte Motive als kostenfreie Postkarten aufgelegt, die unter anderem in der Münster Information erhältlich sind.

Darüber hinaus ging es im vergangenen Jahr hoch hinaus. In Zusammenarbeit mit dem Münsteraner Filmemacher Simon Jöcker wurden Drohnenfilme erstellt, die die Stadtteile aus ungewohnten Blickwinkeln zeigen. Die Bilder und Videos werden regelmäßig über die Social Media-Kanäle von Münster Marketing verbreitet und mit Hinweisen auf Veranstaltungen und Aktivitäten in den Stadtteilen kombiniert.

Neu aufgelegt wurde im vergangenen Jahr u.a. eine Adventswebsite zu weihnachtlichen Kulturangeboten und Veranstaltungen in Münsters Stadtteilen.

Ergänzend macht das Quartiersmanagement zukünftige Stadtteilentwicklungen und -projekte auf der Website muensterzukunft.de sichtbar, um die Profilbildung der Stadtteile und ihre Wahrnehmbarkeit als lebendige Teile der Stadt Münster zu unterstützen.

Bilddownload
der Stadtteillfotos



Drohnenfilme der Stadtteile
("Papierfliegerfilme")



Advent in den
Stadtteilen



Gremmendorf

Der Stadtteil Gremmendorf in Münsters Südosten steht insbesondere aufgrund der großflächigen Konversion des ehemaligen York-Kasernengeländes vor tiefgreifenden und umfangreichen Veränderungen. Der erwartete Bevölkerungszuwachs von fast 6.000 neuen Einwohnerinnen und Einwohnern erfordert neben baulich-infrastrukturellen Anpassungen in erster Linie auch ein Zusammenwachsen von alten und neuen Nachbarschaften. Die im Herbst 2024 etablierte Projektkoordination zur Zentrenentwicklung in Gremmendorf hat daher im ersten Jahr ihres Wirkens ein Hauptaugenmerk auf eben diesen wichtigen Bereich des künftigen Miteinanders gelegt.



Gemeinsamer Möbelbau während der York:Quartierstage
(© Stadt Münster/Michael C. Möller)

York:Quartierstage – ein neues Stück Quartier wird lebendig!

Nachbarschaft bedeutet mehr als nur nebeneinander zu wohnen. Nachbarschaft bedeutet, den Menschen gegenüber zu kennen, sich auszutauschen und gemeinsame Erlebnisse zu teilen. Und genau hier setzten die York:Quartierstage vom 27. bis 30. August 2025 an. An vier Tagen hatten die Bewohnerinnen und Bewohner des Stadtteils die Gelegenheit, sich kennenzulernen, sich über die weitere Entwicklung Gremmendorfs umfassend zu informieren oder gemeinsam baulich aktiv zu werden.

Der engste Austausch entsteht, wenn man gemeinsam etwas schafft. Und so konnten alle Anwesenden selbst Hand anlegen und unter fachlicher Begleitung im Rahmen einer öffentlichen Bauwerkstatt Sitzmöbel aus Holz für den Stadtteil bauen. Die Bauwerkstatt war zudem eingebettet in das Modellprojekt Integration von Bezirksregierung und Polizeipräsidium Münster. Beim Bau der Möbel war dann auch zu sehen, wie Kinder, Ältere und Geflüchtete aus der benachbarten zentralen Unterbringungseinrichtung (ZUE) gemeinsam an der Zukunft des Stadtteils arbeiteten.

Der Bereich vor dem ehemaligen Wachgebäude wurde zur Nachbarschaftsmeile mit Bühnen, Infoständen, einer Pop-up-Kneipe und offener gemeinsamer Küche.
(© Stadt Münster/Michael C. Möller)

Während der York:Quartierstage fanden geführte Stadtteilsparziergänge statt. (© Stadt Münster/Michael C. Möller)



Quartiersmanagement

Die Stadtteilsparziergänge waren stets gut besucht. (© Stadt Münster/Michael C. Möller)

York:Kasino – erinnern, begegnen, gestalten: Stadtteilarbeit selbst in die Hand nehmen!

Ein weiterer wichtiger Baustein beim Aufbau funktionierender Nachbarschaften ist die Entwicklung des ehemaligen Offizierskasinos auf dem York-Gelände zu einem lebendigen Ort der Demokratie. Während die bauliche Umgestaltung über das Bundes-Förderprogramm „Nationale Projekte des Städtebaus (NPS)“ sichergestellt ist, galt es im vergangenen Jahr vor Ort ehrenamtliche Trägerstrukturen aufzubauen, die das Haus in Zukunft mit Leben füllen und den Betrieb sicherstellen werden. In einem intensiven Prozess, der seitens der Stadtverwaltung von einer ämterübergreifenden Arbeitsgruppe aus dem Amt für Immobilienmanagement, dem Kulturamt und der Projektkoordination Zentrenentwicklung Gremmendorf bei Münster Marketing eng begleitet wurde, ist es gelungen, ein tragfähiges Nutzungskonzept für das historische Gebäude zu entwickeln.

Auf Grundlage dieses Konzeptes wurde von aktiven Ehrenamtlichen eine passende Satzung für einen gemeinnützigen Verein erarbeitet, ein erster Vorstand besetzt und mit einer Kaminlesung im York:Kasino bereits ein erster Schritt zu einem lebendigen Demokratieort unternommen. Der Verein York:Kasino Erinnern – Begegnen – Gestalten e. V. ist nun der erste Ansprechpartner für die Stadtverwaltung, um einen entsprechenden Nutzungsvertrag mit der Stadt zu schließen und so das York:Kasino für die Menschen im Stadtteil zugänglich zu machen. Der Verein wird nach dem angestrebten Ratsbeschluss dazu, voraussichtlich im Juli 2026, für die breite Mitarbeit im Verein und im Haus werben, um schon vor dem Umbau des Hauses die Arbeit dieses Bürgervereins im Stadtteil zu etablieren. Der Umbau des ehemaligen Offizierskasinos muss aufgrund der Förderbedingungen aus dem NPS-Programm Ende 2028 abgeschlossen sein.

Ausblick Ortsmitte Gremmendorf

Neben der nachbarschaftlichen Weiterentwicklung im Stadtteil richtet sich der Blick der Projektkoordination bei Münster Marketing in diesem Jahr verstärkt auf die Abstimmungen zur Planung der baulichen Anpassungen im Stadtteil. Nachdem Ende 2025 die lang herbeigesehnten positiven Nachrichten zur Weiterentwicklung des Einzelhandels im Stadtteil öffentlich wurden (großflächiger Einzelhandel auf dem Gelände der Landmarken AG, Eröffnung des neuen Aldi-Marktes und Ankündigung des SuperBioMarktes) nehmen nun auch die Planungen zur baulichen Umgestaltung der neuen Mitte Gremmendorf erheblich an Fahrt auf.

Die Projektkoordination Zentrenentwicklung Gremmendorf ist in diese Planungsprozesse eng eingebunden und verbindet dabei die planerischen Aspekte mit den örtlichen Besonderheiten und Erwartungen. Hier zeigt sich die passende Architektur des Gesamtprozesses mit Einrichtung des Zentrenbeirates Gremmendorf als lokalem



Zentrenbeirat Gremmendorf – ehrenamtliches Engagement für die Stadtentwicklung (© Stadt Münster/Michael C. Möller)

Beratungsgremium für Politik und Verwaltung als wirksames Instrument zur Bündelung von Themen und als Multiplikator vor Ort.

Unter fachlicher Anleitung entstanden bei der Bauwerkstatt Berg Fidel hochwertige, funktionale und individuell gestaltete Möbel für den Stadtteil. (© Münster Marketing/MünsterView)

Berg Fidel

Bauwerkstatt Berg Fidel – gemeinsam Stadtteil gestalten

Im Juli 2025 fand im Stadtteil Berg Fidel eine offene Bauwerkstatt statt, die eindrucksvoll zeigte, wie gemeinschaftliches Engagement zur Aufwertung öffentlicher Räume beitragen kann. An drei aufeinanderfolgenden Tagen wurde der Außenbereich des Quartierstreffs Berg Fidel zu einer offenen Werkstatt unter freiem Himmel, in der zahlreiche Anwohnerinnen und Anwohner aller Altersgruppen aktiv an der Gestaltung neuer Stadtmöbel mitwirkten. Gemeinsam entstanden Sitzhocker und eine große Eckbank für die Quartiersmitte sowie ein Podest mit integriertem Stauraum für den Skatepark Berg Fidel.

Ziel der Bauwerkstatt war es, gemeinsam mit den Menschen vor Ort öffentliche Räume aufzuwerten, Teilhabe zu ermöglichen und das soziale Miteinander im Quartier zu fördern.

Getragen wurde das Projekt von einer breiten Kooperation lokaler Akteurinnen und Akteure im Arbeitskreis Berg Fidel, darunter Alte Post e. V., AWO Quartierstreff, Communityforschung Berg Fidel, Skateboarding Münster e. V., Stadtteilhaus Lorenz-Süd, Stadtplanungsamt sowie Quartiersmanagement von Münster Marketing. Unterstützt wurde die Bauwerkstatt zudem von der Bezirksvertretung Münster-Hiltrup.

Stadtteilstadtfest Berg Fidel – im Zeichen der Gesundheit

Aufbauend auf der zuvor erfolgreich umgesetzten Bauwerkstatt in Berg Fidel wurde der öffentliche Raum erneut zum Ort der Begegnung und Beteiligung: Im Sommer fand ein offenes Stadtteilstadtfest statt, das sportliche Aktivität, Gesundheitsprävention und gemeinschaftliches Erleben miteinander verband. Zusammen mit dem Arbeitskreis Berg Fidel und der Universitätsmedizin Münster, die im vergangenen Jahr ihr 100-jähriges

Jubiläum feierte, wurde ein vielfältiges Programm auf die Beine gestellt. Eine besondere Attraktion waren die Begegnungen mit bekannten Persönlichkeiten aus dem regionalen Sport: Sportlerinnen und Sportler von Preußen Münster, dem USC Münster und den Uni Baskets standen für Gespräche und Autogramme zur Verfügung.



Die Autogrammstunde mit Sportlerinnen und Sportlern von Preußen Münster, dem USC Münster und den Uni Baskets war bei den Kindern aus Berg Fidel neben zahlreichen sportlichen Mitmachangeboten sehr beliebt. (© UKM/Wibberg)



Coerde

Coerdefonds

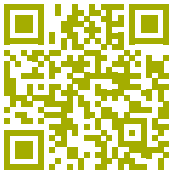
Der Coerdefonds wird als Maßnahme des InSEKs Coerde zu einem Anteil von 60 % aus Mitteln der Städtebauförderung (Sozialer Zusammenhalt) finanziert. Coerde setzt mit den Mitteln aus dem Coerdefonds auf bürgerschaftliches Engagement im Stadtteil. Der Coerdefonds unterstützt kreative und nachbarschaftsorientierte Projekte, die das Quartier lebenswerter, sozialer und attraktiver gestalten.

Das Quartiersmanagement bei Münster Marketing begleitet die Umsetzung des Fonds gemeinsam mit der Stadtplanung. Im Mittelpunkt steht die umfassende Beratung und Begleitung der Akteurinnen und Akteure: Von der Antragstellung über die Projektplanung bis zur Umsetzung erhalten Initiativen Unterstützung vor Ort, telefonisch, digital, über die eigens bereitgestellte Website, das Fördervideo – und sogar die Antragstellung kann mündlich erfolgen. Diese niedrigschwellige Ansprache ermöglicht es einer Vielzahl von Bewohnerinnen und Bewohnern, ihre Ideen einzubringen und aktiv an der Entwicklung des Stadtteils mitzuwirken.

Zudem koordiniert das Quartiersmanagement den Beirat, der über die Förderentscheidungen berät, und sorgt dafür, dass die Projekte transparent, bürgerschaftlich getragen und wirkungsvoll umgesetzt werden. Durch diese enge Begleitung werden lokale Netzwerke gestärkt, Synergien zwischen Projekten erzeugt und die aktive Mitgestaltung im Stadtteil Coerde nachhaltig gefördert.



Weitere Informationen unter:



Tag der Städtebauförderung – Stadtteilhaus und Hamannplatz Coerde

Im Rahmen des Baustarts des multifunktionalen Stadtteilhauses Coerde wurde am 10. Mai am bundesweiten Tag der Städtebauförderung der Grundstein des Stadtteilhauses gelegt. Das Tandem-Team aus Stadtteilkoordinatorin der Stadtplanung und Quartiersmanagement bei Münster Marketing organisierte hierzu einen Aktionstag mit und für den Stadtteil. Im Mittelpunkt standen die geplanten Entwicklungen in Coerde sowie das neue Stadtteilhaus, das bis 2027 fertiggestellt wird und künftig als zentraler Ankerpunkt am Hamannplatz fungieren soll.

Der Aktionstag bot Bürgerinnen, Bürgern, Akteurinnen und Akteuren transparente und niedrigschwellige Einblicke in die laufenden Planungen und die Förderzusammenhänge. Für den Bau des Stadtteilhauses konnten durch die Stadt Münster Fördermittel in Höhe von 12,8 Mio. € für das etwa 16 Mio. € Projekt eingeworben werden.



Tag der Städtebauförderung Coerde 2025 (© Stadtplanungsamt)

Nähere Informationen finden sich auch für den Stadtteil sichtbar am Bauzaun und zukünftig auch per QR-Code auf einer Website, die rund um die Bauprojekte in Coerde informiert, denn hier tut sich viel und das Interesse ist groß. Direkt am Hamannplatz wird die Melanchtonschule neu gebaut und das Quartier Kiese-kampweg neu entwickelt.

Wirtschaftsfrühstück Coerde

Mit der Veranstaltungsreihe Wirtschaftsfrühstück Coerde als Kooperationsveranstaltung des Büros des Oberbürgermeisters mit dem Coerde-Zukunftsprozess, der Wirtschaftsförderung und des Tandems aus Münster Marketing und der Stadtplanung, schafft das Format erstmals eine Verbindung der lokalen Wirtschaft miteinander und informiert zu aktuellen Projekten und Prozessen, wie dem künftigen Stadtteilhaus und dem Hamannplatz.

