



Das Geschäftsjahr 2021 war - wie bereits das Vorgängerjahr - noch immer stark durch das pandemische Geschehen bestimmt mit den bereits bekannten besonderen Anforderungen und auch den negativen Auswirkungen auf das Gästeaufkommen, insbesondere im Business-Bereich (Kongresse, Messen, Tagungen). Erneut haben große Veranstaltungen wie das Hansemahl gar nicht oder, wie der Schauraum oder die Weihnachtsmärkte, nur in reduzierter Form stattfinden können.

Auf der anderen Seite war das Stadtmarketing durch neue große Projekte und Prozesse herausgefordert. Dabei steht an erster Stelle und in direkter Ableitung aus den „MünsterZukünften“ die Zukunftsentwicklung der Innenstadt. „Stadt.Raum.Leben“ ist die Überschrift für den groß angelegten Entwicklungsprozess der Innenstadt, der mit größtmöglicher Beteiligung von Stakeholdern und Bürgerinnen und Bürgern an verschiedenen Stellen in der Stadt Neues ausprobiert und die Innenstadt in die Zukunft führt. Das Reallabor an der Hörsterstraße, der Dialogprozess an der Wolbecker Straße und alle Vorarbeiten zum Integrierten Innenstadtentwicklungskonzept haben die Arbeitsweisen und die Themen im Stadtmarketing deutlich verändert. Wir begleiten die anstehenden Entwicklungsprozesse in der Innenstadt und auch darüber hinaus in den Stadtteilen, wir binden Bürger*innen und Institutionen in Aushandlungsprozesse ein, wir machen das Neue anschaulich und bieten barrierearme Diskurse im öffentlichen Raum an, wir fragen die Menschen nach ihrem Erfahrungswissen und ihren Ideen für ihre Stadt der Zukunft.

Diese Art der Arbeit wird mit großer Wahrscheinlichkeit die DNA des Stadtmarketings der Zukunft maßgeblich bestimmen. Und neben den neuen Arbeitsformen, für die wir auch neue Talente und eine verstärkte Professionalität in allen Formen der Moderation und der Prozessorganisation brauchen, bestimmen auch neue Themen unsere Arbeit: Nachhaltigkeit, insbesondere der Klimaschutz, ebenso wie Partizipation gehören an vordere Stellen in unserer Themenhierarchie und haben Einfluss sowohl auf die bisherigen als auch auf unsere neuen Arbeitsfelder.

Alles das ist der großen Transformation geschuldet, vor der wir alle stehen. Im Stadtmarketing Münster sind wir dafür hoffentlich gut gerüstet; jedenfalls beginnen wir glücklicherweise nicht erst heute, das Stadtmarketing vor allem als Identitätsstiftungs-Prozess zu begreifen und haben von Anfang an das Gespräch mit unseren Bewohnerinnen und Bewohnern zum Kern unserer Kommunikationsarbeit gemacht.

Wir sind damit in Deutschland weit vorne - das bestätigen wichtige Institutionen und Ministerien in Bund und Land. Wir sind froh, dass wir diese Expertise jetzt gemeinsam mit Politik und Verwaltung in zukunftsrelevantes Handeln umsetzen können und danken allen Partnern, aber auch nicht zuletzt den Kolleginnen und Kollegen von Münster Marketing, die diesen anstrengenden Transformationsweg mitgehen.

Robin Denstorff, Stadtbaurat

Bernadette Spinnen, Leiterin Münster Marketing

Philipp Hagemann, Vorsitzender Betriebsausschuss Münster Marketing





Foto Ute Zertowski



Foto Juliane Unkelbach



Foto Ralf Emmerich



Foto Ralf Emmerich



Foto Amt für Kommunikation Münster

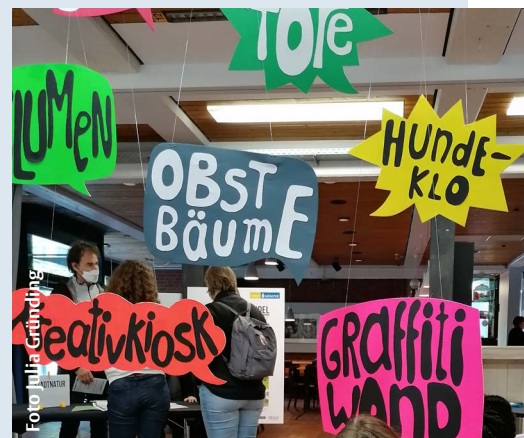


Foto Julia Gründing

04 INNENSTADT IST MEHR...

Seite 04 - 12

13 GÄSTE IN DER STADT

Seite 13 - 18

19 NACHHALTIGKEIT

Seite 19 - 21

22 STADT DES WESTFÄLISCHEN FRIEDENS

Seite 22 - 24

25 WISSENSCHAFTSSTADT

Seite 25 - 26

27 STRATEGISCHE KOMMUNIKATION UND PARTIZIPATION

Seite 27 - 33

34 CHANCEN UND RISIKEN

Seite 34 - 35

36 AUSBLICK

Seite 36 - 37

38 ORGANISATION, ORGANE, GREMIEN

Seite 38

39 BILANZ

Seite 39

INNENSTADT IST MEHR ...



Nicht erst die Corona-Pandemie hat zu erkennen gegeben, dass sich unsere Innenstadt, wie im übrigen die Innenstädte insgesamt, in einem gravierenden Veränderungsprozess befinden, der sich ganz sicher über mindestens ein Jahrzehnt erstrecken wird. Wie für jede Transformation gilt auch hier: Der Wandel muss aktiv gestaltet werden, damit er gelingt und die Stärke unserer Innenstadt auch in Zukunft erhalten und weiterentwickelt werden kann.

Dieser komplexe Prozess gestaltet sich nicht von allein und erkennbar auch nicht in der üblichen Aufgabenteilung zwischen einzelnen Ämtern der Stadt und privaten Eigentümer*innen und Institutionen. Wir müssen ihn anders denken: als ein großes Projekt, das nur im Zusammenspiel aller Akteure gelingen kann - der städtischen, der privaten, der öffentlichen und auch der Nutzer*innen der Innenstadt aus der Stadt, dem Umland und den Gästen und Bewohner*innen auf Zeit. Diese Anforderung erklärt, dass wir ein gutes Prozessmanagement, eine professionelle Moderation und eine gut abgestimmte und organisierte Beteiligung benötigen - eben ein City- oder ein Zentrenmanagement.

„Stadt.Raum.Leben: Münsters Mitte machen“ heißt unser Zukunftsentwicklungsprojekt für die Innenstadt, bei dem unter der Moderation von Münster Marketing und dem Stadtplanungsamt viele städtische Ämter, die privaten Vereine Initiative starke Innenstadt (ISI) und Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Bahnhofsviertel Münster, aber auch Verbände und Institutionen aus nahezu allen gesellschaftlichen Bereichen gemeinsam Münsters Innenstadt in die Zukunft entwickeln wollen.



Stadt. Raum. Leben.
#muensters mitte machen

MIT DEN MENSCHEN IM GESPRÄCH

Dialogtage Vol. 1

- Wie sieht unsere Innenstadt der Zukunft aus?

Um zentrale Fragen rund um die Zukunft der Innenstadt gemeinsam mit allen Münsteranerinnen, Münsteranern und auch Gästen der Innenstadt zu beantworten, lud die Stadt Münster am 2. Oktober 2021 unter dem Motto "Stadt.Raum.Leben - Münsters Mitte machen" zu den ersten Dialogtagen ein.

- Der Multiplikatoren-Abend: Die Innenstadt-Akteure und ihre Ideen

Am Vorabend zum Dialogtag wurde das neue Format mit einem extra angelegten Multiplikatoren-Abend im Rathausfestsaal durch Oberbürgermeister Markus Lewe und Stadtbaurat Robin Denstorff eröffnet. Hierzu waren 120 Vertreter*innen der Stadtgesellschaft, vom Klimaschützer bis zur Immobilienbesitzerin eingeladen, erste Ideen und Vorschläge aus ihren jeweiligen Perspektiven zu generieren und in den Austausch zu kommen.

Eine interaktive Online-Abstimmung per Mentimeter zu den Stärken und Visionen für Münsters zukünftige Innenstadt rundete den Abend ab und fasste die verschiedenen Anliegen der Stakeholder konzentriert zusammen.

- Der Dialogtag auf dem Prinzipalmarkt: Die Bürger*innen im Dialog

Der stark frequentierte Samstag stand ganz im Zeichen des groß angelegten kreativen Austausches mitten in der Stadt: Die Akteure von Münster Marketing entwickelten zusammen mit den kooperierenden Ämtern für Stadtplanung und Mobilität und Tiefbau ein umfassendes Kommunikations- und Dialogkonzept, in dem Gäste und Bürger*innen der Stadt ihre Verbesserungswünsche oder Zukunftsideen auf vielfältige Weise anbringen konnten.

Besucher*innen der Innenstadt konnten sich kurzfristig und niedrigschwellig direkt vor Ort einbringen, hatte sich der Prinzipalmarkt doch quasi „über Nacht“ in einen Beteiligungsraum verwandelt, den es so noch nicht gab und der vielfältige visuelle und kreative Einladungen bot:

Die große Beteiligungsbox, ein quadratischer hallenähnlicher Pop Up-Bau, war unübersehbar in der besten Lage des Prinzipalmarktes platziert und transportierte zentrale Leitfragen bereits auf seinen Außenwänden.

Bereits im Laufe des Vormittags füllten sich Karten mit konkreten Vorschlägen rund um mehr Grünflächen, weniger Autos und trotzdem gute Erreichbarkeit auch aus den Außenbereichen, sowie verbesserte Aufenthaltsqualitäten in der Innenstadt. Am Nachmittag waren die Karten mit Schildern übersät und boten reichlich Material, das anschließend als Ideensammlung in den weiteren Integrierten Innenstadtprozess bis Ende 2022 einfließt.



Dialogtag auf dem Prinzipalmarkt

Am Mitmachmarktstand war das interdisziplinäre Kommunikationsteam aus Münster Marketing, Amt für Mobilität und Tiefbau sowie dem Stadtplanungsamt als Dialogpartner für die Bürger*innen vor Ort. Speziell aufgelegte kurze Fragebögen boten die Möglichkeit, sich mit den Themen der Innenstadt zu beschäftigen und die eigenen Anregungen für alle sichtbar zu machen.

Für Kinder war am Infomobil eigens eine eigene Sitzcke mit bunten Stiften und Papier eingerichtet. Sie gaben viele Ideen rund um mehr Spielplätze, Brunnen und zum Beispiel eine Kletterwand in der Stadt ab.

Flankierend zu den beiden Kommunikationszentren auf dem Prinzipalmarkt bot Stadtplaner und Münster-Kenner Prof. Kunibert Wachten am Dialogtag geführte Spaziergänge zu "101 Ideenorten in der Innenstadt" an. Auf den mehrstündigen Rundgängen ging es darum, zunächst den Blick dafür zu schärfen, wie verbesserungswürdige Orte in der Stadtmitte überhaupt aussehen könnten und welches Potential in Münster noch ungenutzt ist. Die Spaziergänge sorgten außerdem für Austausch an Orten und Plätzen, die im Alltag eher untergehen.

Damit auch Bürger*innen, die nicht vor Ort waren, am Dialogtag teilnehmen konnten, richtete das Projektteam auch im Internet eine Rückmeldemöglichkeit ein. Per Kartenmarkierung konnten noch bis Ende November 2021 Anregungen, Vorschläge und Überlegungen eingebracht werden, die ebenfalls für den weiteren Entwicklungsprozess genutzt werden.

Die Dialogtage Vol.1 übertrafen viele Erwartungen, denn die Rückmeldungen zum niedrighschwelligem und inspirierenden Format waren sehr positiv und die Vorschläge und Ideen ebenso vielfältig wie konstruktiv. Insgesamt sind rund 1.700 Vorschläge eingesammelt worden.

EXPERIMENTIEREN ERLAUBT!

Parallel zur Erarbeitung eines Innenstadtentwicklungskonzeptes (INSEK) für die gesamte Innenstadt, das als Grundlage für die Städtebauförderung der nächsten Jahre vom Land NRW gefordert wird, versuchen wir bereits jetzt an vielen Stellen in der Stadt Neues auszuprobieren und gemeinsam mit den Bewohner*innen die Experimente auszuwerten. So geschehen im

Reallabor Wolbecker Straße

Experimentierfreudig, inspirierend und erkenntnisreich sollte es sein: Mit diesem Anspruch begleitete Münster Marketing das Dialogverfahren Reallabor Wolbecker Straße, das vom Amt für Mobilität und Tiefbau im September 2021 initiiert wurde und Teil der Europäischen Mobilitätswoche war. Das Format, das sich über zehn Tage erstreckte, wurde durch das Projektteam der beauftragten Büros Urban Catalyst, modulatorbeat, SHP Ingenieure sowie Amt für Mobilität und Tiefbau und Münster Marketing umgesetzt.

Die Wolbecker Straße ist Hauptverkehrsstraße und zugleich Alltagsraum: Sie steht für das Nebeneinander unterschiedlicher Funktionen - von Durchqueren zu Verweilen. Die Wolbecker Straße ist lebendig, urban, cool – aber auch überlastet und nicht ungefährlich. Täglich werden auf der Straße 10.000 Auto-, 500 Bus- und 9.000 Fahrradfahrten gezählt. Hier ist auf wenig Raum also eine Menge los. Die Anforderungen an den Straßenraum verändern sich, die vielseitigen Nutzungen spiegeln sich in der Aufteilung des Straßenraums aber noch zu wenig wider.

Das interaktive Format, das sich in drei Phasen (17. - 19. September: Erlebnistage / 20. - 24. September: Aktionstage / 25. und 26. September: Diskussionstage) gliederte, ging der Grundfrage nach, wie die Wolbecker Straße in Zukunft an Sicherheit und Aufenthaltsqualität gewinnen und gleichzeitig Hauptverkehrsachse bleiben kann.

Herzstück des innovativen und stark dialogorientierten Ansatzes war die Basisstation des Reallabors, die auf dem belebten Parkplatz des zentralen Supermarktes an der Wolbecker Straße etabliert wurde und einen festen und stark frequentierten Anlaufpunkt für alle Belange bildete. Zentral für dieses mobile Kommunikationszentrum war die Anschaffung des sogenannten Infomobils, das aus einem ausrangierten Marktstand besteht und neu ausgestattet wurde, um zugleich einen kommunikativen als auch mobilen Ort für die Belange innovativer Partizipation zu schaffen und das zukünftig auch an anderen Orten der Stadt genutzt werden soll.



1 +2 Infomobil auf dem Parkplatz eines Supermarktes an der Wolbecker Straße 3 Ideensammlung unter der Eisenbahnbrücke 4 Mittagstisch am Infomobil 5 Galerie der Visionen 6 Spaziergang mit Bürger*innen und dem Projektteam entlang der Wolbecker Straße

Das Mobil war Ausgangspunkt prägender Kommunikationsformate, von denen das Reallabor besonders profitierte:

Der Mittagstisch, in dessen Rahmen ansässige Gastronomen Verpflegung als Fingerfood sponserten und Vertreter*innen verschiedener Fachbereiche stets im Gespräch vor Ort waren.

Thematische Spaziergänge mit Fachleuten aus dem Projektteam, die auf Multiperspektivität und Erfahrungswissen abzielten.

Ein Zeichensalon am Samstag, in dem vor allem Kinder und Jugendliche ihrer Vision von der Wolbecker Straße künstlerisch Ausdruck verleihen konnten.

Der Wolbecker Salon am Dienstag: Kurze Impulse von Seiten des Projektteams luden zur Diskussion ein und der Abend mündete in das Film Screening von „The human scale“, einem Film über menschenorientierte Stadtplanung.

Das **Treffen mit den politischen Vertretern** zur After-Hour am Infomobil, in dessen Rahmen die vielfältigen Perspektiven der verschiedenen Zielgruppen sichtbar wurden.

Die **finale Ideenwerkstatt** am 25. September, in der alle gesammelten Ideen aus mündlichen Gesprächen und schriftlichen Rückmeldungen der zehn Tage gesammelt, in einer Ausstellung sichtbar und unter Beteiligung der vertretenen Ämter sowie dem Stadtbaurat zur Diskussion gestellt wurden.

Die konzeptionelle Klammer des gesamten Dialogverfahrens bildete „das Wandern“ verschiedener Formate im Laufe der zehn Tage, denn was mit einem Opening zur After-Hour am 17. September unter der Eisenbahnbrücke am westlichen Teil der Straße begann, mündete nach zehn Tagen reicher Diskussion rund um die Herausforderungen und Möglichkeiten der Wolbecker Straße in vielfältige Erkenntnisse, die in der Ausstellung am Hansaplatz, dem östlichen Teil der innerstädtischen Wolbecker Straße, sichtbar wurden.

Alle Ergebnisse des Reallabors werden in einem Abschlussbericht vorgestellt und festgehalten. Dieser bildet die Basis für die zukünftige strategische Planung der Wolbecker Straße.