AG Starkes Coerde

Ein besonderer Schwerpunkt 2025 waren Aufbau und Stärkung des Ehrenamtes im Stadtteil, das sich, anders als in gewachsenen, eher dörflich strukturierten Stadtteilen, nicht ohne Unterstützung herausbildet und stark wird. Diese Aufgabe wird Zeit und Kraft kosten; wir arbeiten an der Seite der FreiwilligenAgentur Münster, suchen durch Veranstaltungen und Information Zugang zu Interessierten und bieten unsere Unterstützung für ihre freiwillige Arbeit im Stadtteil an.

Besonders hat sich das Tandem-Team 2025 zur Aufgabe gemacht, ein anderes wichtiges Standbein im Ehrenamt in Coerde wieder stärker aufzubauen – die AG Starkes Coerde.

Dieser ehemals wichtige Motor des Stadtteillebens war durch die Corona-Pandemie, veränderte Akteursstrukturen und weniger neuer Mitglieder inaktiver geworden. Mit dem Prozess zum Neuaufsatz wurden

die Ursprünge der Arbeitsgruppe aufgearbeitet, gemeinsam neue Schwerpunkte und Ziele definiert und Projektideen entwickelt. Dabei kam unter anderem ein vergessenes Stadtteil-Logo wieder zum Vorschein, das nun frei zugänglich auf der Website des Quartiersmanagements im Bereich des Fotodownloads von Coerde-Bildern heruntergeladen werden kann.



Im Jahr 2026 sollen die neuen Projektideen in Projektgruppenarbeit und gemeinsam mit neuen aktiven Kräften aus dem Stadtteil umgesetzt werden – ein weiterer Schritt zur Stärkung des Stadtteils und der Stadtteilidentität.

Gesundheitsfestival „Feel Good Coerde“

Im Stadtteil Coerde fand am 5. September 2025 mit dem Gesundheitsfestival „Feel Good Coerde“ eine ganztägige Veranstaltung zu den Themen Gesundheit, Prävention und Bewegung statt. Das Projekt ging aus den Quartiersgesprächen des Prozesses Coerde Zukunft hervor. Das Quartiersmanagement unterstützte das Gesundheitsamt bei der Konzeption und Umsetzung und begleitete das Projekt als Schnittstelle zwischen Verwaltung, lokalen Akteurinnen und Akteuren und Bewohnerschaft.

Feel Good Coerde-Plakat und Handzettel
(© Münster Marketing/Viola Keller)



Wirtschaftsfrühstück
(© Stadt Münster/Patrick Schulte)

Unterstützung, Beratung und Förderung im Stadtteil Coerde

Das Quartiersmanagement Münster Marketing unterstützt eine Vielzahl von Projekten, die direkt aus und mit dem Stadtteil entstehen und oft einen Lückenschluss darstellen. So wurden im Rahmen der „Coordinale – das Quartiersfest im Stadtteil“ die Baumscheiben des beliebten Kletterbaums gestaltet, der im Zuge der Umgestaltung der Ortsmitte Coerde abgebaut werden musste. Darüber hinaus begleitet das Quartiersmanagement die pädagogischen Fachkräfte Coerdes in einem gemeinsamen Projekt, das Fachkräfte gewinnen und das positive Image des Stadtteils stärken soll. Dieses wird durch eine Filmreihe, die Website und Social Media-Kanäle sichtbar umgesetzt.



Graffiti in Kinderhaus
(© Stadtplanungsamt)

Kinderhaus

Kinderhaus: Sprickmannplatz – Weiterführung der Umgestaltung

Die Weiterentwicklung des Sprickmannplatzes in Kinderhaus basiert auf einem Werkstattverfahren zur Neugestaltung des Platzes. Seit Anfang 2024 trifft sich regelmäßig eine Arbeitsgruppe, bestehend aus dem Bezirksbürgermeister, Vertreterinnen und Vertretern des Begegnungszentrums am Sprickmannplatz, Eigentümerinnen und Eigentümern, dem Amt für Wohnungswesen und Quartiersentwicklung, dem Stadtplanungsamt sowie dem Quartiersmanagement von Münster Marketing. Ziel ist es, die erarbeiteten Vorschläge zu priorisieren und schrittweise umzusetzen. Dabei handelt es sich um viele kleine, aber durch die Beteiligung der Akteurinnen und Akteure sehr wirksame und sofort sichtbare Verbesserungen im Ortsbild.

City- und Veranstaltungsmanagement

Netzwerk von Eigentümerinnen und Eigentümern in der Altstadt

Das Zentrenmanagement – ein Bündnis der Stadt, der Wirtschaftsförderung und der Initiative starke Innenstadt – legt den Fokus aktuell auf die Gründung eines Netzwerks von Eigentümerinnen und Eigentümern von Gewerbeimmobilien in der Altstadt. Ein vertrauensvolles Miteinander ist wichtig, da diese meist für mehrere Jahre über den Besitz in den Erdgeschosslagen und damit auch über die Wertigkeit und Attraktivität des Angebots in unserer Stadt entscheiden.

Mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen wollen die Akteurinnen und Akteure im Zentrenmanagement Negativentwicklungen im Besitz der Erdgeschosslagen entgegenwirken. Ziel von individuellen Kontakten und kleinformigen Veranstaltungen ist es, eine Kommunikationsebene zu Entscheidungsträgern für Neu- bzw. Nachvermietungen aufzubauen. Außerdem fand im Mai dieses Jahres erstmals eine exklusive Veranstaltung mit interessantem Programm und Austauschmöglichkeiten statt, zu der alle Eigentümerinnen und Eigentümer von Gewerbeimmobilien von Handelslagen in der Altstadt eingeladen waren.

Neue Ideen für das Martiniviertel

Mehr Grün, mehr Aufenthaltsqualität, mehr Klimaschutz und mehr Raum für alle, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs sind – das sind die Ziele für die Zukunft im historischen Martiniviertel. Die Stadtverwaltung konkretisiert aktuell die Planungen zur Umgestaltung der Hörsterstraße, Martinistraße und Stiftsherrenstraße sowie des kleinen Platzes am Bült. Das Konzept war 2022 der Siegerentwurf im NRW-Fördermittelwettbewerb „ZukunftStadtRaum“. Vor den baulichen Veränderungen modernisieren die Stadtnetze Münster die Versorgungsinfrastruktur im Viertel.

Münster Marketing begleitet die Kommunikation der gesamten Baumaßnahme und unterstützt außerdem die Initiative engagierter Gewerbetreibender – darunter Einzelhändler und Gastronomen – den Zusammenhalt zu stärken und die Herausforderungen der Umbaumaßnahmen gemeinsam zu meistern. Das Ziel ist, das Viertel lebendig zu halten und Besucherinnen und Besucher sowie Kundinnen und Kunden auch während der Bauphase anzuziehen. Nach Fertigstellung soll das Viertel als grüner, klimafreundlicher und barrierefreier Raum mit deutlich mehr Aufenthaltsqualität in Wert gesetzt sein.

Neue Bestuhlung auf dem Harsewinkelplatz

Ein Platz zum Verweilen statt zum Parken – das ist die Idee hinter der neuen Bestuhlung des Harsewinkelplatzes, die gemeinsam von der Quartiersgemeinschaft vor Ort initiiert und gemeinsam mit dem Zentrenmanagement Münster ausprobiert wurde.



Die gelben Stühle, bereits bekannt von der Domplatz-Oase, laden auf dem Harsewinkelplatz zum Verweilen ein. (© Wolfgang Nietan)

Der Harsewinkelplatz mit der eindrucksvollen „Kirschen-säule“ des Künstlers Thomas Schütte ist eigentlich als Fußgängerzone ausgewiesen. In den vergangenen Jahren wurde er jedoch zunehmend als Parkplatz genutzt und verlor damit ein Stück seiner Aufenthaltsqualität. 20 gelbe Stühle luden dann nach dem Modell der „Domplatz-Oase“ seit dem Sommer dazu ein, Platz zu nehmen und den besonderen Charakter dieses vielleicht nicht ganz im Fokus stehenden Innenstadtortes zu entdecken.

Die Viertelgemeinschaft kümmert sich mit großem Engagement um die tägliche Organisation: Sie übernimmt morgens das Herausstellen und abends das Einräumen der Stühle – und trägt so entscheidend dazu bei, dass der Harsewinkelplatz mehr bieten kann als bislang. Das Citymanagement begleitet und unterstützt dieses bürgerschaftliche Engagement der Anrainerinnen und Anrainer.



Neue Parkordnung im Kiepenkerlviertel sorgt für mehr Aufenthaltsqualität

Seit Ende September präsentiert sich das Kiepenkerlviertel spürbar offener und einladender. An Drubbel, Roggenmarkt, Bogenstraße und Spiekerhof wurden die Parkmöglichkeiten am Straßenrand reduziert, um mehr Raum für Fußgängerinnen und Fußgänger zu schaffen. Gemeinsam mit den privaten Akteurinnen und Akteuren vor Ort und bestehenden Bündnispartnern konnte dieses Vorhaben umgesetzt werden. In einem nächsten Schritt ist die Umsetzung weiterer Fahrradabstellmöglichkeiten sowie grüner Akzente geplant. Das Citymanagement hat hier maßgeblich den Austausch mit den Stakeholdern und die Koordination innerhalb der Verwaltung organisiert.

Nach einem Beteiligungsverfahren für den Stadtraum neben der Apostelkirche wird das Citymanagement in engem Austausch mit der Quartiersgemeinschaft und der Initiative starke Innenstadt an der Umgestaltung der Fläche in den „Apostelgarten“ mitwirken.

Besucherinnen und Besucher konnten vor Ort Ideen und Entwürfe zur Umgestaltung und neuer Nutzung kennenlernen und erleben. (© Stadt Münster/Meike Reiners)

Brunnenbepflanzung an der Neubrückenstraße

Mit einer farbenfrohen Bepflanzung wurde der derzeit stillgelegte Brunnen in der Neubrückenstraße temporär belebt und damit deutlich aufgewertet. Initiiert und finanziert wurde das Projekt von der Initiative starke Innenstadt Münster. Im Schulterschluss mit dem Amt für Grünflächen, Umwelt und Nachhaltigkeit und Münster Marketing konnte das Projekt umgesetzt werden.



Wo vorher ein stillgelegter Brunnen stand, blüht jetzt ein farbenfrohes Blumenbeet. (© Initiative starke Innenstadt)

Westseite Bahnhofsviertel

Das Bahnhofsviertel hat seit einigen Jahren ein negatives Image. Drogenhandel, Gewaltdelikte und die daraus resultierende erhöhte Polizeipräsenz tragen dazu bei.

Gleichzeitig besteht ein starkes zivilgesellschaftliches Engagement durch die ISG Bahnhofsviertel Münster e. V. als lokale Quartiersgemeinschaft, die sich seit Jahren für die Aufwertung dieses Areals einsetzt. Enger Partner der ISG ist das Citymanagement bei Münster Marketing.

In Arbeitssitzungen von Stadt, Polizei und Anrainern des Viertels ist in 2024 u. a. vereinbart worden, einen „Runden Tisch für die Westseite des Bahnhofsviertels“ zu organisieren, um einen regelmäßigen Austausch über aktuelle Entwicklungen und Maßnahmen zu ermöglichen. Die Geschäftsführung für den Runden Tisch liegt bei Münster Marketing. Die Moderation übernehmen die Leitungen von Ordnungsamt und Münster Marketing.

Die Arbeit am Runden Tisch stärkt die dringend erforderliche Zusammenarbeit aller Kräfte, verbessert das Verständnis für die Situation und motiviert zum Handeln. So ist aus dem Kreis erstmals ein Bahnhofsviertel-Fest entstanden, das am 7. Juni 2025 stattgefunden hat und in dessen Rahmen sich zahlreiche Institutionen aus dem Viertel präsentieren konnten.



Tragen zur Stadtverschönerung bei: die neuen Blumenampeln. (© Ilse Mentrup)

Salzstraßenviertel

Auch im Bereich des Clemensgartens und Servatii-kirchplatz war der Umgang mit verhaltensauffälligen Menschen im vergangenen Jahr ein bestimmendes Thema. Das Citymanagement hat auch in 2025 Austauschformate mit den Ordnungs- und Sozialbehörden organisiert. In gemeinsamen Gesprächen sind Maßnahmen und Verabredungen für ein gemeinsam abgestimmtes Vorgehen vereinbart worden.

Blumenampeln in der Ludgeristraße

Der Ludgeriviertel e. V. und das Zentrenmanagement haben erstmals in 2025 gemeinsam elf Straßenlaternen entlang der Fußgängerzone mit Blumenampeln ausgestattet. Diese gemeinsame, bürgerschaftlich initiierte Aktion soll nicht nur das Stadtbild verschönern, sondern auch die Aufenthaltsqualität für Bürgerinnen und Bürger sowie Besucherinnen und Besucher erhöhen.



Das beliebte Hansemahl begeisterte mit vertrauten Elementen. Eine beeindruckende 100 Meter lange Tafel mit eleganten weißen Hussen und buntem, regionalem Frühlingsblumenschmuck zog sich vom Historischen Rathaus bis zur Salzstraße. (© Münster Marketing/Peter Schwabe)



Besucherinnen und Besucher machten es sich auf den weißen Sesseln von Ron Arad bequem. (© Münster Marketing/ Peter Schwabe)

20. Hansemahl lockt auf den Prinzipalmarkt

Am 3. Mai 2025 hat das Citymanagement gemeinsam mit den Kaufleuten zur Hansetafel auf den Prinzipalmarkt eingeladen. Dieses besondere Veranstaltungsformat fand bereits zum 20. Mal statt und lockte wieder zahlreiche Besucherinnen und Besucher in die Innenstadt. Für den Lounge-Bereich zwischen Michaelisplatz und Stadthaus wurden erstmals 40 weiße Sessel von Ron Arad nebst Tischen arrangiert.