EXPERIMENTIERFREUDIG...

Reallabor Hörsterstraße

Man kann lange über Planungen im Stadtraum diskutieren - zielführender und schneller ist es, man probiert es einfach aus - und zwar möglichst gemeinsam mit den Bewohner*innen, den Geschäftsinhaber*innen und den öffentlichen Institutionen im Viertel.

Genau das war das Ziel des Reallabors an der Hörsterstraße im Martiniviertel, dessen Kernbestandteil ein Verkehrsversuch war. Dabei wurde die ansonsten durch den motorisierten Durchgangsverkehr und vor allem durch Busse belastete Straße für mehrere Wochen komplett verkehrsberuhigt. Statt parkender Autos und Busse im Minutentakt prägten nun Sitzmöbel, Grünpflanzen und flanierende Menschen das Bild des Straßenraums; die inzwischen dauerhafte Umwandlung des Parkstreifens am Bült in ansprechende Flächen für das beliebte Eiscafé und weitere Aufenthaltsflächen auch für Kinder haben anschaulich gemacht, wie der Stadtraum für die Menschen besser gemacht werden kann. Und natürlich gab es auch Kritikpunkte und Erkenntnisse über den Preis, den solche Eingriffe an anderer Stelle kosten, z. B. die Verlängerung von Fußwegen für Busnutzer*innen. Auf dieser Erkenntnisbasis werden nun die politischen Beschlüsse vorbereitet, die bestimmen werden, wie der Straßenraum künftig aufgeteilt werden soll.



1 Arbeitsplatz auf der verkehrsberuhigten Hörsterstraße 2 Ehemaliger Parkstreifen am Bült 3 Diskussion mit Anwohner*innen 4 Sitzmöbel statt parkende Autos 5 Grünpflanzen für die Hörsterstraße

VOM CITYMANAGEMENT ZUM ZENTRENMANAGEMENT

Münsters Innenstadt verändert sich auch, was den Besitz anbelangt. Unsere starke Innenstadt reagiert zwar bislang nicht mit akuten Leerständen auf die Entwicklungen im Handel, aber Veränderungen sind auch hier erkennbar. Und so gilt es, auch hier die Entwicklungen im Auge zu behalten und sich aktiv in bevorstehende Nutzungsänderungen einzubringen und sie, wo eben möglich, im Sinne einer großen Nutzungsvielfalt zu unterstützen.

Damit das gelingen kann, haben sich die Wirtschaftsförderung Münster, die Planungsverwaltung, weitere Fachämter und die Vertreter der privaten Initiative starke Innenstadt (ISI) und Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Bahnhofsviertel Münster unter der Moderation des Citymanagements bei Münster Marketing zusammengeschlossen und arbeiten gemeinsam daran, die Innenstadt in einem ganzheitlichen Verständnis mit allen Entscheider*innen auch langfristig zu begleiten, sozusagen zu managen. Diese Arbeitsstruktur soll in ein professionelles Zentrenmanagement überführt werden, das bei Münster Marketing angesiedelt ist und dessen Entwicklung vom Land NRW aus dem Corona-Sofortprogramm unterstützt wird.

Das Ziel des Zentrenmanagements ist es, auf der Grundlage einer aussagekräftigen Datenbasis das derzeitige Nutzungsangebot in den einzelnen Straßen und Quartieren zu beschreiben und Entwicklungsperspektiven darzustellen. Das Zentrenmanagement arbeitet konkret bereits an Übergangslösungen für Ladennutzungen, an der Schaffung von Ausprobierlagen für kleinere oder neue Geschäftsmodelle, an der Profilierung einzelner Quartiere und Straßen gemeinsam mit den dort ansässigen Akteuren oder an der Platzierung gut frequentierter und leicht zugänglicher kultureller Angebote in der Innenstadt.

Dialog mit Immobilieneigentümer*innen

Immobilieneigentümer*innen sind, was Nachnutzungen nach Mieterwechsel anbelangt, eine wichtige Zielgruppe, wenn es darum geht, einen guten Nutzungsmix im Zentrum der Stadt herzustellen. Das Team im Zentrenmanagement zeigt in vertraulichen Einzelgesprächen den Eigentümer*innen Perspektiven auf, informiert sie über neue Trends im Handel und motiviert vor allem dazu, sich ggf. beraten zu lassen und die Information über anstehende Neuvermietungen zu teilen. Einige Eigentümer*innen haben das Angebot angenommen. Die sehr direkte und vertrauliche Kooperation hat neben erfolgreichen Nachvermietungen auch zu Zwischennutzungen geführt, wie zum Beispiel eine temporäre Nutzung eines freien Ladenlokals am Prinzipalmarkt durch die Kunstakademie oder auch die Nutzung einer Digitalwerkstatt für Kinder in der Immobilie am Picassoplatz.

Ausblick: Profilierung einzelner Straßen und Lagen

Das Team Zentrenmanagement bereitet Gespräche mit Quartiersgemeinschaften und Anliegern vor, um gemeinsam die Frage zu erörtern, welcher Besitz und welches Profil für die verschiedenen Lagen zukunftssträftig sein könnten. Im engen Austausch will das Netzwerk Eigentümer*innen darin unterstützen, bei Veränderungen in der eigenen Immobilie auch die Perspektiven einzelner Lagen im Blick zu haben.

Unsere Starterquartiere sind:

- Das Kiepenkerlviertel mit dem Apostelgarten. Hier arbeitet bereits eine private Quartiersinitiative an konkreten Raumverbesserungen.
- Die Frauenstraße, in der es seitens der Anlieger den Wunsch gibt, mit Hilfe eines Verkehrsversuchs eine Probe für eine neue Straßenqualität zu machen.
- Das Domquartier, in dem das Domkapitel ebenfalls sein Interesse an einer Zusammenarbeit im Sinne einer städtebaulichen Weiterentwicklung des Domplatzes angekündigt hat.

Leerstandskataster

Ebenfalls gestartet ist die Erstellung eines Leerstandskatasters – eine systematische Dokumentation von Veränderungen und Entwicklungen im Immobilienbesitz in der Altstadt und im Bahnhofsviertel. Ergänzend dazu ist eine Datenbank mit möglichen Zwischennutzungsangeboten (von Pop Up-Store bis zu künstlerische Nutzungen) in Vorbereitung, um im Bedarfsfall schnell und unkompliziert Zwischennutzungen vermitteln zu können.

Zentrenfonds

Die Stadt Münster hat im Mai letzten Jahres einen Zentrenfonds eingerichtet, der mit 200.000 Euro städtischen Mitteln ausgestattet ist. Bis Ende 2022 können kreative Ideen, die die Innenstadt, Stadtquartiere und Stadtteile stärken, finanziell unterstützt werden. Der Fonds verfolgt das Ziel, möglichst schnell und pragmatisch Projekte und (unternehmerische) Ideen zu unterstützen, die dazu geeignet sind, Vielfalt und Nutzungsmix in den Zentren der Stadt zu befördern, Frequenzen zu erhöhen, Gäste in die Stadt einzuladen und Ideen für künftige Nutzungen von Erdgeschosslagen, aber auch von öffentlichen Räumen, auszuprobieren. Einen Antrag stellen kann jeder, der eine gute Idee umsetzen will. Über eine Förderung entscheidet ein Beirat aus privaten und städtischen Akteuren - ein vorbildliches Modell in einer Stadt, die es mit der echten Partnerschaft in der Innenstadt sehr ernst nimmt und einer Politik, die diesem Modell ihr Vertrauen schenkt.

Die ersten Erfahrungen mit dem Fonds zeigen, dass eine Antragsstellung bei den meisten Ideengebern meist sehr kleinteilig beraten und die guten Ideen geschärft und profiliert werden müssen. Dadurch ist zwar der Mittelabfluss verlangsamt, der Fonds aber erfüllt seinen Zweck noch besser: Er fördert gute Ideen, er vernetzt durch die professionelle Beratung von erfahrenen Kolleg*innen die Antragssteller*innen und er passt die Projekte genau an die Erfordernisse bestimmter Lagen und Immobilien an.

Ausgezeichnet!

Das Projekt „Zentrenfonds“ ist als ein Best Practice-Beispiel in der Datenbank „Stadtimpulse“ ausgezeichnet worden, die der Beirat Innenstadt beim Bundesbauministerium aufgebaut hat, um den Städten erfolgreiche Modelle und Projekte für die Innenstadtentwicklung zugänglich zu machen.

Gefördert!

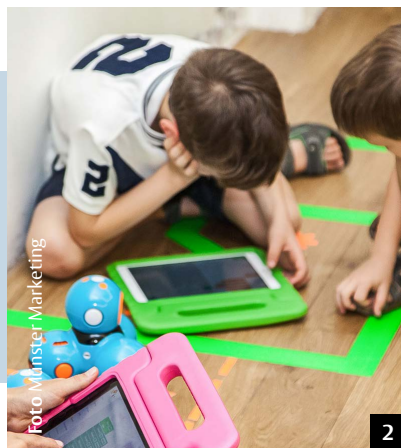
Gefördert in 2021 wurden

- eine Pop Up-Digitalwerkstatt für Kinder in einem leerstehenden Ladenlokal
- die Herrichtung eines Innenhofes als öffentlicher Quartiers-Treffpunkt in einem Stadtquartier
- das Start Up „Münster Manufakturen“, das online wie stationär handwerklich hergestellte Produkte aus der Region anbietet
- ein Digital Guide
- das Faire-4tel-Küche-Kochrad
- die Einführung der „Netten Toilette“ im Stadtteil Hilstrup
- die Anschaffung einer mobilen Bühne im Stadtbezirk Südost



Der Zentrenfonds ist bewusst offen angelegt und so konzipiert, dass neue Idee und nicht nur komplett abgesicherte Experimente darin Platz haben.

www.muensters-mitte-machen.de



1 Mitglieder des Beirates Zentrenfonds 2 Pop Up-Digitalwerkstatt für Kinder 3 Start Up „Münster Manufakturen“

DIE INNENSTADT IN DER PANDEMIE

Kurzfristige Unterstützung durch das Citymanagement

Die pandemische Lage hat neben den strategischen Prozessen immer wieder auch kurzfristige Maßnahmen in der Innenstadt erforderlich gemacht. Die bewährte und lange geübte Kooperation im Innenstadt-Netzwerk hat auch an dieser Stelle das Handeln erleichtert.

Zu den Akutmaßnahmen gehörten:

- Gestaltung von Schaufenstern leerstehender Ladenlokale mit Münster-Fotografien des inzwischen verstorbenen Künstlers Berthold Socha aus seiner Ausstellung im Stadtmuseum Münster.
- Klangkunstperformance „Kaufhausound“: Eine 15minütige Klangkunst-Performance des „duo freiheraus“ (Mirjam Streibl und Brigitte Borchers) hinter den im Lockdown verschlossenen Türen einzelner Geschäfte und ihre graphische Übertragung auf die Schaufensterscheiben. Die Aktion wurde live im Web gestreamt und die Innenstadt war so auch für die Menschen präsent, die nicht vor Ort sein konnten oder wollten.

Task Force Gastronomie

Als Folge der Corona-Pandemie kam und kommt es nach wie vor zu Einschränkungen, die für viele Betriebe in Münster zur Existenzbedrohung werden. Trotz einiger Lockerungen im Bereich der Gastronomie war die für die Stadt Münster so prägende, vielfältige Angebotspalette nach wie vor nur sehr eingeschränkt im Jahr 2021 vorhanden.

Die Stadt Münster hat zur Unterstützung der Gastronomie, der Clubs, der Hotellerie und des Schaustellergewerbes während der Corona-Pandemie auch im Jahr 2021 die Task Force Gastronomie unter Beteiligung von Münster Marketing, des Ordnungsamtes, Gesundheitsamtes, DEHOGA Westfalen und Vertreter*innen aus der Gastronomie, Clubs, Hotellerie sowie des Schaustellerverbandes fortgeführt.

Für das Jahr 2021 bestand wie im Jahr 2020 die Möglichkeit, bestehende Außengastronomieflächen unter bestimmten Vorgaben zu erweitern. Neben einem Gebührenerlass wurden Nutzungsmöglichkeiten sonstiger Flächen und Plätze in Münster geschaffen, die im Regelfall nicht für die Außengastronomie vorgesehen sind. So konnten z. B. auf ausgewiesenen Flächen in der Münsteraner Innenstadt ganzjährig Schaustellerstände stehen.

Digitaler Biergarten

Die Grünfläche an der Promenade auf dem alten Lindenhofareal wurde in 2021 erneut zur Nutzung für einen digitalen Biergarten zur Verfügung gestellt und deutschlandweit zur Vergabe ausgeschrieben. Der Biergarten war komplett digital über das Smartphone organisiert – von der Bestellung bis hin zur Bezahlung. Die Bestellungen erfolgten über QR-Codes, die auf den Tischen angebracht waren: coronatauglich, smart und erfolgreich!

Picknick Konzerte

Münster Marketing unterstützte auch im Jahr 2021 zusammen mit dem Allwetterzoo Münster die Durchführung von Picknickkonzerten als coronataugliches Konzertformat im öffentlichen Raum auf dem Rasenparkplatz des Zoos, um die von der Corona-Pandemie besonders betroffene Münsteraner Club- und Veranstalterszene zu stärken, aber für auch Solokünstler*innen und Live-Bands Auftrittsmöglichkeiten zu schaffen.

Die Veranstalter des Münsteraner Vainstream Festivals organisierten am 13., 21. und 22. August 2021 sowie vom 27. bis 29. August 2021 Picknick Konzerte mit Top Acts wie Campino, Joris, Von Wegen Lisbeth, Sondaschule, Provinz, Deine Freunde und Giant Rocks.

Die Idee der Picknick Konzerte: In besonders markierten Bereichen bringen die Besucher*innen eigene Picknickdecken oder Campingstühle mit. Der markierte Bereich beschränkt dabei den Abstand zu anderen Besucher*innen und darf für die Veranstaltungsdauer nur verlassen werden, um die Sanitäranlagen aufzusuchen oder um Getränke oder Essen zu holen.

Bewährte Veranstaltungen - angepasst

Vieles musste auch im Jahr 2021 aufgrund der geltenden Kontaktbeschränkungen ausfallen - wir haben gemeinsam mit unseren Partnern und im Vertrauen auf das Verantwortungsbewusstsein unserer Stadtbevölkerung versucht, möglich zu machen, was eben ging.

- Schauraum

Nur samstagnachts – „Schauraum anders!“ Eine ganze Nacht lang gehörte Münster der Kunst und Kultur und feierte mit dem „Schauraum anders!“ die Nacht der Museen und Galerien. Am Samstag, 4. September, öffneten Münsters Kulturorte bis Mitternacht ihre Türen und luden zum Kunstbummel durch die Stadt ein. Auch wenn es aufgrund der Pandemie keinen Roten Platz und keine Piazza geben konnte, gab es viele kleine Pop Up-Programmbeiträge, die an unterschiedlichsten Orten in der Stadt überraschten und für eine besondere Atmosphäre sorgten. Statt auf einer Bühne spielten Künstlerinnen und Künstler auf roten Läufern und brachten damit den Roten Platz häppchenweise in die Stadt.

- Advent und Weihnachtsmärkte

Münster konnte als eine der wenigen Städte Deutschlands, dank eines angepassten Sicherheitskonzepts mit Augenmaß und dank der Disziplin, Vernunft und Solidarität aller Beteiligten die Weihnachtsmärkte mit einer eher kleinen, zurückhaltenden Eröffnungsfeier am 22. November eröffnen. An den Adventssamstagen sorgten Blechbläserensembles für überraschende musikalische Momente. Auswärtige Gäste konnten auch in diesem Jahr an den Adventssamstagen kostenlos das Parkhaus am Coesfelder Kreuz nutzen.

Zu den traditionell fünf Weihnachtsmärkten ist im Jahr 2021 ein neuer, sechster Markt auf dem Harsewinkelplatz dazu gekommen. Er unterscheidet sich in Konzept und Angebot von den traditionellen Märkten: Er ist regional und bietet Waren „von hier“ an; er setzt auf nachhaltige Produkte und hebt sich auch ästhetisch von der gewohnten Optik mit Tannengrün und Weihnachtsbeleuchtung ab. Auf der eher kleinen Fläche ist es dem neuen Konzept auf Anhieb gelungen, eine sehr münsterspezifische Ergänzung zu dem beliebten Angebot zu schaffen und es zu ergänzen, ohne es zu konterkarieren.



1 + 2 Weihnachtsmarkt am Harsewinkelplatz „X-MS“ 3 Eröffnung der Weihnachtsmärkte vor der Lambertikirche 4 Künstler beim „Schauraum anders“

GÄSTE IN DER STADT



Foto Peter Leßmann

AUSLANDSMARKETING

Coronabedingt haben Kommunikationsmaßnahmen in den Auslandsmärkten nur sehr eingeschränkt stattgefunden. Ausnahme war der niederländische Markt, aus dem Münster per se die meisten ausländischen Gäste generiert und der über das Projektbüro „Geheim over de Grens“ bei der Euregio bearbeitet wird.