Das Wissenschaftsfestival SchlauRaum:
„Wieso? Weshalb? Gesund?“

Dass Münster eine Stadt der Wissenschaft ist, ist mehr als eine Behauptung: das Wissenschaftsfestival „SchlauRaum“ ist ein Beleg für die enge Verbindung der Stadt mit der Wissenschaft, die sich nicht wie ein Nebeneinander, sondern wie eine Verbindung im gemeinsamen Netz anfühlt. Aus der langjährigen Partnerschaft der Universität Münster, der FH Münster, des Universitätsklinikums Münster mit der Stadt Münster ist auch 2025 wieder das Wissenschaftsfestival „SchlauRaum“ entstanden – mit generöser Unterstützung von der Stiftung der Sparkasse Münsterland Ost.

Eine Woche lang, vom 5. bis 11. Juli 2025, hatten dabei alle Münsteranerinnen und Münsteraner und ihre Gäste Gelegenheit, der Wissenschaft ganz nah zu kommen. Im öffentlichen Raum, auf Plätzen wie dem Stubengassenplatz, dem Platz des Westfälischen Friedens und dem Prinzipalmarkt, aber auch auf dem Aasee und im Stadtteil Berg Fidel sowie in ganz besonderen Räumen, wie der 21. Ebene des Ostturms des UKMs, konnte jede und jeder am Wissen über unsere Gesundheit teilhaben, da unter dem Motto: „Wieso? Weshalb? Gesund?“ verschiedene Aspekte in Bezug zur Gesundheit beleuchtet wurden. Gesundheit aus der Perspektive von Mobilität und Prävention, psychische Gesundheit, die Zukunft des Gesundheitswesens und die Zusammenhänge zwischen Klima und Gesundheit wurden aufgegriffen, um mit den Besucherinnen und Besuchern ins Gespräch zu kommen. Gesundheit ist ein Thema, das in unserer Stadt einen großen Stellenwert hat. Münster will eine gesunde Stadt sein, in jeder Hinsicht, und ihre Bewohnerinnen und Bewohner unterstützen ganz offensichtlich diese Prioritätensetzung.



Neben Vorlesungen im Open-Air-Hörsaal auf der Stubengasse, die man im gemütlichen Deckchair verfolgen konnte, Tretbootvorlesungen auf dem Aasee oder einem Spaziergang durch das Modell des menschlichen Darms der Felix Burda Stiftung auf dem Platz des Westfälischen Friedens, gab es über 150 Veranstaltungen und Projekte zum Zuhören und Mitmachen, die ganz im Sinne eines umfassenden Gesundheitsverständnisses angelegt waren.

Einer der Höhepunkte des Festivals, das auch den 100. Geburtstag der medizinischen Fakultät der Universität Münster mitfeierte, war die Yogastunde, bei der über 600 Menschen auf dem Prinzipalmarkt ihr Gesundheitsbewusstsein unter Beweis stellten. Gesundheit ist eben kein Thema für wissenschaftliche Expertisen, sondern für alle Menschen. Gesundheit braucht Raum in unserem Leben und eben auch in unserer Stadt – das war sicher eine der wichtigsten Erkenntnisse der beliebten Veranstaltung gemeinsam mit der Wissenschaft in unserer Stadt.

Aftermovie zum
SchlauRaum



In Tretbooten auf dem Aasee Vorträgen
zu lauschen, war eine der beliebtesten Aktionen.
(© Münster Marketing/Peter Schwabe)

City- und Veranstaltungsmanagement

1. – 2. Eröffnung des „SchlauRaum 2025“ im Open-Air-Hörsaal
an der Stubengasse. (© Münster Marketing/Peter Schwabe)
3. Wissensbar (© Münster Marketing/Peter Schwabe)



Seine Inszenierung „Kippunkt“ zeigte
das Theater Titanic im Rahmen des „SchlauRaum“
auf dem Hafenplatz. (© Münster Marketing/Peter Schwabe)

Stadtfest Münster Mittendrin

Vom 15. bis zum 17. August 2025 fand die mittlerweile neunte Auflage des beliebten Stadtfestes Münster Mittendrin statt. Mit seinen verschiedenen Veranstaltungszonen analog der Wegestruktur in der Innenstadt 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 erneut mehrere Tausend Besucherinnen und Besucher in die Stadt. Ein Highlight waren wieder die Top-Act Konzerte auf dem Domplatz, diesmal u. a. mit Cyril, Meute und Break Free.



Atmosphäre auf dem Lamberti-Kirchplatz.
(© Münster Marketing/Peter Schwabe)



Zum Stadtfest gab es auf dem Domplatz wieder an allen drei Abenden Konzerte.
(© Münster Marketing/Benjamin Wiesner)

**Schauraum – das Fest der Museen
und Galerien in Münster**

Münster wurde auch 2025 wieder zur Bühne für Kunst, Kultur und Stadterleben und verwandelte vertraute Plätze in außergewöhnliche Orte.

Herzstück des Schauraums vom 4. bis 6. September war erneut der „Domplatz-Park“, ein ehemaliger Parkplatz, der seit drei Jahren inzwischen autofrei ist und mitten in der Stadt mit fest installierten Sitzmöbeln Platz zum Entspannen, Arbeiten oder Picknicken bietet. Zum Schauraum verwandelt er sich in eine Lounge und öffnet damit den Blick für die Potentiale dieses Alltagsraums.

Neben der beliebten Domplatz-Oase, einem lauschigen Ort für kurze Ruhepausen, verwandelt die Initiative starke Innenstadt (ISI) auf der Rückseite des Modegeschäfts Schnitzler eine Parkplatzfläche in den „Platz für den Moment“. Höhepunkt des Schauraums ist der nächtliche Besuch der Museen und Galerien am Samstag.



Schauraum 2025 (© Münster Marketing/Peter Schwabe)

Veranstaltungsservice

Der Veranstaltungsservice von Münster Marketing unterstützt bei der Planung und Durchführung öffentlicher Veranstaltungen im Stadtgebiet. Er berät zu organisatorischen Fragen, nennt die Ansprechpersonen städtischer Ämter und denkt mit von der ersten Idee bis zur Umsetzung. Dazu gehören unter anderem Termin- und Standortabstimmungen sowie Hinweise zu praktischen Themen wie Infrastruktur, Sicherheit oder Abfallmanagement. Darüber hinaus bietet der „Runde Tisch der Veranstaltenden von Stadt- und Stadtteilstellen“ einen Austausch und die Vernetzung der Organisierenden.

Veranstaltungstermine werden zusätzlich im städtischen Veranstaltungskalender sowie im Monatsjournal „Münster live“ veröffentlicht.

Nachtbürger- meisterei

Ein vielfältiges, sicheres, aktives und gleichzeitig verträgliches Nachtleben in Münster fördern – das ist das Ziel des Nachtbürgermeister-Tandems, das seit Oktober 2022 das Citymanagement ergänzt. Vor allem durch regelmäßigen Austausch und gutes Zuhören ermitteln Lisa Marie

Tubies und Manuel Rojano Marin Bedürfnisse, Wünsche und Probleme, um darauf aufbauend entsprechende Lösungen zu erarbeiten, die Münsters Nacht stärken. Dabei kann sich das Tandem über eine enge Zusammenarbeit mit vielen unterschiedlichen Akteurinnen und Akteuren freuen.

Nächtlicher Freizeitlärm

Die enge Zusammenarbeit des Nachtbürgermeister-Tandems mit dem Ordnungsamt mündete 2025 in einem fachstellenübergreifenden Jour Fixe. Durch den regelmäßigen Austausch konnten aufkommende Lärmkonflikte analysiert, Lösungsansätze diskutiert und Aufgaben aufgeteilt werden. Zu letzteren gehörte das engmaschige Begleiten und Beraten von neu entstehenden Clubs und Bars sowie das Organisieren und Moderieren von Gesprächsrunden für Betriebe und Anwohnende.

Auch der Fachaustausch mit dem NRW-Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr wurde fortgesetzt: Im Rahmen der Dialogreihe „Zielkonflikte in innerstädtischen Quartieren aus Sicht des Immissionsschutzes“ haben sich Verwaltungs- und Branchenvertretende zum neuen Schwerpunktthema „nächtlicher Freizeitlärm“ vernetzt. Lisa Marie Tubies durfte bei der Auftaktveranstaltung einen Inputvortrag beisteuern und arbeitete anschließend an der AG zur Erstellung eines Leitfadens für Open-Air-Veranstaltungen mit.

Lisa Marie Tubies im Umwelt-Ministerium (© Stadt Münster)



Nachtbürgermeisterei

Nichtkommerzielle Outdoor-Veranstaltungen

Ein Jahresschwerpunkt in der Arbeit des Nachtbürgermeister-Tandems lag in der Auslotung von Möglichkeiten für die freie Szene, nichtkommerzielle Open-Air-Veranstaltungen im öffentlichen Raum durchzuführen. Im Dialog zwischen der Verwaltung, den Kollektiven, den Nachtkulturbetrieben und den Anwohnenden zeigte sich der gemeinsame Wunsch nach Planbarkeit und transparenter Kommunikation. So sollten die unterschiedlichen Interessen der involvierten Gruppen in Einklang gebracht werden.

Auf der Basis der geäußerten Wünsche und Bedürfnisse hat das Tandem ein Konzept erarbeitet, das die niedrigschwellige Anmeldung und Durchführung von nichtkommerziellen Open-Airs unter Berücksichtigung von gemeinsam aufgestellten Regeln auf geeigneten Flächen zum Ziel hat. Das Konzept fand im Sommer 2025 erstmals Anwendung: Die in enger Zusammenarbeit mit der Stadt durchgeführte Pilotveranstaltung der freien Szene konnte positiv evaluiert werden, sodass das Nachtbürgermeister-Team die Arbeit an dem Konzept anschließend fortsetzte.

Fortführung bewährter Projekte: städtische Awarenessteams und achtsame Orientierungswoche

Positiv evaluiert und deshalb fortgesetzt werden konnten zwei Projekte für sicheres und umsichtiges Feiern:

Das in Kooperation mit dem Ordnungsamt und dem Amt für Gleichstellung 2024 erstmals eingesetzte städtische Awarenesssteam begleitete wieder den Rosenmontag und den 1. Mai. Feiernde, die eine Grenzüberschrei-



Bis in die Abendstunden gut sichtbar: Die Awareness-Anlaufstelle an Rosenmontag. (© Münster Marketing)

tung erlebt hatten oder aus anderen Gründen Hilfe benötigten, konnten sich telefonisch oder persönlich an das Team wenden. Dabei handelten die Awareness-Mitarbeitenden in enger Abstimmung mit dem Kommunalen Ordnungsdienst, dem Deutschen Roten Kreuz und dem Team der städtischen Kampagne „Voll ist out“.

Ebenfalls weiterverfolgt wurde das Projekt für eine umsichtige Orientierungswoche, an dem das Nachtbürgermeister-Tandem zusammen mit dem AStA der Universität Münster arbeitet. Vertreterinnen und Vertreter der AWM, der Beratungsstelle Frauen-Notruf Münster e. V., der universitären Nachhaltigkeits-Stabstelle, der Polizei, des Ordnungsamts, des Sozialamts und des Projekts Kultur:inklusive sind der Einladung zum Workshop-tag für Fachschaften gefolgt, in dessen Rahmen Ideen und Konzepte für eine gelungene Orientierungswoche diskutiert wurden. Ein Ergebnis der Gespräche ist, dass die AWM den Fachschaften Taschenaschenbecher zur Verfügung gestellt haben, um die Umweltbelastung durch Zigarettenstummel zu reduzieren.

Landes- und bundesweite Vernetzung der Nachtbürgermeisterinnen und Nachtbürgermeister

Ein Grundpfeiler der Arbeit des Tandems blieb der Austausch mit den Nachtbürgermeisterinnen und Nachtbürgermeistern anderer Städte im deutschsprachigen Raum, die sich unter dem Namen „Nacht Konsil“ organisiert haben. Neben einem monatlichen Jour Fixe zur Beratung bei akuten Anliegen hat das Netzwerk mehrere digitale Schulungen in den Bereichen Schallschutz, Awareness sowie Nachtleben im Baurecht und in der Stadtplanung organisiert. Zu Europas größter Nachtkulturkonferenz „Stadt nach Acht“ hat das „Nacht Konsil“ zwei Panels zu den Themen „Good Practices für die kommunale Nachtleben-Steuerung“ und „Instrumente für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Verwaltung und Nachtkultur“ beigesteuert. Lisa Marie Tubies wurde im November 2025 abermals als eine von drei Vertreterinnen und Vertretern des Nacht Konsils wiedergewählt. Auch auf der Landesebene wurde die fachliche Vernetzung beibehalten, um NRW-spezifische Themen und Fragestellungen kollegial angehen zu können.



Gruppenfoto Nacht Konsil (© Stadt nach Acht)

Öffentlichkeitsarbeit

Unsere Öffentlichkeitsarbeit koordiniert und begleitet die profilgebenden Veranstaltungen und Projekte von Münster Marketing, damit sie ihre kommunikative Wirkung entfalten und ihre Botschaft bei den Bewohnerinnen und Bewohnern ankommen kann. Das heißt, wir nutzen unsere profilgebenden Veranstaltungen ganz gezielt, um eine möglichst große Zielgruppe innerhalb und außerhalb der Stadt zu erreichen und die Qualität unserer Stadt in das Bewusstsein und die Herzen der Menschen zu pflanzen.

Unsere TOP-Themen auch für die überregionale Kommunikation: Münster Experience – Tourismus- und Kongress-Strategie für die Stadt Münster, Hansetag und Hansetafel, Wissenschaftsfestival „SchlauRaum“, Kulturfestival Schauraum, Veranstaltungsreihe „Dialoge zum Frieden“, Neuauflage Krimiflyer und die Adventskampagne.

Auslandsmarketing

Die Kommunikationsmaßnahmen von Münster Marketing in den Auslandsmärkten richten wir strategisch auf die Hauptquellmärkte der Gäste aus. Der Fokus liegt auf den Niederlanden, den deutschsprachigen Nachbarländern Österreich und Schweiz sowie Großbritannien, Spanien und den USA.