Münster war Teil von vier zielgruppenspezifischen Online-Marketing-Kampagnen des Projektbüros, die in den Sommermonaten und im Herbst auf Google, Facebook und Instagram ausgespielt wurden:

- Herbstvakantie vom 14. September bis 31. Oktober mit 826.161 Impressionen
- Stedentrips vom 6. September bis 30. Oktober mit 763.407 Impressionen
- „Weekendje weg / Dagje uit Duitsland vom 6. bis 16. Juli und 9. bis 31. August mit 763.407 Impressionen
- Zomervakantie 6. bis 16. Juli und 9. bis 31. August mit 68.208 Impressionen

German.Local.Culture

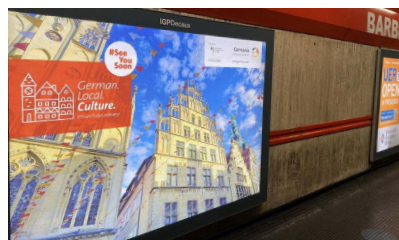
Über „Geheim over de Grens“ war Münster mit drei weiteren Städten Teil einer großen Kampagne der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) Amsterdam gemeinsam mit der niederländischen Social Media-Plattform Cityzapper. Unter dem Thema „German.Local.Culture“ lag der Fokus auf den Stadtthemen Flair, Crafts, Taste und Nature, adressiert an Städte- und Kulturreisende. Die umfangreiche crossmediale Kampagne mit Content- und Videoproduktion durch das Cityzapper-Team wurde von Mai bis Oktober über die Kanäle von Cityzapper, der DZT und Geheim over de Grens ausgespielt.

Die allgemeine Kampagnen-Homepage bei Cityzapper erzielte 503.255 und als Destination des Monats 3.244.650 Impressionen. Besonders gut schnitten Videos ab - für das Münster-Video gab es beispielsweise 78.514 Impressionen. Auf den DZT-Kanälen erreichten sie ebenfalls hohe Klickzahlen, z. B. 3.167.255 Impressionen auf YouTube. Begleitet wurden die digitalen Kampagnenelemente von Pressemitteilungen und der Einbindung in Newsletter. <https://youtu.be/lgGOXtR2HJQ>



Notiz am Rande

Die DZT hat in Eigenregie Bilder vom Prinzipalmarkt bei einer großen Plakatkampagne zum Reiseland Deutschland ausgespielt. So waren Münsters Giebelhäuser unter anderem in der Metro in Rom zu bestaunen. Der Hinweis kam von einem Münsteraner, der zu Besuch in Rom war und uns das Foto schickte, was zeigt: Die Menschen in Münster identifizieren sich mit ihrer Stadt und sind stolz, wenn sie in den Metropolen der Welt so unerwartet auf Bilder aus ihrer Heimat stoßen.



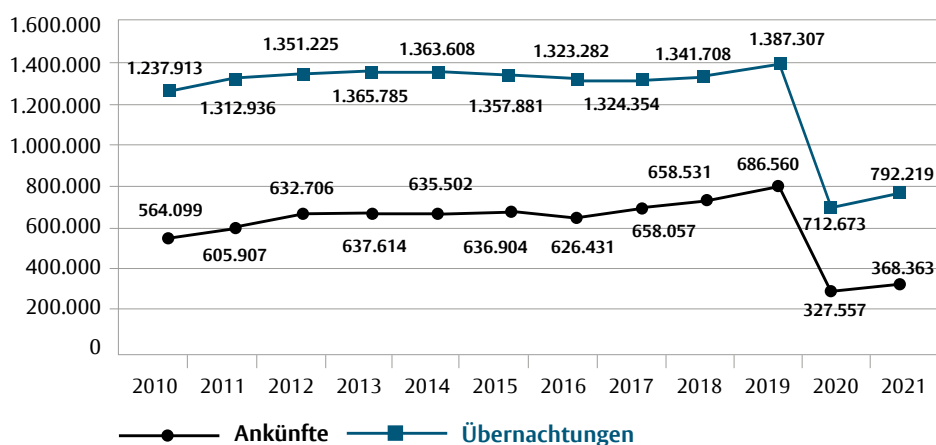
Plakat in der Metro in Rom

DAS TOURISTISCHE ERGEBNIS

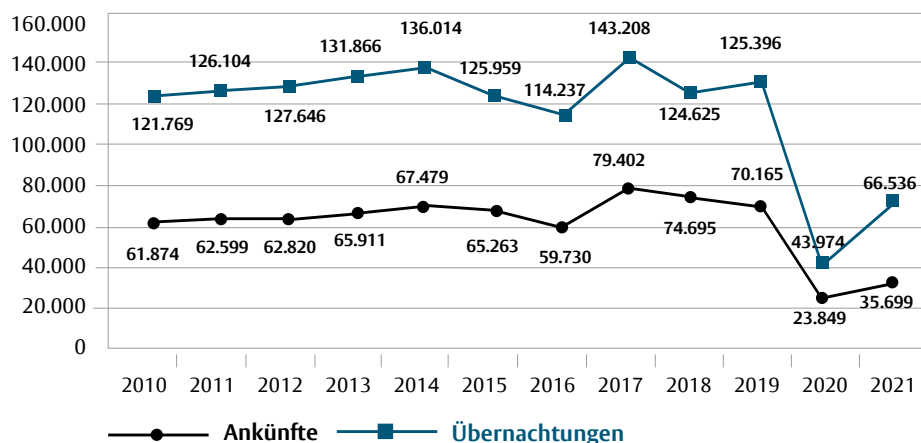
Auch wenn die Übernachtungszahlen für 2021 in Münster noch längst nicht das Vor-Corona-Niveau erreicht haben, gibt es doch einen Hoffnungsschimmer: Im vergangenen Jahr zählte das Statistische Landesamt, IT-NRW, 792.219 Übernachtungen in Münster. Mit diesem satten Plus von 11,2 Prozent im Vergleich zum ersten Corona-Jahr 2020 liegt Münster deutlich über dem NRW-Durchschnitt von plus 3,9 Prozent. Allerdings sind das immer noch 43 Prozent weniger als vor der Pandemie.

Die Erholung ist den starken Sommermonaten Juni, Juli und August zuzuschreiben. Stärkster Monat war der August, der mit 43 Prozent mehr Übernachtungen als der Vorjahresmonat punktete und damit fast das Vor-Corona-Niveau erreichte. Neu ist, dass die Gäste länger in der Stadt Urlaub machen als vor der Pandemie.

Ankünfte und Übernachtungen Stadt Münster insgesamt



Ausländische Gäste Stadt Münster insgesamt



RESTART FÜR DIE STADTFÜHRUNGEN IN MÜNSTER

Auch die mehr als 13 Stadtführungsunternehmen in unserer Stadt, allesamt beste Münster-Botschafter*innen, gehörten zu den in hohem Maße durch die Pandemie getroffenen Unternehmen in der Tourismusbranche. Zu ihrer Unterstützung und gleichzeitig mit dem Ziel, das touristische Income voranzutreiben, haben wir gemeinsam mit den Unternehmen eine kleine Marketingkampagne entwickelt. In einem gesondert zu diesem Zweck produzierten Film, dessen Verbreitung und Produktion der Eigenbetrieb Münster Marketing finanziert und organisiert hat, stellt sich Münster mit seinem facettenreichen Angebot an Stadtführungen zu unterschiedlichsten Themen und mit sehr individuellen Konzepten vor.

<https://youtu.be/xC1NED8w99E>



Der Film wurde über die Kanäle von Münster Marketing, über die der einzelnen Unternehmen sowie über den Münsterland e.V. und den NRW Tourismus verbreitet.

Zusätzlich haben wir zur Stärkung des Gruppengeschäfts in der Woche die Kampagne „Dein Dienstags-Date“ gemeinsam entwickelt. Die Idee: Wer am Dienstag (im März/April 2022) eine Stadtführung mit einer Gruppe bucht, erhält einen 10%igen Rabatt auf die Führung sowie kostenlosen Eintritt in den Friedenssaal.

Die Stadtführungen sind außerdem durch viele weitere kleinere und größere Maßnahmen in ihrer Sichtbarkeit verstärkt und mit anderen Themen und Seiten verlinkt und über Google Ads-Anzeigen unterstützt worden.



Dein Dienstags Date mit Münster!



**Dein
Dienstags
Date**
MIT MÜNSTER!

Willst Du mit mir **DIENSTAGS** eine Stadtführung machen?

☐ 22. März ☐ 29. März ☐ 05. April
☐ 12. April ☐ 19. April ☐ 26. April

In der Zeit vom 15.3. bis 26.4.2022 bekommst Du jeden Dienstag mit Deiner Gruppe eine Ermäßigung von **10% auf Stadtführungen und Rundfahrten** und zusätzlich **freien Eintritt in den Friedenssaal** im Historischen Rathaus!

Infos unter: tourismus.muenster.de




Münster Marketing

DIE MÜNSTER INFORMATION IM STADTHAUS 1 UND IM HISTORISCHEN RATHAUS

Die Münster Information war das gesamte Jahr und die Information im Historischen Rathaus ab Juni wieder geöffnet und hat Besucher*innen und Gäste der Stadt persönlich, telefonisch oder digital beraten. Wie bereits 2020 unterstützten Mitarbeitende aus den Bereichen Münster Information und Information im Historischen Rathaus u. a. das Gesundheitsamt in ihren Aufgaben rund um die Pandemie.

Im März zog die Münster Information unter neuer Leitung zusammen mit dem Servicezentrum in ihre neuen Räumlichkeiten ins neugestaltete Foyer des Stadthauses 1. Die moderne und starke Visitenkarte der Stadt ist nun die erste Adresse für alle Bürger*innen und auch für die Gäste der Stadt. Gestaltet ist der Raum wie ein Marktplatz. Unter dem Motto „Alles unter einem Dach“ befinden sich hier die Hotelvermittlung, die Münster Information, der Souvenir Shop und das Amt für Bürger und Ratsservice an einer Stelle. Durch das Bündeln der einzelnen Services können alle Anliegen schnell aufgegriffen werden. Das Foyer wurde seitdem bereits mehrfach als städtische Kommunikationsdrehscheibe genutzt, u. a. als Infopoint während des Schauraums oder als Drehort für einen Imagefilm der Stadt Münster. Im Rahmen des Umzugs der Münster Information wurden die Print-Materialien entsprechend der Leitlinie „digital first“ von zuvor 800 auf etwa 150 reduziert und neue Techniken, wie der Touchscreen, für Beratungen integriert.

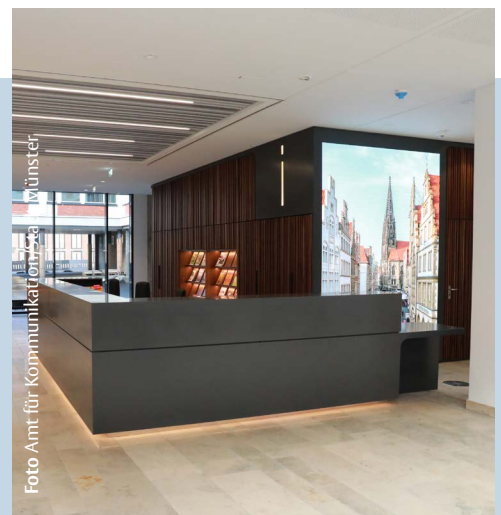
Auf insgesamt drei neuen LED-Wänden und einem interaktiven 65“-Touchscreen werden Stadt-Emotionen und wertvolle Informationen vermittelt. Aktuelle Veranstaltungen und Ausstellungen sind über einen digitalen Plakate-Loop mit etwa 20 bis 30 Plakaten zu sehen. Über den Touchscreen kann man sich z. B. über Stadtführungen oder rund um das Thema Fahrrad informieren und sich Anregungen für ausgearbeitete und maßgeschneiderte Fahrradtouren über einen QR-Code direkt auf das Handy laden.

Außerhalb der Öffnungszeiten gibt es in der Hotelvermittlung Informationen zur Stadt und Hinweise auf Hotels mit 24 h-Rezeptionen über einen LED-Bildschirm.

Das Konzept der neugestalteten und modernen Tourist Information überzeugte: Für ihren vorbildlichen Service, für Gäste und Besucher*innen erhielten die Münster Information und die Information im Historischen Rathaus 2021 erneut das „touristische i“. Die Auszeichnung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) wird nur den Tourist Informationen verliehen, die den vom DTV aufgestellten (40!) Kriterien entsprechen und sich über einen Qualitätscheck alle drei Jahre einer Überprüfung stellen.

Für Bürger*innen, die einen digitalen „Check-In“ über die Corona-Warn-App auf dem Smartphone nicht nutzen konnten, boten die Münster Information und die Information im Historischen Rathaus im Juni einen Luca-App-Schlüsselanhängen an.

In der Vorweihnachtszeit beteiligten sich beide Informationen an der Ausgabe des 2G-Bändchens der Stadt Münster, um den Zugang zum Einzelhandel für Gäste und Bürger*innen der Stadt für ein entspanntes Shoppen zu erleichtern. An den nachgefragtesten Tagen wurden rund 2.000 Bändchen ausgegeben.



Münster Information im Stadthaus 1

BESUCHERHIGHLIGHT: ZWEI GRAUE DOPPELSPIEGEL FÜR EIN PENDEL VON GERHARD RICHTER

Seit Dezember 2021 können Besucher*innen wieder die Kunstinstallation von Gerhard Richter besuchen. Die Dominikanerkirche ist inzwischen saniert und zu einem Veranstaltungsraum mit entsprechender technischer Infrastruktur entwickelt worden.

Gemeinsam mit der Kunsthalle Münster organisieren wir den Vertrieb der Führungen für Gruppen und Einzelgäste und arbeiten mit an der Programmierung des Gebäudes für Veranstaltungen und öffentlich zugängliche Projekte.



Kunstinstallation in der Dominikanerkirche

KONGRESS- UND TAGUNGSTOURISMUS

Der Veranstaltungsmarkt in Deutschland hat sich massiv verändert. Business Events erlebten den Wandel zu digitalen und hybriden Formaten. Insgesamt wurde in 2021 in Deutschland wieder ein beträchtlicher Teil von Präsenz in digitale und hybride Formate umgebucht.

Zum Standort Münster: Auch hier wurden Tagungen und Kongresse zum Teil komplett abgesagt bzw. auf digital umgestellt. Alle Anbieter (Leistungsträger) haben in digitale Formate investiert, um die aktuellen Anforderungen erfüllen zu können.

Um dem nicht nur pandemiebedingten Wandel im Städte- und vor allem im Geschäftstourismus angemessen begegnen zu können, arbeiten wir bereits seit über einem Jahr gemeinsam mit dem German Convention Bureau und dem Fraunhofer-Institut mit verschiedenen anderen Städten und ihren Kongressbüros an einer Zukunftsstrategie für den Tagungs- und Kongressstandort, der das gesamte Netz an Angeboten und Anbietern für den Geschäftstourismus in den Blick nimmt, dabei zuvorderst auch das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland.

Der Geschäftstourismus war in Münster, wie auch in nahezu allen Destinationen europaweit, am stärksten von der Pandemie betroffen. Für das Kongressbüro war vor allem das Stornogeschäft kräftezehrend und zudem wenig motivierend: Die Stornoquote lag 2021 immerhin noch bei 50 %, 2020 waren es 73 %. Die Regel ist 5 bis 10 %.

Insgesamt hat das Kongressbüro 2021

- 47 Tagungen mit insgesamt 6.936 Teilnehmenden begleitet
(13 eintägige Tagungen mit 793 Teilnehmenden und 34 mehrtägige mit 6.143 Teilnehmenden)

Zum Vergleich: 2019 waren es

- 204 Tagungen mit insgesamt 42.944 Teilnehmenden
(48 eintägige Tagungen mit 8.723 Teilnehmenden und 156 mehrtägige mit 32.271 Teilnehmenden)

Innovationsverbund Future Meeting Space

Münster Marketing und das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland sind Mitglieder in dem Innovationsverbund des German Convention Bureau und dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO „Future Meeting Space“.

Am 2. und 3. November 2021 trafen sich Expertinnen und Experten zu einem Workshop zum Thema „Die Herausforderungen der Post-Corona-Epoche: Das neue Ökosystem von Veranstaltungen“ in Münster. Dieser fand an außergewöhnlichen Orten statt, wie zum Beispiel am roestbar Campus oder im HAFENDach der PSD-Bank über den Dächern des Hafens.

Veranstaltungen des Kongressbüros

- Netzwerktreffen der Partner*innen des Kongress- und Tagungsguides Münster am 31. August 2021 im Atlantic Hotel

Nach mehr als zwei Jahren trafen sich die Partner*innen der Kongressstadt Münster. Themen waren die aktuelle Lage und die Entwicklungsperspektiven im Tagungs- und Kongressmarkt. Hier hatten die Sparten Hotellerie, Gastronomie, Dienstleister - wie Taxi, Technik, Floristen - und Anbieter von Rahmenprogrammen - wie Stadtführer - mit ihren Sprecher*innen das Wort.