Münster Marketing agiert nicht isoliert, sondern arbeitet eng mit verschiedenen Partnern zusammen, um die Effizienz der Kommunikationsstrategien zu maximieren.

Niederlande

- Münster als Partner des Tourismus NRW e. V.: cross-mediale Kampagne „Feel Good“ der DZT Amsterdam: Zielgruppe: Nachhaltigkeitsorientierte Reisende/ ganzjährige Laufzeit
- Münster als Partner der DZT-Amsterdam: Adventskampagne des großen Online-Reisportals Cityzapper mit Einträgen in den Christmas Markets Guide, dem Blog, Newsletter (88.950 Abonnenten), Bannerschaltung, Ausspielung über Social Media, Platzierung bei NL-Reiseveranstalter Oad mit einer geschätzten Reichweite von rund 707.125

Zu den Partnern zählen insbesondere der Münsterland e. V., der Tourismus NRW, die Historic Highlights of Germany (HHoG) und die Deutsche Zentrale für Touristik (DZT).

Diese Kooperationen sorgen dafür, dass die Budgets effektiv eingesetzt und oft durch Fördergelder aufgestockt werden können.

Österreich

Als exklusiver Partner des Tourismus NRW: Beteiligung an der crossmedialen Kampagne der DZT Wien mit der ÖBB und DB – auch vor dem Hintergrund, dass Münster nun eine durchgehende Nachtzug-Verbindung nach Österreich hat.

Kampagnenziel: Durch die Platzierung von besonderen Reiseideen und der Bewerbung von klimafreundlichem und nachhaltigem Reisen mit der Bahn soll die Anzahl der Reisenden mit den ÖBB von Österreich nach Deutschland gesteigert werden.

Insgesamt verzeichnete die Kampagne mit Stand 30.06.2025 eine Reichweite von 81.367.829 Kontaktpunkten.



Öffentlichkeitsarbeit

Zahlreiche Akteurinnen und Akteure des Wissenschaftsfestivals SchlauRaum luden zu mehr als 150 Programmpunkten ein – unter anderem auf dem Aasee. (© Stadt Münster/Patrick Schulte)

UK

Mit dem Tourismus NRW: Partner der „Feel Good“ Kampagne der DZT London mit dem Reiseportal Culture Trip, einem internationalen Reise- und Inspirationsportal, das Reisenden per Website und App Angebote an kuratierten Inhalten, Insider-Tipps und Buchungsmöglichkeiten rund um (nachhaltiges) Reisen bietet.

Die Reichweite von Culture Trip in den Top 3 Ländern nach individuellen Nutzern (Unique User): USA (2,2 Millionen UU), UK (1,25 Millionen UU), Kanada (320.000 UU), insgesamt 8,6 Millionen Follower in den sozialen Medien und 3,1 Millionen App Downloads.



The Sunday Times Artikel (© Richard Mello)

Der Münster-Artikel erzielte mit 3:51 Minuten die höchste Verweildauer, das Local Interview mit der Türmerin Martje Thalmann brachte es auf 1:09 Minuten Verweildauer. Über die Social Media-Kanäle gab es eine Sichtbarkeit über 721.522 Impressionen und 10.748 Klicks auf die Culture Trip Seiten.

- Ergänzend gab es gemeinsam mit dem FMO und dem Münsterland e. V. Einträge in den Presse-B2B-Newsletter (1.150 selektierte Kontakte) und den B2C-Newsletter (10.000 Abonnentinnen und Abonnenten) der DZT London für den britischen Markt.
- Zum Kunst- und Kulturfestival „Schauraum – das Fest der Museen und Galerien“ war der britische Blogger James Haskins zu Gast. Der Besuch erfolgte in Kooperation mit dem LWL-Museum für Kunst und Kultur. James präsentierte auf seinem Blog traveller.james und seinen Social Media-Kanälen mit über 1 Million Reichweite pro Monat Münster als Kunst- und Kulturstandort – auch bereits mit einem Verweis auf die Skulptur Projekte 2027.
- Besonders erfreulich: Die DZT London hat den Reisejournalisten Richard Mellor nach Münster vermittelt, der nach seinem Besuch in unserer Stadt einen großen Münster-Artikel in der Londoner Sunday Times veröffentlichte.

USA

Bewerbung des englischen Online-Magazins „Explore Münster“ im Magazin „GNTO Resource Guide“ der DZT New York. Das Magazin richtet sich gezielt an das US-Fachpublikum und wurde den beiden großen Fachmagazinen „Travel Weekly“ (Aufl. print & online insg. 105,143) und „TravelAge West“ (Aufl. print & online 69.452) beigelegt. Die Münster-Anzeige mit einem QR-Code zum Online-Magazin stand im Kontext der Historic Highlights of Germany (HHoG).

Netzwerkarbeit der Historic Highlights of Germany (HHoG)

In der Marketingkooperation der Historic Highlights of Germany arbeiten 17 historisch relevante Hochschulen, darunter Freiburg, Augsburg und Heidelberg, seit 40 Jahren zusammen, um gemeinsam eine Sichtbarkeit auf internationalen Märkten, vor allem in Spanien und den USA, zu erreichen.

Durch diese Mitgliedschaft profitiert Münster von starken Netzwerkstrukturen und Mitgliedschaften in den Fokusmärkten. Im US-Markt ist das z.B. die Gemeinschaft Mitglied der USTOA (United States Tour Operator Association), dem Verband der bedeutenden US-Reiseveranstalter. Die Mitgliedschaft bei der ETOA (European Tourism Association) eröffnet Zugriff auf das Netzwerk, Veranstaltungen und Marktforschungsmaterial der Vereinigung der europäischen Reiseveranstalter. Vor dem Hintergrund der Digitalisierungsstrategie der Deutschen Zentrale für Tourismus und der damit verbundenen stärkeren Online-Ausrichtung können durch von der DZT kofinanzierte reichweitenstarke Online-B2C-Kampagnen umgesetzt werden, welche die strategischen Ziele durch eine erhöhte Wahrnehmung unterfüttern. Dazu gehört auch eine Sichtbarkeit auf den Auslandsportalen der Deutschen Bahn über eine Beteiligung der HHoG am German Railpass, einer Art Interrail-Ticket für ausländische Gäste, mit dem es in den einzelnen Städte Vergünstigungen gibt.

Ebenso organisieren die HHoG gemeinsam mit der DZT und der Deutschen Bahn regelmäßig Besuche von Journalisten, Bloggern, YouTubern etc. in den Städten, um authentischen Content in den Märkten zu platzieren. Die DZT und HHoG übernehmen dabei die Organisation sowie Reisekosten mit Flug und Bahnticket, was budgetär für Münster Marketing allein sonst nicht zu stemmen wäre. Münster Marketing gestaltet und organisiert das Programm vor Ort.



Riesiger Chor auf dem Domplatz: Tausende Münsteranerinnen und Münsteraner sowie Gäste der Stadt versammelten sich zu „Münster singt“. (© Münster Marketing/Christian Menz)

Für den spanischen Markt war zum Beispiel 2025 die Bloggerin Sara Rodriguez zu Gast. Auf ihrem Blog „Mindful Travel“ und über ihre Social Media-Kanäle (Reichweite 230.000) arbeitet sie mit vielen Tourismusdestinationen zusammen und präsentierte Münster in ihrem großen Netzwerk.

El cuerno nocturno de la Türmerin (excepto martes)

Desde hace **más de 600 años**, cada noche entre las 21:00 y las 24:00, un **guardián o guardiana** (Türmer/Türmerin) toca el cuerno desde la torre de St. Lamberti.



Originalmente, esta figura vigilaba la ciudad y avisaba de incendios o peligros. Hoy es una **tradición preciosa** que Münster mantiene viva. Cada media hora suena el cuerno anunciando que todo está bien.

Excepto los martes, cuando la guardiana tiene su día libre.

Si quieres escucharlo, simplemente estate cerca de la iglesia entre las 21:00 y las 24:00 h cualquier día menos martes. El sonido del cuerno resonando en las calles del casco antiguo es mágico.

www.mindfultravelbysara.com

Advent in Münster

Der Advent mit den sechs Weihnachtsmärkten ist ein echter Publikumsmagnet und gehört zu den wichtigsten Münsterthemen. Die begleitende Adventskampagne von Münster Marketing zählt zu den reichweitenstärksten Kampagnen und positioniert die Stadt erfolgreich überregional und international.

Ihr Erfolg beruht auf dem starken Netzwerk, das verschiedene Akteure miteinander verbindet: Stadtmarketing, Weihnachtsmarktbetreiber, Innenstadtkaufleute, Viertelgemeinschaften, Gastronomie, Kirchen, Kulturakteure, Stadtwerke, das Messe- und Congress Centrum Halle Münsterland ebenso wie Ordnungsamt und Polizei.

Veranstaltungsbausteine

Aufstellen der Tanne: Gemeinsam mit der Feuerwehr und dem Grünflächenamt – der Termin hat sich inzwischen zu einem Medienevent entwickelt.

Eröffnung: Die Weihnachtsmärkte eröffnen zur Blauen Stunde mit einem kleinen moderierten Bühnenprogramm vor der Weihnachtstanne an der Lambertikirche.

Münster singt: Über 10.000 Menschen stimmen zur Blauen Stunde auf dem Domplatz mit David Rautenberg Weihnachtslieder an. „Münster singt“ ist das Highlight im Advent. Das Format – vor allem gedacht für die Menschen hier vor Ort – schafft Identifikation und inzwischen kommen auch viele Gäste von außerhalb dazu.

Adventsmusik vom Sentenzbogen: Blechbläserensembles spielen an den Adventssamstagen, choreografiert von der Westfälischen Schule für Musik.

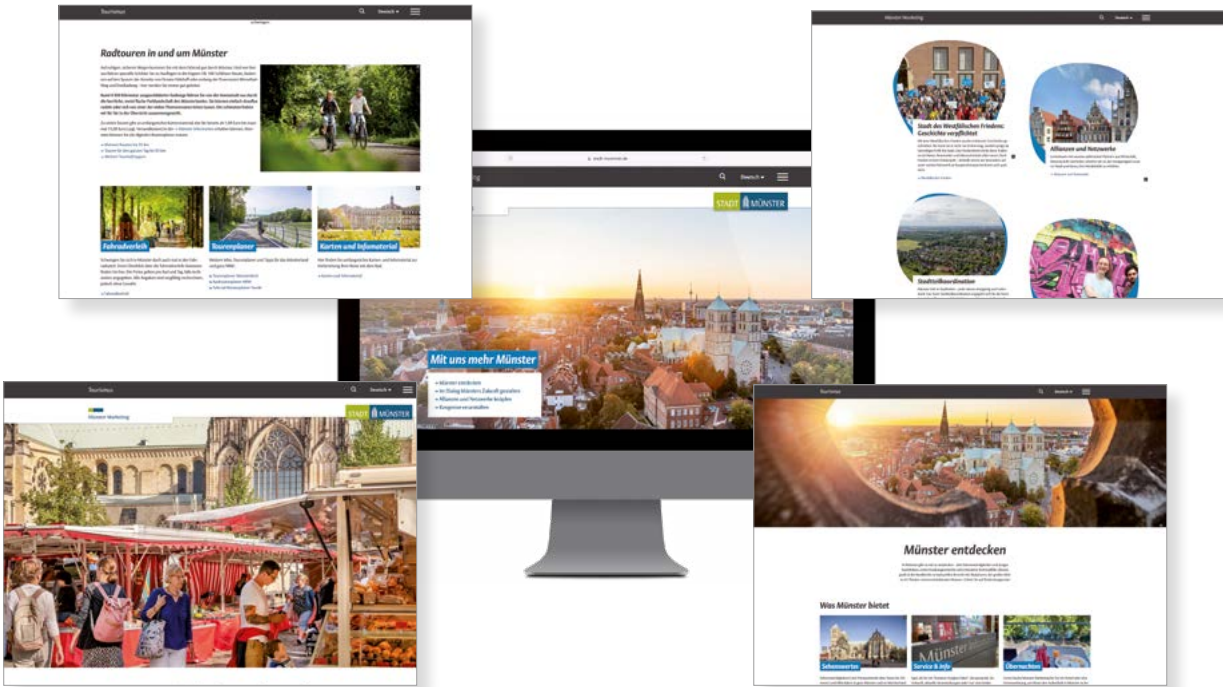
Willkommensbausteine/Servicepakete

P & R vom Parkhaus Coesfelder Kreuz: Gemeinsame Aktion von Stadtwerken und Stadt für ein smartes Mobilitätsangebot, das für die Adventszeit konzipiert wurde und inzwischen an jedem Samstag nutzbar ist. Für 5 Euro können samstags bis zu 5 Personen parken und mit den Linienbussen in die Stadt shutteln.

Mobile Münster Information: An den Adventssamstagen von 11 bis 15.30 Uhr ist per Fahrrad eine mobile Münster Information unterwegs: Mitarbeitende von Münster Marketing fahren durch die Innenstadt und machen an viel besuchten Orten Halt. Sie haben Stadtpläne, den Advents-Pocketplan, Broschüren und Prospekte im Gepäck und helfen bei Fragen weiter. Das Info-Fahrrad „Gisela“ ist gut am roten touristischen „i“ zu erkennen.

Reisebusse: Laut Auswertung des Amtes für Mobilität und Tiefbau nutzten in der Adventszeit 825 Reisebusse den Schlossplatz, davon viele Doppelstöcker. 2023 waren es 827 und 2024 insgesamt 756 Busse.

Wir versorgen die Ankommenden mit Informationsmaterial und Stadtplänen.



Neue Website

Mit zuletzt über 800.000 Besuchen und 2 Millionen Seitenansichten in einem Jahr ist die Website von Münster Marketing eine der wichtigsten Informationsquellen für Gäste, Bürgerinnen, Bürger, Partnerinnen und Partner rund um die Themen Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Kongresse, Wissenschaft, Frieden und vieles mehr.