Alle Beteiligten gaben an, dass nach ihrer Erfahrung auch im Hinblick auf Klimaresilienz und Nachhaltigkeit für die Zukunft des Kongressgeschäftes Qualität und Wertigkeit in jeder Hinsicht von herausragender Bedeutung sein werden.

Besonders gelobt wurde die gute vertrauensvolle Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes.

- Erfa-Stammtisch am 10. November 2021 - Neue Räume und digitale Ideen für Präsenzmeetings

Mit den Weiterbildungsveranstaltungen des Kongressbüros für Tagungsveranstalter*innen haben wir 2021 die erkennbaren Trends im Business-tourismus aufgegriffen und bei uns verortet:

Es geht um neue oder ungewöhnliche Räume, die eine Geschichte erzählen können, es geht um beste Qualität in jeder Hinsicht und um digitale Anwendungen, die das Präsenzmeeting interessant und erlebnisreich machen. Im neuen Atlantic Hotel und in einem besonderen Ort direkt im Hauptbahnhof ist es gelungen, den Tagungsplaner*innen zu demonstrieren, wie sich die neuen Trends und Anforderungen im Tagungsbusiness gut umsetzen lassen. Unsere Spezialität bei diesen Formaten: Wir beziehen viele Partner*innen aus der Stadt ein - vom Caterer, der zeigen kann, was er neben dem gewohnten Angebot bieten kann bis zum Eventmanager, Raumausstatter oder Rahmenprogrammentwickler, deren Angebote bislang nicht jedem und jeder bekannt sind.

Die Weiterbildungen werden stets von den Teilnehmenden bewertet und erhielten Bestnoten.



1 Netzwerktreffen der Kongressinitiative Münster 2 Erfa-Stammtisch 3 Tipps für hybride Events 4 Nachhaltigkeits-Zerifikat 5 Workshop des Innovationsverbundes des GCB

NACHHALTIGKEIT - EINE UNABDINGBARE QUALITÄT FÜR TOURISMUS, VERANSTALTUNGEN UND STADT-ENTWICKLUNG



Foto Ralf Emrich

GREEN MEETINGS

Mit dem Wandel der Veranstaltungswelt und dem sich daraus entwickelnden neuen Ökosystem ist es wichtig, nachhaltige und innovative Eventformate, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zu entwickeln. Die Kongressinitiative Münster mit ihren zehn Institutionen engagiert sich bereits seit 2009 für klimafreundliches und nachhaltiges Tagen. Das Kongressbüro Münster Marketing als Bindeglied steht beratend Veranstalter*innen zur Seite. Das Angebot „Grün tagen/Green Meetings“ beinhaltet die Beratung und die Berechnung des CO₂-Ausstoßes der durchgeführten Tagung durch First Climate. Wir bieten den Veranstalter*innen eine Check-Liste an, um bereits zu Beginn der Veranstaltungsplanung emissionsmindernde Maßnahmen zu integrieren und die Teilnehmer*innen in den Prozess mit einzubeziehen.

Alle Veranstaltungen, die das Kongressbüro durchführt (Professorinnen-/Professoren-Treff, Fam-Trips, Educational Trips etc.) werden unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit geplant.

Im Kongress- und Tagungsguide Münster sowie auf der Website von Münster Marketing/Kongressstadt werden die Partner (Tagungshotels, Locations, Gastronomen, Anbieter von Rahmenprogrammen und Dienstleistungen), die Nachhaltigkeits-Zertifikate erworben bzw. nachhaltige Angebote haben, besonders hervorgehoben.

Als Benefit für Veranstalter*innen, die die Unterbringung ihrer Teilnehmenden über das Kongressbüro abwickeln, wird das Willkommen Münster! Ticket ausgegeben. Dabei handelt es sich um eine Kooperation mit den Stadtwerken Münster, die als Förderer der Kongressinitiative MS allen Teilnehmer*innen ein Ticket für den öffentlichen Nahverkehr für die Dauer der Veranstaltung stellen.

Eine Mitarbeiterin im Bereich Kongressbüro/Kongressmarketing hat zudem eine Fortbildung zur Nachhaltigkeitsberaterin gemacht und wird diese vertiefen. In 2022 wird eine weitere Mitarbeiterin ausgebildet. Zudem sind wir mit einer Mitarbeiterin im Strategieausschuss "Fair Trade Town" vertreten.

KLAR.GLAS - DAS GLAS-MEHRWEGSYSTEM FÜR MÜNSTER UND DAS MÜNSTERLAND

Wir sind Teil und Partner der Initiative „Münster für Mehrweg“. In dieser Funktion machen wir gute und beispielgebende Projekte, wie Refill-Stationen, kreative Verpackungsalternativen oder auch Pfandsysteme für Coffee to Go sichtbar, unterstützen Ideen und bringen in einem gut funktionierenden Netzwerk auch eigene Projekte auf den Weg, wie die Einführung eines Glas-Mehrwegsystems für Münster und das Münsterland.



Foto Stadt Münster/Michael C. Möller



Foto Stadt Münster/Michael C. Möller



Foto Stadt Münster/Michael C. Möller



Foto Stadt Münster/Michael C. Möller

Vorstellung des Glas-Mehrwegsystems

NACHHALTIGKEIT UND KLIMASCHUTZ ALS „HYGIENEFAKTOREN“

Nachhaltiges und klimaschützendes Handeln zieht sich durch alle Bereiche unserer Arbeit und ist längst auch in der Veranstaltungsorganisation angekommen und das nicht erst seit gestern. Bei der Konzeption und Durchführung unserer Veranstaltungen spielen daher fair gehandelte Produkte, Regionalität und Nachhaltigkeit bis ins Detail eine wichtige Rolle. Diesen Anspruch haben wir nicht nur an uns, als Veranstalterin. Daher sehen wir es auch als unsere Aufgabe, in den Netzwerken (z. B. Festveranstalter*innen) aufzuklären und Hilfestellung zu geben und das mit Erfolg, wie die Eröffnung eines sechsten Weihnachtsmarktes am Harsewinkelplatz zeigt. Mit seinem sehr münstertypischen und nachhaltigen Angebot, angefangen mit den Buden, die im Sommer als Spargelhütten im Einsatz sind, über Pop Up-Stände, die bunt besetzt waren, bis hin zur regionalen Bio-Pommes, passt der X-MS Markt zum Anspruch unserer Stadt.



1 Plakat zum Real-Experiment CorrensLab 2+3 Studierende präsentieren ihre Ideen

NACHHALTIGE STADTENTWICKLUNG: CORRENSLAB

Vom 29. September bis zum 2. Oktober 2021 wurde die Corrensstraße zum Schauplatz für ein Realexperiment zur Umgestaltung von Münsters Wissensquartieren. Mit dem Projekt von Westfälischer Wilhelms-Universität, FH Münster und Stadt unter dem gemeinsamen Dach von Münsters Allianz für Wissenschaft haben Studierende ihre Ideen für einen lebenswerten und nachhaltigen Stadtraum vorgestellt und hierüber einen Dialog mit der Stadtgesellschaft initiiert.

Aus ganz unterschiedlichen Perspektiven und Fachrichtungen haben Studierende und Lehrende der beiden Hochschulen im Sommersemester 2021 dabei herausgearbeitet, wie die Corrensstraße mehr Lebensqualität bieten könnte - und das hochschulübergreifend, interdisziplinär und kooperativ. Herausgekommen sind 16 Stationen und digitale Angebote mit den Schwerpunkten Begegnung, Beteiligung, Mobilität und Ökologie. Es ging dabei um nichts weniger als die grundsätzliche Frage nach einer gemeinwohlorientierten Quartiers- und Stadtentwicklung. Darüber wollten sie mit den Menschen, die hier leben und arbeiten, mit der Stadtgesellschaft und mit den Verantwortlichen in Austausch kommen und Impulse geben.