Um kontinuierlich steigenden Nutzungszahlen und gleichzeitig stark veränderten Ansprüchen gerecht zu werden, wurde die Website von Münster Marketing neu konzipiert, mit dem Ziel,

- alle Tätigkeitsfelder von Münster Marketing zu verankern (Themen wie Bürgerbeteiligung, Entwicklung der Stadtteile, Nachtbürgermeisterei oder Smart City sind neu hinzugekommen)
- die damit einhergehenden, neuen Zielgruppen besser anzusprechen
- die technischen und optischen Möglichkeiten des neuen städtischen Designs zu nutzen (größere Fotos, Videos, flexible Seitenstruktur, optimierte mobile Ansicht)

Mit interner Unterstützung des Amtes für Kommunikation wurde im September 2025 ein kompletter Relaunch der Website veröffentlicht.

Die neue Website legt den Fokus auf die am stärksten nachgefragten Bereiche der Neuigkeiten, Profilthemen sowie Veranstaltungen und bietet für jede Zielgruppe

(Gäste, Bürgerinnen und Bürger, Stakeholder und Kundinnen und Kunden) einen passenden Einstieg:

- Münster entdecken (Gäste und Kundinnen und Kunden)
- Im Dialog Münsters Zukunft gestalten (Bürgerinnen und Bürger)
- Allianzen und Netzwerke knüpfen (Stakeholder aus allen Bereichen der Stadtgesellschaft)
- Kongresse veranstalten (Hochschulen, Unternehmen, Institutionen)

Zusätzlich wurde die Website um neue Funktionalitäten wie den Location Finder und eine Open-Data-Schnittstelle erweitert und für einen neuen Veranstaltungskalender vorbereitet.

Die neu eingeführte KI-basierte Übersetzungsfunktion ermöglicht die Übersetzung der Website in zehn verschiedene Sprachen mit nur je einem Klick.

Und das alles
unter einem Dach:



Digitale Kommunikation/Social Media

Facebook

Mit 7,5 Mio. Aufrufen, 73.441 Content-Interaktionen und einer Followerzahl von über 20.500 Menschen ist unser Facebook-Kanal auch 2025 weiter gewachsen. Hier sprechen wir vor allem Münsteranerinnen und Münsteraner an und informieren über aktuelle Ereignisse, Veranstaltungen und Entwicklungen in der Stadt. Um unser Profil weiter zu schärfen, haben wir in diesem Jahr verstärkt zielgruppengerechte Inhalte ausgespielt, die auf das Interesse unserer lokalen Community abgestimmt sind.

LinkedIn

Im Zuge der Optimierung unserer Online-Strategie möchten wir unsere Präsenz auf LinkedIn weiter ausbauen. Mit aktuell 3.015 Followerinnen und Followern und einem Wachstum von über 30 % im vergangenen Jahr zeigt sich, dass das Interesse an Münster als Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kongressstandort stetig wächst.

LinkedIn dient uns als zentrale Plattform, um Fachpublikum, Stakeholder und Partner gezielt anzusprechen. Hier teilen wir relevante Informationen zu den Themen Kongresse, Stadtentwicklung, Wissenschaft, Tourismus und Standortmarketing.

Über das gesamte Jahr 2025 wurde außerdem eine Kampagne für das Kongressbüro Münster realisiert. Zielsetzung dieser Maßnahme war die stärkere Fokussierung Münsters als attraktiven Tagungs- und Veranstaltungsort und die Erhöhung der Sichtbarkeit in der Fachwelt. Mit einer Marktdurchdringung von über 40 % sowie einer erzielten Performance über dem Branchendurchschnitt ist dieses Ziel erfüllt worden.

Instagram

Unser Instagram-Kanal @exploremuenster hat aktuell über 28.500 Followerinnen und Follower. Im Jahr 2025 gab es 2,3 Mio. Aufrufe mit einer Reichweite von 384.413. Als visuelle Plattform steht hier die Inspiration im Fokus: eindrucksvolle Stadtansichten, Geheimtipps, Stadtviertel-Porträts und Impressionen aus dem Münsteraner Alltag. Gemeinsam mit unserer Community zeigen wir Münsters schönste Seiten: Wir kuratieren die besten Bilder aus unserer Community und features regelmäßig inspirierende Bilder und Videos auf unserem Kanal. Durch dieses Community-Engagement wird Münster aus vielen individuellen Perspektiven sichtbar, und der Austausch zwischen Münsteranerinnen und Münsteranern, Gästen und Fans der Stadt wird gefördert.

Außerdem arbeiten wir stetig daran, die Beziehungen zu Influencerinnen und Influencern, zu Content Creators sowie digitalen Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu stärken, die ihre Identifikation mit der Stadt online zum Ausdruck bringen. Bei Veranstaltungen setzen wir immer wieder auf die Zusammenarbeit mit Influencerinnen und Influencern, die ihre Perspektive auf Münster mit einer breiten digitalen Community teilen. Ob Stadtfeste, Kulturveranstaltungen oder touristische Highlights – durch diese Partnerschaften erreichen wir neue Zielgruppen und stärken das digitale Image der Stadt.



Screenshot Reel
@muensterjovellandplus

Besondere Kampagnen und Aktionen

Auch 2025 haben wir mit gezielten Social Media-Kampagnen, Kooperationen und neuen Formaten die Sichtbarkeit Münsters erhöht und Menschen mit dem Stadtgefühl verbunden. Dabei setzten wir auf visuelles Storytelling, Eventbegleitung in Echtzeit, gezielte Influencer-Kooperationen und interaktive Formate, um möglichst viele Menschen in der digitalen Welt für Münster zu begeistern.

Beim Hansemahl und beim Schauraum begleiteten wir das Event mit Aftermovie-Reels, Live-Stories und Posts, um die einzigartige Atmosphäre der Veranstaltungen digital erlebbar zu machen. Dank der Zusammenarbeit mit lokalen Instagrammern erreichten wir zu beiden Veranstaltungen eine große organische Reichweite.

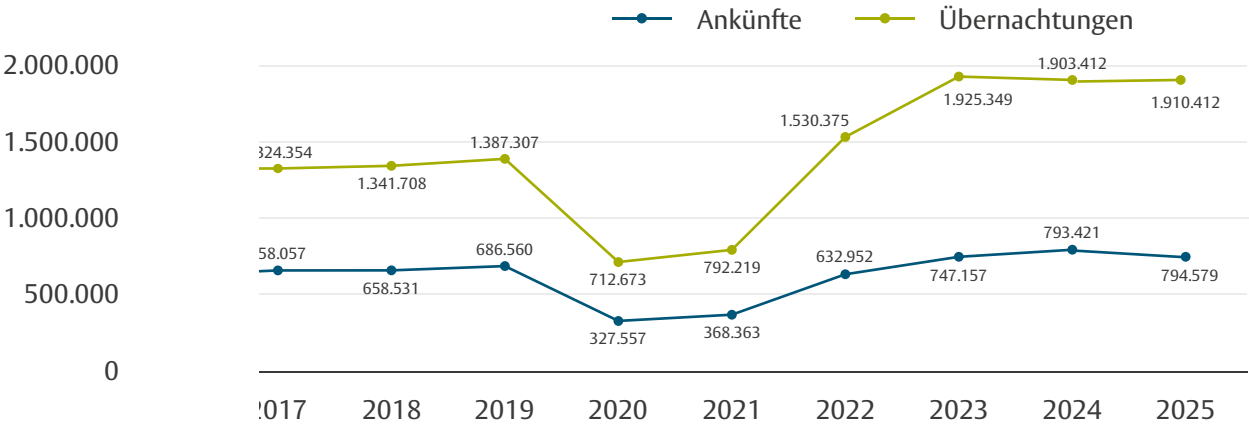
Tourismus

Münsters Gästezahlen sind auch 2025 noch einmal gestiegen – allerdings nur leicht um 0,4 %. Damit liegt Münster im Trend beim Deutschland Tourismus, der auch weiterhin eine Schwäche beim Geschäftstourismus, aber eine Dynamik beim Freizeit- und hier vor allem beim Städtetourismus erkennen lässt. Damit verzeichnet Münster seit mehreren Jahren stabile Tourismuszahlen auf einem hohen Niveau, das deutlich über dem der Jahre vor der Corona-Pandemie liegt.

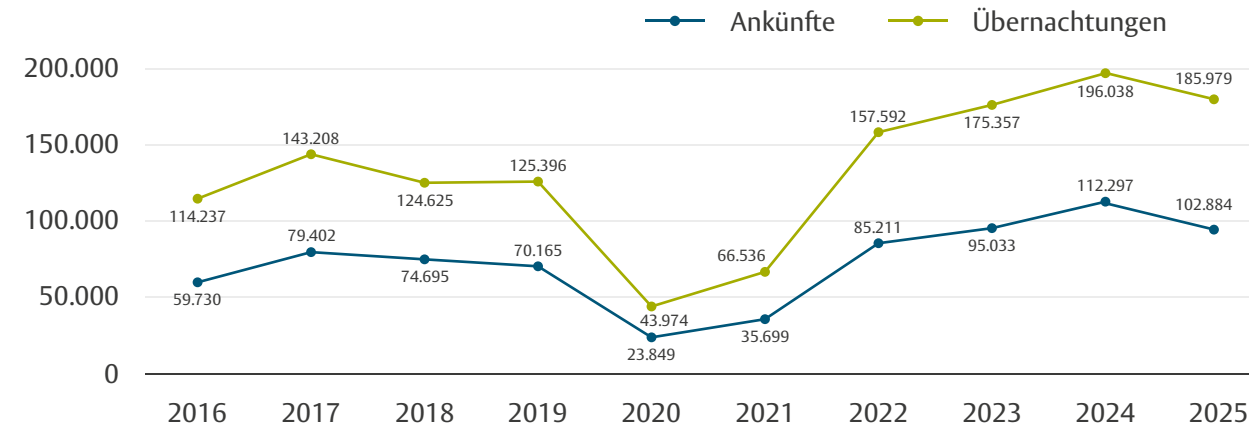


Die Beteiligten der Strategie „Münster Experience“ vor der Präsentation im Schloss Münster
(© Münster Marketing/Meike Reiners)

Münster: Ankünfte und Übernachtungen



Münster: Ankünfte und Übernachtungen Auslandstourismus



(Quelle der Zahlen: IT.NRW)

Tourismus- und Kongress-Strategie „Münster Experience“

Dieses für Münster auch in ökonomischer Hinsicht überaus wichtige Feld zukünftig gut weiterzuentwickeln, das Gleichgewicht zwischen den Gästen und der einheimischen Bevölkerung zu halten und das authentische, qualitätvolle besondere Stadtangebot auch weiterhin anbieten zu können, ist das Ziel der 2025 vorbereiteten und einstimmig vom Rat verabschiedeten Tourismus- und Kongress-Strategie „Münster Experience“.

Nachhaltigkeit, Digitalisierung der Angebote und ihrer Zugänglichkeit weiter zu entwickeln und ihre Qualität ständig zu verbessern – das sind die künftigen Schwerpunkte der Arbeit im Tourismus. Die Stadt wird dabei als Netz kleinräumiger Quartiere verstanden, die atmosphärische Vielfalt in Wert gesetzt unter anderem auch, um die Gäste länger zu halten. Unsere Tourismus- und Kongress-Strategie „Münster Experience“ ist inzwischen landes- und bundesweit beachtet und dient vielen Destinationen als Vorbild.

Unsere Partnerinnen und Partner bei der Erstellung der Strategie kommen aus vielen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen – der Tourismus ist nur einer davon. Dieses Netzwerk haben wir als begleitendes Perspektivboard verstetigt, mit dem wir auch die zukünftige Entwicklung und die Umsetzung der Strategie gemeinsam vorantreiben. Auch das macht uns zur Vorreiterin im Wettbewerb der touristischen Destinationen.

Erste Umsetzungsschritte

Die Strategie „Münster Experience“ befindet sich nach kurzer Zeit in der konkreten Umsetzung und hat bereits eine Neugestaltung der Website ausgelöst. Dafür wurden Bilder und Texte schrittweise so aufbereitet, dass sie – soweit möglich – auf einer Open-Data-Basis genutzt werden können.

Des Weiteren gehören die vielen Beiträge und Ideen aus der Bevölkerung (#10.000 Schritte) und der Hotels zu interessanten Stadtpaziergängen, das Roll-out des Location Finders für Tagesplanerinnen und Tagesplanern auf open Open-Data-Basis und eine Reihe von Maßnahmen für den Kongressstandort sind unmittelbare Folgeprojekte der Strategie.

Zusammenarbeit mit der Region Münsterland

Die Zusammenarbeit mit dem Münsterland e. V. ist seit Jahren und vor allem seit der Verabschiedung der Markenstrategie überaus eng und fruchtbar. Die Marke, die Stadt und Land als zwei Seiten einer Medaille versteht und die die Spannung zwischen städtischer Urbanität und ländlichem Naturraum in Wert setzt, erlaubt unseren beiden touristischen Organisationen eine gut abgestimmte, einander ergänzende Vermarktung und Kommunikation. Die Tatsache, dass über 70 % der touristischen Anfragen in der Münster Information und im Historischen Rathaus mit Themen und Zielen im Münsterland verbunden sind, spricht dieselbe Sprache: Münster und das umgebende Münsterland werden als eine touristische Destination wahrgenommen.

Gemeinsames Datenmanagement

Der Münsterland e. V. betreibt gemeinsam mit dem Data Hub NRW eine zentrale Datenbank für touristische und regionale Informationen. Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Unternehmen und Routen werden dort strukturiert, dreisprachig und maschinenlesbar bereitgestellt. Münster Marketing ist Partner des gemeinsamen Datenmanagements. Das Datenportal

dient als zentrale Datenbank, deren Inhalte Kommunen, der Stadt Münster und weiteren Partnerinnen und Partnern zur Entwicklung digitaler Angebote zur Verfügung stehen. Diese Zusammenarbeit stärkt die Sichtbarkeit der Region und der Stadt Münster bei KI-Assistenten und erleichtert den Partnerinnen und Partnern die Entwicklung digitaler Angebote.

Bildarchiv

Das Bildarchiv des Münsterland e.V. ist eine moderne Mediendatenbank für touristische Beteiligte, Pressevertretende und Partnerorganisationen der Region. Dort stehen über 900 ausdrucksstarke und rechtssichere Fotos aus dem gesamten Münsterland zur Verfügung – darunter auch viele Motive aus der Stadt Münster.

Über unsere Website werden diese Bilder nun unseren Gästen sowie Tagesplanerinnen und Tagesplanern als zusätzlicher Service bereitgestellt.

Link zur
Bilddatenbank



LWL-Museum für Kunst und Kultur
(© Münster Marketing/Thomas Branse)



Rheine Kloster Bentlage
(© Münsterland e. V.)

Gemeinsame touristische Themen

Die Stadt Münster arbeitet in vielen Bereichen eng mit dem Münsterland e. V. zusammen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf dem Radtourismus, der ein zentrales ProfiltHEMA der Region ist.

Gemeinsam werden bedeutende Radwege wie der Euro-paradweg R1, der WerseRadweg, die Friedensroute sowie Routen und Erlebnisse entlang der 100-Schlösser-Route entwickelt und vermarktet. Auch das Knotenpunkt-system und Veranstaltungen wie der Schlösser- und Burgentag sind Beispiele für diese Zusammenarbeit.

Ziel ist es, die Stadt Münster gemeinsam mit der Region zu präsentieren und Besucherinnen und Besuchern einen guten Service und damit ein Raderlebnis zu bieten – etwa durch die Bereitstellung von Informationen, Radflyern und Knotenpunktkarten.

Eines unserer größeren gemeinsamen Projekte war 2025 die Gästebefragung NRW, an der sich Münster und das Münsterland beteiligt haben.

Mit Fragen zur Reiseentscheidung, zum Aufenthalt, zur Zufriedenheit, zu den Ausgaben und zu den soziodemo-grafischen Merkmalen wurde das umfassende Urlaubs-verhalten der Gäste gespiegelt: Befragt wurden rund 1.650 Münsterland-Gäste, davon 576 für Münster. Hier die wichtigsten Ergebnisse:

Fahrradfahren als führende Aktivität

Mit 53 % ist Radfahren unter den TOP 5 Aktivitäten des Münster-Besuchers). Das weitläufige, gut ausgebaute und abwechslungsreiche Radwegenetz trägt maßgeb-lich zu diesem Ergebnis bei und stärkt die Position der Region als etablierte Radreiseregion.

Sehr hohe Gästezufriedenheit

Die Gesamtzufriedenheit erreicht in Münster einen Wert von 1,84 auf der Schulnoten-Skala. Im Vergleich dazu lag die Zufriedenheit bei Deutschland-Urlaubern nur bei 2,05 und in NRW nur bei 1,99. Sehr gute Infra-struktur, vielfältige touristische Angebote und ein aus-geprägtes Natur- und Stadterlebnis tragen maßgeblich zur hohen Zufriedenheit der Gäste bei.

Münster als beliebtes Städtereiseziel

46 % der Gäste gaben eine Städtereise als Haupturlaubs-art an, 30 % eine Besichtigungsreise. Aktivitäten wie Sehenswürdigkeiten besuchen mit 59 %, Bummeln mit 57 % und Restaurantbesuche mit 56 % standen im Ran-king sogar noch vor dem Radfahren.

Bei der Reiseentscheidung für Münster spielten vor allem die Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele mit 38 %, die Landschaft/Natur mit 34 %, das Stadtbild/Die Archi-tektur mit 26 % und das Kunst- und Kulturangebote mit 24 % eine Rolle.

42 % der Befragten haben eine Wiederbesuchsabsicht geäußert.

Das Durchschnittsalter der Gäste beträgt 54,3 Jahre. 64 % der Gäste kommen aus NRW.



Der Hafen (© Münster Marketing/Dagmar Schwelle)

Workshopreihe unterstützt das Gastgewerbe

Im Rahmen einer Workshop- und Webinar-Reihe wurde das „Gastgewerbe der Zukunft. Nachhaltig, digital & erfolgreich!“ gemeinsam mit den Transformation Coa-ches, der DEHOGA, dem Münsterland e. V. sowie der IHK Nord Westfalen gezielt unterstützt. Gastronomiebetrie-be waren eingeladen, an einer kostenfreien Webinarreihe teilzunehmen.

In den Webinaren wurden zentrale Zukunftsthemen wie Barrierefreiheit, der Einsatz Künstlicher Intelligenz, Nach-haltigkeit, Digitalisierung sowie Transformationschancen und praxisnahe Lösungsansätze behandelt. Unser Ziel: Betriebe bei der strategischen und operativen Weiter-entwicklung zu unterstützen und konkrete Handlungs-perspektiven zu zeigen.

Workshopreihe



Münster Informationen

Die beiden Münster Informationen sind ein bedeutender Faktor für die Zufriedenheit unserer Gäste: Münster wird nicht zuletzt wegen seiner sehr professionellen und serviceorientierten persönlichen Beratung in den Münster Informationen geschätzt.



Münster Information im Stadthaus 1 (© Münster Marketing/Meike Reiners)

Herkunft der Gäste

Fremdsprachige Gäste kamen vor allem aus den Niederlanden, Spanien und Frankreich sowie aus dem englischsprachigen Raum. Die größte internationale Gästegruppe stellten erneut Besucherinnen und Besucher aus den Niederlanden (1.737 Gäste in vorangemeldeten Gruppen). Während der Adventszeit kamen insbesondere viele niederländische Reisebusse und Schulklassen nach Münster; am Schlossplatz stammte mehr als die Hälfte der Busse aus den Niederlanden. Auffällig war zudem ein Anstieg französischer Gäste.

Bereits ab Jahresbeginn zeigte sich ein hoher Zulauf, der sich über die gesamte Saison fortsetzte. Zu Beginn des Jahres waren viele Tagesausflügler mit dem Deutschlandticket unterwegs. Beratungsschwerpunkte lagen neben klassischen Sehenswürdigkeiten (POIs) auf Veranstaltungen, Radrouten und gastronomischen Angeboten.

Dabei beziehen sich die Fragen zu über 70 % auf touristische Ziele und Themen in Münster, aber auch im Münsterland, wie Schlösser und Burgen oder umliegende Orte, die man zum Beispiel mit dem Fahrrad erreichen kann. Das zeigt, dass das Münsterland in der Wahrnehmung der auswärtigen Besucherinnen und Besucher eng mit Münster verbunden wird – manche unterscheiden nicht einmal!

Die Münster Informationen sind für Individualreisende und Einheimische wichtige Anlaufpunkte, verstärkt auch für Planungen von Gruppenreisen. Im Schnitt zählen die Kolleginnen und Kollegen in den Münster Informationen, vor allem in den ersten Monaten des Jahres, ca. zehn Anfragen für größere Gruppenreisen wöchentlich. Diese sehr umfangreichen individuellen und persönlichen Beratungen sind derzeit noch nicht digital möglich, in absehbarer Zeit aber vermutlich über eine gute KI unterstützbar.

Besonders gefragt sind die „Geheimtipps“ von ausgewiesenen Kennerinnen und Kennern der Stadt, aber auch der Stadtteile und des Umlands.

Das Veranstaltungsgeschehen spiegelte sich deutlich in der Beratung bei Gästen und Einheimischen wider. Neben etablierten Formaten wie „Münster verwöhnt“ oder der Grünflächenunterhaltung auf der Promenade wurden verstärkt Informationen zu größeren Events wie der Messe „data:unplugged“, dem Vainstream Festival sowie zu besonderen Anlässen wie dem 800-jährigen Domjubiläum nachgefragt.

In der Adventszeit 2025 war die Beratungsintensität wie jedes Jahr herausfordernd. Stark nachgefragt waren neben den Weihnachtsmärkten der CityAdvent sowie kulturelle Angebote wie die Lichtershow „Luminiscence“ im St.-Paulus-Dom und die Ausstellung „Kirchner & Picasso“ im LWL-Museum für Kunst und Kultur. Häufige Fragen betrafen Toilettenstandorte, Busverbindungen, Krippenausstellungen, Gastronomie sowie allgemeine Stadtinformationen.



Münster Informationen

Zwei Besucher im Friedenssaal
(© Münsterland e. V./
Christoph Steinweg)

Veranstaltungen im Historischen Rathaus

In 2025 hatte das Rathaus auch am Tag des offenen Denkmals geöffnet. Die Gäste hatten freien Eintritt in den Friedenssaal und zu speziellen Führungen, an denen jeweils die maximale Anzahl von 30 Gäste teilnahm. Zum Schauraum besuchten allein von 16 – 24 Uhr 1.037 Gäste bei freiem Eintritt den Friedenssaal.

Ticketing

In 2025 übernahm die Münster Information das Ticketing für etwa 30 verschiedene Veranstaltungen, darunter die Licht-Illumination „Luminiscence“ im St.-Paulus-Dom.



i-Marke-Logo

Erneute Auszeichnung mit dem „touristischen i“

2025 wurden beide Münster Informationen erneut mit dem roten „touristischen i“ ausgezeichnet. Es weist nicht nur auf eine Informationsstelle hin, sondern wird als Qualitätssiegel des Deutschen Tourismusverbandes für jeweils drei Jahre vergeben und steht bundesweit für geprüfte hohe Servicequalität, Ausstattung und kompetente Beratung und sehr gute Standards in den touristischen Informationen. Die erneute Zertifizierung bestätigt die kontinuierliche Qualitätsarbeit beider Standorte und ihr hohes Serviceniveau.

Fertigstellung Windfänge Bürgerhalle

Die letzten Arbeiten des Umbaus in der Bürgerhalle wurden 2025 abgeschlossen: die Windfänge wurden im März und der Counter im Juli fertiggestellt. Durch die neuen Glastüren im Eingangsbereich ist der Blick in die Bürgerhalle vom Prinzipalmarkt aus auch an kalten Tagen möglich. So ist von außen ersichtlich, dass das Rathaus geöffnet ist. Das Klima in der Bürgerhalle ist das ganze Jahr über stabil, was den Aufenthalt für die Gäste und auch die Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden in der Bürgerhalle deutlich verbessert. Die Eröffnung fand am 10. April 2025 zusammen mit den zuständigen Architekten DEEN ARCHITEKTEN durch Oberbürgermeister Markus Lewe statt.



Die Projektbeteiligten aus Politik, Verwaltung und Architekturbüro freuen sich über den abgeschlossenen Umbau der Bürgerhalle. (© Stadt Münster/Patrick Schulte)

Kongressbetreuung und -marketing

Die Kongressinitiative Münster – ein Projekt von Münster Marketing mit neun Förderern aus Stadt und Region – verantwortet die Werbung, Akquisition und Begleitung von Kongressen in unserer Stadt. Zentraler Ansprechpartner ist das Kongressbüro bei Münster Marketing. Im Jahr 2025 hat das Kongressbüro 162 Tagungen und

Kongresse mit 32.709 Teilnehmenden betreut. Allein durch diese Veranstaltungen wurde ein Umsatz von 9.121.134 Euro erzielt. Im Vergleich zu 2024 zeichnet sich damit ein leichter Aufwärtstrend ab. Generell lässt sich feststellen, dass kleinere Tagungen einen zunehmend kurzfristigeren Planungsvorlauf haben.

Ausgewählte Kongresse 2025

Im Berichtsjahr betreute das Kongressbüro 162 größere und kleinere Veranstaltungen. Zu den bedeutendsten zählte die 7. Deutsch-Ukrainische Kommunale Partnerschaftskonferenz vom 16. bis 18. Juni 2025 (siehe Seite 12). Zudem wurde vom 10. bis 11. April 2025 das KI-Festival „data:unplugged“ mit rund 6.500 Teilnehmenden durchgeführt, eine der größten Veranstaltungen in Deutschland zum Thema Künstliche Intelligenz. Im Mittelpunkt standen Transformationsprozesse in Organisationen sowie der Austausch zwischen Fachkräften, Teams und Entscheidenden.

Vom 14. bis 16. September 2025 richtete das Team von Münster Marketing und das Kongressteam außerdem die Deutsche Stadtmarketingbörse in Münster aus. Rund 250 Marketingfachleute aus dem gesamten Bundesgebiet nahmen an dem Kongress teil, dessen Themen sich um Innenstadtentwicklung und -management bewegten.

**data:
unplugged**

Social Media-Kampagne

Online-Marketing

Online-Marketing nutzt digitale Kanäle wie Websites, Social Media oder Suchmaschinen, um Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben. Im Gegensatz zum klassischen Marketing sind die Aktivitäten online durchgängig messbar, was eine präzise Erfolgskontrolle und Optimierung ermöglicht.

Im Zeitraum von Dezember 2024 bis Dezember 2025 wurde eine gezielte Social Media-Kampagne zur Ansprache von Tagungsplanern in Deutschland umgesetzt, finanziert durch die Kongressinitiative Münster. Ziel der Kampagne war es, die Sichtbarkeit in dem genannten Marktumfeld zu erhöhen sowie qualifizierte Kontakte zu gewinnen. Die Kampagne wurde über die Plattformen Meta (Facebook und Instagram) und LinkedIn ausgespielt.

Sie zeichnete sich durch einen besonders effizienten Einsatz der Werbebudgets aus. Trotz geringerer Budgetanteile erzielte Meta eine überdurchschnittlich hohe Anzahl an Klicks. LinkedIn erreichte eine sehr hohe Reichweite sowie besonders hohe Impressions (1,8 Mio. Sichtkontakte) und erhöhte damit deutlich die Sichtbarkeit im relevanten beruflichen Umfeld.

Beide Kanäle lagen klar über den branchenüblichen Benchmarks und wiesen eine sehr starke Erfolgsbilanz im Wettbewerbsvergleich auf. Das galt auch für die präzise Ansprache der relevanten Zielgruppen, die im Tagungs- und Kongressumfeld sowohl Entscheidungs- als auch Multiplikatorenrollen übernehmen und daher von besonderer strategischer Bedeutung sind.

Die Marktdurchdringung der LinkedIn-Kampagne liegt aktuell bei 41 % der definierten Gesamtzielgruppe der Tagungsplaner. Damit wurde bereits ein wesentlicher Teil des relevanten Marktes erreicht. Dies bildet eine stabile Grundlage für den weiteren Ausbau der Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten deutschlandweit.



Abendempfang Deutsche Stadtmarketingbörse im LWL-Museum für Kunst und Kultur (© Münster Marketing)



Die Expertise der zahlreichen Mitglieder der Kongressinitiative Münster – hier beim jüngsten Netzwerktreffen – ist in den Location Finder eingeflossen (© Münster Marketing/Peter Leßmann)

Going Public – Location Finder Münster im Rahmen des Netzwerktreffens

Der Location Finder ist eine onlinebasierte Suchplattform der Kongressinitiative Münster bei Münster Marketing und unterstützt Veranstaltende bei der Planung von Tagungen und Kongressen. Die Plattform bietet Orientierung zu Tagungsorten, Tagungshotels, Eventlocations, Gastronomie sowie Anbietern von Rahmenprogrammen und begleitenden Dienstleistungen. Auf der speziell auf Münster und Umgebung zugeschnittenen Plattform sind derzeit rund 90 Partnerinnen und Partner vertreten.

Der Location Finder basiert auf Open Data-Strukturen und greift auf das Datenportal des Münsterland e.V. zurück. Dafür hat das Kongressbüro bei Münster Marketing umfangreiche Daten (ca. 500 Datensätze, die Texte, Bilder, bis zu 100 Merkmale und Eigenschaften der Partnerinnen und Partner aufbereitet. So werden die Daten an einem Ort gepflegt und in alle relevanten Online-Kanäle wie Tourismus NRW, die Deutsche Zentrale für Tourismus und das German Convention Bureau ausgespielt. Dadurch erhalten die Nutzerinnen und Nutzer passgenaue Suchergebnisse auch in KI-Anwendungen, während die Partner national und international von einer erhöhten Sichtbarkeit profitieren.



Location Finder
(© Münster Marketing/Peter Leßmann)

Professorinnen-/Professoren-Treff und ERFA-Stammtische für wissenschaftliche Mitarbeitende 2025

Am 12. Juni 2025 fand im Rahmen der Marketing- und Netzwerkaktivitäten der Kongressinitiative Münster der Professorinnen-/Professoren-Treff unter dem Thema „Münsters Westen“ statt. Ziel der Veranstaltung war es, den Professorinnen und Professoren die Stadt, ihre Infrastruktur sowie relevante Veranstaltungsorte vorzustellen.

Der Professorinnen-/Professoren-Treff 2025 bestätigte erneut die Bedeutung gezielter Standort- und Beziehungsarbeit und leistete einen wichtigen Beitrag zur Stärkung Münsters als Wissenschafts- und Kongressstandort.

Ein neu gewonnener Kongress ist unter anderem der Kongress für Vaskuläre und Endovaskuläre Chirurgie im September 2028 mit 250 Teilnehmenden.

Ergänzend zu den Professorinnen-/Professoren-Treffs werden jährlich auch wissenschaftliche Mitarbeitende in die Netzwerkarbeit am Standort eingebunden. Auch dabei geht es darum, den Austausch zu fördern und frühzeitig Kontakte zu potenziellen Veranstaltungsplanenden aufzubauen.

Professorentreff



LinkedIn-Kanal Münster Marketing

Flankierend zu der Social Media-Kampagne wird der LinkedIn-Kanal durchgängig mit aktuellen Themen bespielt, um Kongressplaner von den Vorzügen der Kongressstadt zu überzeugen. So werden z.B. die Partnerinnen und Partner des Kongress- und Tagungsguides Münster sukzessive vorgestellt, um deren Sichtbarkeit mit ihnen gemeinsam zu steigern.



Startpunkt des Treffs war der Botanische Garten der Universität Münster (© Münster Marketing/Heike Hano)

Erfolgreich tagen in Münster (© KONGRESSINITIATIVE MS)



Erfolgreich tagen
in Münster – seit 1648

Die Stadt. Das Netzwerk. Der Service.

 Kongress- und Tagungsguide
www.kongresse-muenster.de

Kongressbüro
0251 / 4 92 - 16 48

Smart City

Seit Mitte 2025 ist das kleine Smart City-Team bei Münster Marketing angebunden. Im Fokus der Arbeit steht der Abschluss der geförderten Projekte bis zum Projektende Mitte 2027.

Ein zentrales Handlungsfeld ist die digitale Bürgerbeteiligung. Mit der Einführung der Beteiligungsplattform „Beteiligung NRW“ sowie dem Beteiligungsportal „Münster mitgestalten.“ erhalten Bürgerinnen und Bürger niedrigschwellige, transparente und ortsunabhängige Möglichkeiten, sich zu informieren, Ideen einzubringen und aktiv an der Stadtentwicklung mitzuwirken. Das stärkt demokratische Prozesse, erhöht die Transparenz kommunaler Entscheidungen und fördert die Identifikation mit der Stadt.

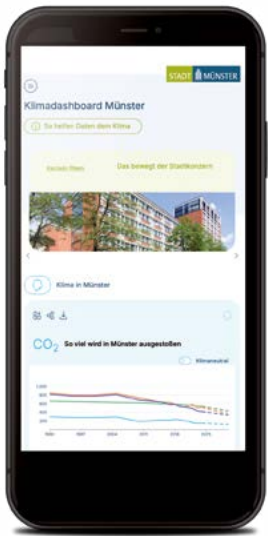


Münster mitgestalten. Das Beteiligungsportal der Stadt Münster. Alle aktuellen Angebote und Informationen der Stadt Münster rund um das Thema Beteiligung. www.stadt-muenster.de/beteiligung

Auch im Bereich Klimaschutz und -anpassung setzt Münster digitale Maßstäbe: Mit dem Klimadashboard wurde ein Vorzeigeprojekt geschaffen, das Klimadaten verständlich und öffentlich zugänglich macht. Bürgerinnen und Bürger können Entwicklungen nachvollziehen, Maßnahmen einordnen und eigene Beiträge zum Klimaschutz besser planen. Gleichzeitig dient das Dashboard anderen Kommunen als Best-Practice-Beispiel und unterstreicht Münsters Rolle als Innovationsmotor.



Team Smart City: Dr. Thomas Terstiege, Carolin Köster, Thomas Hollekamp (© Münster Marketing/Meike Reiners)



www.klimadashboard.ms

Als Teil zahlreicher Arbeitsgemeinschaften und Netzwerke – unter anderem als Teil von „Smart City Dialog“ und dem „Digital Hub münsterLAND“ – treibt die Smart City-Einheit den Wissenstransfer aktiv voran. Open Source ist dabei ein zentraler Grundgedanke: Digitale Lösungen werden so entwickelt, dass sie nachnutzbar sind, Synergien schaffen und öffentliche Investitionen eine größtmögliche Wirkung entfalten. Redundanzen werden vermieden, Ressourcen geschont und Innovation gemeinschaftlich beschleunigt.



Der Infotag Digitales Engagement war ein offener Austausch zwischen Generationen, zwischen Ehrenamt und Verwaltung, zwischen Technik und sozialem Engagement. Im Fokus: Welche digitalen Projekte können Münster noch besser machen? (© MünsterView/Heiner Witte)

Einige der mit Fördermitteln initiierten Projekte konnten bereits in die Verwaltung implementiert werden. Dazu gehört das Management der digitalen Beteiligungsplattform. Das Team arbeitet daran, die städtischen Ämter von dieser Möglichkeit zu informieren und die Nutzung der Plattform zu begleiten, um ihre Bekanntheit zu erhöhen und sie zu ertüchtigen.

Ebenfalls in die städtischen Strukturen integriert werden muss das Projekt Urbane Datenplattform (UDP), das die Zugänglichkeit und die Verwendungsmöglichkeiten für gespeicherte Daten bereitstellt. Eine UDP ist für die Stadt Münster schon jetzt und erst recht in Zukunft unverzichtbar. Auch hier arbeitet das Team daran, die Plattform in den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden zu integrieren, sie in der Anwendung und Nutzung zu begleiten und so langfristig effizientere und transparentere Prozesse zu schaffen.

Darüber hinaus erarbeiten die Ämter der Verwaltung, die sich mit digitalen Themen auseinandersetzen, derzeit ein Zukunftsprofil für die Smart City-Einheit. Damit einher geht auch die Frage der künftigen Verortung im städtischen Leistungsportfolio. Klar ist, dass die Attraktivität Münsters inzwischen maßgeblich davon abhängt, ob Gäste und Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt leichte, d.h. smarte und vor allem digitale Zugänge zu allen Bereichen vorfinden, die sie für ihr Leben in unserer Stadt nutzen können und müssen: angefangen von der Frage nach der Mobilität und der Erreichbarkeit verschiedenster relevanter Orte, die leichte Zugänglichkeit zu personalisierten Informatio-



Beim Jugendhackathon arbeiten Jugendliche an eigenen digitalen und nachhaltigen Lösungen für die Stadt von morgen. Die Veranstaltung ist fester Bestandteil der Smart City-Strategie der Stadt Münster und zeigt eindrucksvoll, wie frühzeitige Beteiligung, Kreativität und Technologie ineinandergreifen können. (© Münster Marketing/Smart City)

nen, digitales Parkraummanagement oder Planungstools für Veranstaltungen – an der leichten digitalen Zugänglichkeit dieser und vieler anderer Services entscheiden die Menschen darüber, ob unsere Stadt auf der Höhe der Zeit und ihrer Bedürfnisse ist. Die Smart City-Einheit hat hier ihre besondere Aufgabe und sollte daher eher als Netzwerk denn als klassisches städtisches Amt geführt werden.

Chancen und Risiken

Das Wirtschaftsjahr 2025 schließt der städtische Eigenbetrieb Münster Marketing mit einem Jahresfehlbetrag von 151.059,98 Euro ab. Dieses Ergebnis war insofern erwartbar, als sich bereits im vorangegangenen Geschäftsjahr eine strukturelle Unterfinanzierung der Aufgaben des Eigenbetriebes gezeigt hat. Diese ergibt sich im Wesentlichen aus der Weiterführung der Stelle der Nachtbürgermeister, die zu 100 % ohne Kompensation aus dem städtischen Haushalt (seit nunmehr drei Jahren) durch den Eigenbetrieb finanziert werden muss. Die Kosten für die Aufgabe der Nachtbürgermeister belaufen sich auf ca. 105.000 Euro. Zusätzliche Kostensteigerungen bei den Personalaufwendungen und bei den Aufwendungen für Veranstaltungen vor allem durch gestiegene Sicherheitsanforderungen führen zu einer weiteren Erhöhung der Ausgaben, so dass der aktuelle Jahresfehlbetrag die o. g. Summe erreicht.

Der Fehlbetrag kann durch Inanspruchnahme der Rücklage gedeckt werden; diese Maßnahme ist allerdings nicht dazu geeignet, das strukturelle Defizit des Eigenbetriebes mittel- und langfristig aufzufangen.

2026 wird der neue Managementvertrag verhandelt, der ab 2027 für die folgenden Jahre den Zuschuss der Stadt Münster zur eigenbetriebsähnlichen Einrichtung Münster Marketing festlegt. Spätestens dann muss eine belastbare Regelung gefunden werden, die eine den Aufgaben entsprechend angemessene Bezuschussung sicherstellt und das Verhältnis zwischen den Aufgaben und der finanziellen Ausstattung des Betriebes regelt.

Der vorliegende Geschäftsbericht dokumentiert wie auch schon die Bilanzen der Vorjahre eindrücklich die Risiken der Finanzstruktur des Betriebes: mehr als 70 % der Ausgaben sind durch Personalkosten und interne Leistungsverrechnungen gebunden und insofern nicht flexibel steuerbar. Die Netzwerk- oder Hubstruktur versetzt den Betrieb zwar in die Lage, seine Projekte durch erhebliche Zusatzmittel aus verschiedensten externen Quellen zu finanzieren und somit eine maximale Wirksamkeit zu erzeugen. Da es sich bei den Gesamtbudgets aber zumeist um sehr geringe städtische Beteiligungen handelt und die Zusatzmittel über andere, externe Partner generiert werden, sind auch diese nicht im Sinne der Budgetreduzierung steuerbar. Die Beteiligungen der Stadt an großen Partnerprojekten zu reduzieren würde bedeuten, auch die zusätzlichen und bedeutend größeren externen Budgets zu verlieren und den direkten Effekt für die Stadt zu beschädigen.

Die Verhandlungen zum neuen Managementkontrakt werden die ökonomische Grundlogik des Betriebes berücksichtigen müssen, die sich aus seiner Netzwerkstruktur ergibt. Zugleich werden im bestehenden Rahmen die Aufgaben kritisch beleuchtet werden und den politischen Gremien ggf. auch Vorschläge zur Aufgabenreduktion unterbreitet.



Blick auf das Historische Rathaus (© Münster Marketing/Dagmar Schwelle)

Bilanz zum 31.12.2025

Die vorstehende Bilanz zum 31.12.2025 und die Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1.1.–31.12.2025 stellen einen Auszug aus dem Jahresabschluss zum 31.12.2025 von Münster Marketing dar. Der vollständige Jahresabschluss zum

31.12.2025 und der Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025 von Münster Marketing wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft HLB Schumacher GmbH mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Münster Marketing Bilanz zum 31. Dezember 2025

Aktiva	
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	0,00
II. Sachanlagen	60.496,41
III. Finanzanlagen	511.868,17
	572.364,58
B. Umlaufvermögen	
I. Vorräte	34.139,19
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	351.364,42
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	779.888,29
	1.165.391,90
C. Rechnungsabgrenzungsposten	1.883,30
	1.739.639,78
Passiva	
A. Eigenkapital	
I. Stammkapital	25.000,00
II. Rücklagen	720.528,33
	745.528,33
B. Rückstellungen	708.561,19
C. Verbindlichkeiten	285.550,26
D. Rechnungsabgrenzungsposten	0,00
	1.739.639,78

Münster Marketing Gewinn- und Verlustrechnung 1. Januar bis 31. Dezember 2025

1. Umsatzerlöse	1.086.223,82
2. Zuweisungen und Zuschüsse	3.820.850,15
3. Sonstige betriebliche Erträge	15.273,36
	4.922.347,33
4. Materialaufwand	-575.977,89
5. Personalaufwand	-3.392.493,93
6. Abschreibungen	-5.970,22
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.144.715,36
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	32.245,69
9. Ergebnis vor Steuern	-164.564,38
10. Steuern von Einkommen und Ertrag	-13.504,40
11. Jahresfehlbetrag	-151.059,98
12. Entnahmen aus Gewinnrücklagen	151.059,98
13. Einstellung in die Rücklage	0,00
14. Bilanzgewinn	0,00

Ausblick

Geschäftsjahr 2026

Das kommende Jahr wird ganz sicher stark von den Vorbereitungen zum Nordrhein-Westfalen-Tag geprägt sein. Eine große Anzahl von Mitarbeitenden des Eigenbetriebs sind unter der Leitung der Leiterin und des stellvertretenden Leiters an der Konzeption, dem Management und der Organisation der verschiedenen Themenmeilen beteiligt und organisieren so den Auftritt der Stadt beim Nordrhein-Westfalen-Tag, der gleichzeitig den 80. Geburtstag unseres Landes darstellt. Gemeinsam mit dem Büro des Oberbürgermeisters und dem Messe und Congress Centrum Halle Münsterland wird dieses Großereignis vom 28. bis zum 30.08.2026 vorbereitet, in das das Stadtfest Münster Mittendrin eingebettet ist.

Im Geschäftsbereich Tourismus- und Kongressmarketing steht die Umsetzung der Strategie „Münster Experience“ im Vordergrund. Die Hauptthemen sind hier die konsequente Digitalisierung der Services sowohl in der Informationsvermittlung als auch in der Mobilität. In allen Fragen der Weiterentwicklung geht es darum, die wichtigsten Anbieter und ihre Dienste und Leistungen für interessierte Zielgruppen aufzubereiten, sie zu koordinieren und für Gäste und Bürgerinnen und Bürger leicht zugänglich zu machen.

Das Zentrenmanagement, eine Partnerschaft aus Münster Marketing, Initiative starke Innenstadt, Wirtschaftsförderung und Stadtplanung/Stadtentwicklung wird an der Umsetzung des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (INSEK) mitarbeiten. Die Vorbereitung des Umbaus des Domplatzes, des Apostelgartens und des Martiniviertels sind dabei die zentralen Themen. Die Aufgabe des Citymanagements besteht vor allem darin, den Kontakt zu den von den Veränderungen betroffenen Anrainern zu halten, die Attraktivität der Viertel auch während der Bauphase gemeinsam mit Handel und Gastronomie zu gewährleisten und entstehende Konflikte möglichst frühzeitig zu deeskalieren.

Zusätzlich wird bei Münster Marketing angesiedelt und vom Stadtplanungsamt und Amt für Mobilität und Tiefbau mit organisiert eine neue Koordinationseinheit in der Verwaltung für alle Innenstadtthemen. Die erfolgreiche ämterübergreifende gemeinsame Arbeit im Planungsdezernat, auch mit dem Ordnungsamt und anderen Verwaltungseinheiten, wird damit in eine feste Struktur überführt – ein direkter Transformationschub, der der immer stärker werdenden Komplexität der Aufgaben gerecht zu werden versucht.

Zu den Themen der Innenstadt gehören auch die weitere Ausstattung einzelner Innenstadtstraßen mit mobilem Grün oder die Qualifizierung des Stadtraums im Bahnhofsviertel in Zusammenarbeit mit dem ISG Bahnhofsviertel Münster e. V.

Die Kolleginnen und Kollegen sind auch in 2026 in den Stadtteilen aktiv und unterstützen hier das bürgerschaftliche Engagement der Bewohnerinnen und Bewohner und der Vereine und Institutionen für ihren Lebensort. In Gremmendorf wird der Zentrenmanager gemeinsam mit dem Zentrenbeirat und dem neu gegründeten Trägerverein für das Kasino die Entwicklung des York Quartiers vorantreiben und Prozesse organisieren, die dem Quartier und dem Stadtteil eine gemeinsame Mitte verleihen. Das passiert nicht auf dem Reißbrett, sondern kann nur mit den Menschen vor Ort erreicht werden. Gleichzeitig arbeitet der Zentrenmanager als Koordinator der verschiedenen Verwaltungseinheiten, die für den baulichen Fortschritt in Gremmendorf verantwortlich sind.



Prinzipalmarkt
(© Münster Marketing/
Thomas Branse)

Die Stadtteilmanagerinnen bei Münster Marketing, die gemeinsam mit ihren Kolleginnen aus dem Stadtplanungsamt in verschiedenen Stadtteilen arbeiten und dort auch die Stadtteilentwicklungskonzepte begleiten, fokussieren sich 2026 verstärkt auf Coerde – dort entsteht gerade ein neues Stadtteilhaus – und Berg Fidel. Aber auch die Stadtteilentwicklungskonzepte für Amelsbüren, Nienberge und Kinderhaus bilden Arbeitsfelder des Stadtteilmanagements ab.

Außerdem geht die Umsetzung des Handlungsprogramms Gesunde Stadt als Ergebnis des Modellprojektes „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“ (Leitung: Wissenschaftsbüro) in die Umsetzung: im Fokus wird die Etablierung neuer Formate der Bürgerbeteiligung insbesondere auch von vulnerablen Gruppen zunächst in Berg Fidel, in einem nächsten Schritt in zwei weiteren Stadtteilen stehen. Eng verzahnt sind diese Aktivitäten mit einem beim Gesundheits- und Veterinäramt angesiedelten Verfügungsfonds.

Die Allianz für Wissenschaft geht 2026 ebenfalls mit einer teilweisen Neuausrichtung ihrer Themen an den Start: Der Arbeitskreis „1648 – Dialoge zum Frieden“ wird entsprechend der neuen geopolitischen Situation sein Programm neu akzentuieren. Der Arbeitskreis „Stadt der Bildung“ arbeitet an Themen rund um die Stärkung der Demokratie und bezieht sich dabei ganz konkret auf die Situation in Münster. Der Arbeitskreis „Gesunde Stadt“ versteht sich als weiterer Beitrag zu einem 360 Grad-Verständnis von Gesundheit und entwickelt kommunikative Formate, um auch für einen

gesunden Lebensstil zu interessieren und zu werben. Gesundheit spielt auch im Kontext von Wirtschaft beim Konzept von TECH.LAND, einer deutsch-niederländischen Kooperation, eine große Rolle.

Die Wirtschaft wird im kommenden Geschäftsjahr Teil des Themenportfolios des Eigenbetriebs bleiben. Im Arbeitsdreieck mit der Wirtschaftsförderung und der Stadtplanung soll mit den Partnern aus der Wirtschaft die Standortentwicklungsstrategie umgesetzt und der örtlichen Wirtschaft eine größere Sichtbarkeit und Bedeutung verliehen werden. Dem Eigenbetrieb obliegt die Leitung und Begleitung des Arbeitskreises „Wirtschaft“ im Beirat Münster Marketing und die Organisation der Standortkonferenz gemeinsam mit dem Oberbürgermeister in der zweiten Jahreshälfte.

Auch im Geschäftsjahr 2026 wird sich trotz des ressourcenbindenden Nordrhein-Westfalen-Tages die Vielfalt in den Themen weiter abbilden. Übrigens auch beim Nordrhein-Westfalen-Tag werden wir Münsters starke Seiten präsentieren. Ihnen allen ist zu eigen, dass sie profilbildende Wirkung haben und gemeinsam in starken Netzwerken und vor allem mit aktiver Beteiligung der Bürgerschaft gestaltet werden.

Die Aktivierung der Bürgerschaft auf ganz unterschiedlichen Wegen, die Erprobung neuer Zugänge zu den Menschen in unserer Stadt und die vorausschauende Identifizierung wichtiger Zukunftsthemen zeichnen die Haltung und die Arbeitsweise des Eigenbetriebs aus.

Organisation | Organe | Gremien

Dezernat für Planung, Bau und Wirtschaft
Stadtbaurat Robin Denstorff

Münster Marketing
Aufgabenbereiche: Kommunikation, Kooperation und Strategieentwicklung
35,61 Stellen | 4,9 Mio. € Umsatz

OB / Verwaltungsvorstand
Aufsicht und Steuerung

Betriebsausschuss Münster Marketing
Politische Steuerung und Aufsicht

Mitglieder (Stand 31.12.2025)
Ahmad Alhamwi (sachkundiger Einwohner)
Rainer Bode (Bündnis 90/ Die Grünen/GAL)
Dr. Petra Dieckmann (Bündnis 90/ Die Grünen/GAL)
Heinrich Götting (FDP)
Hendrik Grau (CDU)
Philipp Hagemann (SPD), Vorsitzender
Anne Kathrin Herbermann
(Bündnis 90/Die Grünen/GAL)
Susanne Schulze-Bockeloh (CDU)
Angela Stähler (CDU)
Dr. Georgios Tsakalidis
(Internationale Fraktion Die PARTEI/ÖDP)
Jana Windoffer (SPD)

Beirat Münster Marketing
Begleitung der Prozesse und Projekte
Mitglieder (Stand 31.12.2025)
Dr. Hermann Arnhold
Thomas Banasiewicz
Prof. Dr. Frank Dellmann
Jens Fiege
Andreas Grotendorst
Tilman Fuchs
Dr. Birgit Hagenhoff
Heinz-Georg Hartmann
Dr. Fritz Jaeckel
Prof. Jan Kampshoff
Mathias Kersting
Dr. Britta Linnemann
Volker Nicolai-Koß
Klaus Richter

Prof. Dr. Ulrike Röttger, Vorsitzende
Jens Röttgering
Dr. Lambert Scheer
Robin Schneegaß
Prof. Dr. Petra Teitscheid
Andreas Weitkamp
Prof. Dr. Johannes Wessels
Prof. Dr. Thorsten Wiesel
Dr. Klaus Winterkamp

Gremien in der Allianz für Wissenschaft
Strategieausschuss Wissenschaft
Vorsitzender: Prof. Dr. Norbert Sachser
Universität Münster

Facharbeitskreis Nachhaltige Stadtentwicklung
Leiterin: Prof. Dr. Jeanette Klemmer, FH Münster

Facharbeitskreis 1648 – Dialoge zum Frieden
Leiter: Prof. Dr. Alfons Kenkmann, Universität Leipzig

Facharbeitskreis Gesunde Stadt
Leiter: Prof. Dr. Alex W. Friedrich,
Universitätsklinikum Münster

Mitgliedschaften
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing
Deutschland e. V., German Convention Bureau,
Gesellschaft für Bioanalytik Münster e. V.,
Gesellschaft zur Förderung der WWU zu Münster e. V.,
Historic Highlights of Germany e. V., Münsterland e. V.,
Städtebund „Die Hanse“, Tourismus NRW e. V.,
Initiative starke Innenstadt e. V. (Isl), VDVO
(Verband der Veranstaltungsorganisatoren e. V.)

Ausgewählte Kooperationen und Partnerschaften
Allianz für Wissenschaft
Allwetterzoo Münster
Arbeitsgruppe Frieden
Arbeitskreis kommunale Wissenschaftsbeauftragte

Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW
CeNTech
DEHOGA Westfalen
Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
Deutscher Tourismusverband
Einzelhandel
Festeveranstalter
Flughafen Münster Osnabrück (FMO)
Freie Träger
Geheim over de Grens/Euregio
Gesellschaft für Bioanalytik Münster
Handelsverband
Handwerkskammer Münster (HWK)
Hochschulen
IHK Nord Westfalen
Immobilien- und Standortgemeinschaft
Bahnhofsviertel e.V. (ISG)
Immobilieeigentümer
Initiative „Münster für Mehrweg“
Initiative starke Innenstadt e. V. (Isl)
Interessengemeinschaft der Marktbeschricker
Münster/Westf. e.V.
Kauflleute
Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag
Kongressinitiative MS
Kultureinrichtungen Münster
Marktbeschrickervereine
Max-Planck-Institut

Messe und Congress Centrum Halle Münsterland
Mitglieder WIN
Münsteraner Friedenskonvokation
Münsterland e. V.
Museen
Nano-Bioanalytik-Zentrum Münster
Netzwerk EKS
Quartiersgemeinschaften
Regionalausschuss Wirtschaft
Religionsgemeinschaften
Runder Tisch der Festeveranstalter
Runder Tisch der Hoteliers
Runder Tisch der Innenstadtkaufleute
Schaustellerverband Münsterland e. V.
Schaustellerverein Münster e. V.
Städtische Ämter und Einrichtungen
Stadtteilinitiativen
Stadtwerke Münster
Steuerungsgruppe „Fairtrade Town Münster“
Studierendenwerk
Technologieförderung
Theater
Tourismus NRW e.V.
Universitätsklinikum Münster
Weihnachtsmarktbetreiber
Wirtschaftsförderung Münster
Zdi Zentrum m³ MINT Münster
Zivilgesellschaftliche Akteure

Organigramm Münster Marketing



Impressum

Herausgeber:

Stadt Münster | Münster Marketing

Telefon: 0251 492-2701

marketing@stadt-muenster.de

www.marketing.muenster.de

Titelfoto:

Yoga auf dem Prinzipalmarkt

zum SchlauRaum

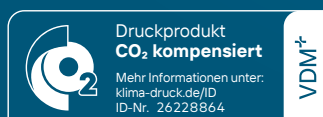
(© Amt für Kommunikation/Heiner Witte)

Konzept und Gestaltung:

goldmarie design/Broda & Broda GbR

Druck:

Thiekötter Druck GmbH & Co. KG



 [muenstermarketing](https://www.facebook.com/muenstermarketing)

 [exploremuenster](https://www.instagram.com/exploremuenster)

 [exploremuenster](https://www.youtube.com/exploremuenster)

www.tourismus.muenster.de