GESUNDE STADT

Gesundheitliche Chancengleichheit fördern und als ein wichtiges Ziel stärker in der Stadtentwicklung verankern – das will das Projekt „Gesundheit in der nachhaltigen Stadt“. Für das gemeinsame Vorhaben von Stadt Münster und Westfälischer Wilhelms-Universität Münster, welches von der Techniker Krankenkasse über fünf Jahre gefördert wird, wurde am 18. Mai 2021 der offizielle Startschuss gegeben. Hierzu trafen sich Oberbürgermeister Markus Lewe, Frank Puhe von der Techniker Krankenkasse, Stadtbaurat Robin Denstorff und Dr. Norbert Schulze Kalthoff, Leiter des Gesundheits- und Veterinärarnamtes der Stadt Münster, zu einem Gedankenaustausch mit dem Projektteam. Die Leitung des Projektes obliegt Frau Juniorprofessorin Iris Dzudzek vom Institut für Geographie der Universität Münster, dem Gesundheits- und Veterinärarnamt sowie dem Wissenschaftsbüro bei Münster Marketing. Ergebnis der Arbeiten soll eine Strategie zur gesunden Stadtplanung und -entwicklung sein. Die gesundheitsfördernden Strukturen sollen stadtteilbezogen geschaffen werden - unter Einbindung von Akteurinnen und Akteuren der Gesundheitsprävention und zivilgesellschaftlicher Gruppen.

STADT DES WESTFÄLISCHEN FRIEDENS



Der Westfälische Frieden ist für die Stadt Münster ein zentraler historischer Bezugspunkt, der uns in aller erster Linie als Inspiration für unser gegenwärtiges und zukünftiges Miteinander dient. Die in Münster und Osnabrück - trotz anhaltender Kriegshandlungen - von den europäischen Gesandten geführten Friedensverhandlungen dienen uns als ein Vorbild für einen „Frieden durch Dialog“.

INTERNATIONALER PREIS DES WESTFÄLISCHEN FRIEDENS

Seit 1998 vergibt die Wirtschaftliche Gesellschaft für Westfalen und Lippe alle zwei Jahre den renommierten Internationalen Preis des Westfälischen Friedens und würdigt damit Menschen, die sich für Europa und den Frieden engagieren. Am 28. August 2021 wurden der ehemalige griechische Ministerpräsident Alexis Tsipras und der damalige nordmazedonische Ministerpräsident Zoran Zaev für ihre Einigung im mazedonischen Namensstreit geehrt. Der Jugendpreis für Kinder und Jugendliche, die durch ihr Handeln und ihr Engagement Vorbilder für Ausgleich und Frieden sind, ging an die Initiative Plant-for-the-Planet.

Aufgrund der Corona-Pandemie fand die Verleihung zum ersten Mal nicht im Rathausfestsaal, sondern im Lichthof des LWL-Museum für Kunst und Kultur statt. Münster Marketing hat die WDR-Übertragung der Preisverleihung auch in diesem Jahr live auf einer großen LED-Leinwand auf der Stubengasse gezeigt und dieses große Ereignis so in die Stadt getragen.

DIALOGE ZUM FRIEDEN

Die jährliche Veranstaltungsreihe des Arbeitskreises „1648 - Dialoge zum Frieden“ konnte leider auch in diesem Jahr nur in reduzierter Form umgesetzt werden. Publikumsveranstaltungen und das Treffen der Religionsgemeinschaften waren nicht möglich. Umso mehr hat es uns gefreut, dass die diesjährige Schülerakademie wieder als Präsenzveranstaltung stattfinden konnte. Rund 40 Schülerinnen und Schüler aus elf Gymnasien und Gesamtschulen kamen im Franz Hitze Haus zusammen und diskutierten unter dem Motto „Ernten, was wir säen?“ über die Zusammenhänge von Nachhaltigkeitspolitik und sozialem Frieden. Professor Henning Laux von der TU Chemnitz eröffnete am 5. November 2021 die Veranstaltung mit seinem Vortrag „Das Naturverhältnis neu denken – Perspektiven des sozialen Wandels im Anthropozän“. Im Anschluss daran näherten sich die Schülerinnen und Schüler dem Thema Nachhaltigkeit in drei thematischen Workshops.

BESTÄTIGUNG DES EUROPÄISCHEN KULTURERBE-SIEGELS

2021 hat die EU die Auszeichnung der Rathäuser des Westfälischen Friedens mit dem Europäischen Kulturerbe-Siegel erneut für Münster und Osnabrück bestätigt. Alle vier Jahre müssen die Siegel-Träger in einem Monitoring-Prozess nachweisen, dass sie die Kriterien für das Siegel nach wie vor erfüllen. Abgefragt werden u. a. Besucherzahlen, Öffentlichkeitsarbeit, Bildungsprojekte, kulturelle Aktivitäten, Veranstaltungen im Wissenschaftskontext, mehrsprachige Angebote für Gäste, Jugend- und Netzwerkarbeit. Münster und Osnabrück tragen das Siegel als Stätten des Westfälischen Friedens, dem ersten Verhandlungsfrieden in der Geschichte Europas.



FRIEDENSKONVOKATION

Am 24. August 2021 luden das Friedensbüro und die AG Frieden zur vierten Münsteraner Friedenskonvokation in die Friedenskapelle im Friedenspark ein. Seit 2017 findet dieses Informations- und Austauschtreffen auf Beschluss des Rates der Stadt Münster statt. Bei der diesjährigen Friedenskonvokation wurde auch die AG Frieden neu gewählt. Als Vertreter*innen der zivilgesellschaftlichen Gruppen in der AG Frieden wählten die Teilnehmenden Jewgenij Arefiev von der Deutschen Friedensgesellschaft – Vereinigte Kriegsdienstgegner*innen Münster (DFG-VK Münster) und Rixa Borns von der Friedensinitiative Münster (FIM). Daniel Kim Hügel von pax christi Münster, der bereits Mitglied der bisherigen AG Frieden war, und Dr. Abdul Hadi Al Nahlaoui vom Christlich-Islamischen Arbeitskreis Münster (CIAK) wurden als Vertreter der Religionsgemeinschaften in die neue AG Frieden gewählt. Als Vertreterin des Integrationsrates der Stadt Münster wird Katy Karen Cordeiro dos Santos in Zukunft mit dem Friedensbüro Münster und der AG Frieden zusammenarbeiten.



1 Übertragung der Verleihung des Friedenspreises auf dem Stübengassenplatz 2 Schülerakademie 2021 3 Friedenskonvokation in der Friedenskapelle

SCHÜLERINNENSEMINAR „KONFLIKT UND DIALOG“

Am 29. September 2021 bekam das Friedensbüro Besuch von den Schülerinnen des Seminarfachs „Shalom – Konflikt und Dialog“ der Liebfrauenschule Vechta.

Gemeinsam mit den Schülerinnen ging es auf Spurensuche in Münsters Stadtgeschichte. Als Stadt des Westfälischen Friedens hat Münster eine besondere Verantwortung, wachsam, sprach- und handlungsfähig zu sein, wenn es um den Umgang mit Konflikten geht. Auf einem Rundgang rund um das Rathaus des Westfälischen Friedens haben wir Orte aufgesucht, die für ein konfliktreiches Ereignis in unserer Stadtgeschichte stehen und geschaut, ob und wie aus diesen Ereignissen heraus ein Dialog entwickelt werden konnte. Stationen waren u. a. der Platz des Westfälischen Friedens, Sankt Lamberti und der Friedenssaal im Historischen Rathaus.

AUSSTELLUNG „ZWISCHEN ERFOLG UND VERFOLGUNG“

Gemeinsam mit einem breiten Netzwerk aus Sport, Erinnerungskultur, Religion und Zivilgesellschaft hat das Friedensbüro bei Münster Marketing die Ausstellung „Zwischen Erfolg und Verfolgung“ 2021 nach Münster geholt. Die Wanderausstellung über jüdische Stars im deutschen Sport bis 1933 und danach war vom 25. Juni bis 25. Juli 2021 auf dem Überwasserkirchplatz zu sehen. Anhand von 17 Biographien würdigt sie die große Bedeutung jüdischer Sportlerinnen und Sportler für die Entwicklung des modernen Sports in Deutschland. Im Rahmen der Ausstellung boten die Veranstalter und Kooperationspartner ein vielfältiges Begleitprogramm mit Vorträgen, Podiumsdiskussionen, Führungen und digital unterstützten Rundgängen für Jugendliche an.



Ausstellung „Zwischen Erfolg und Verfolgung“ auf dem Überwasserkirchplatz

FRIEDENSBLOG UND SOCIAL MEDIA

Am 11. Januar 2021 gingen der Friedensblog „Frieden durch Dialog“ und der zugehörige Instagram-Account @frieden_durch_dialog online. 2021 hat Anne Schmidt vom Friedensbüro bei Münster Marketing in 34 Blogbeiträgen und 80 Instagram-Posts Projekte zum Thema Frieden begleitet und so abbilden können, wie vielfältig die Aktivitäten in Münster in diesem Bereich sind. Auch zu allen Formaten, die auf diesen Seiten zu finden sind, wurden Blogbeiträge verfasst.



www.frieden-durch-dialog.de

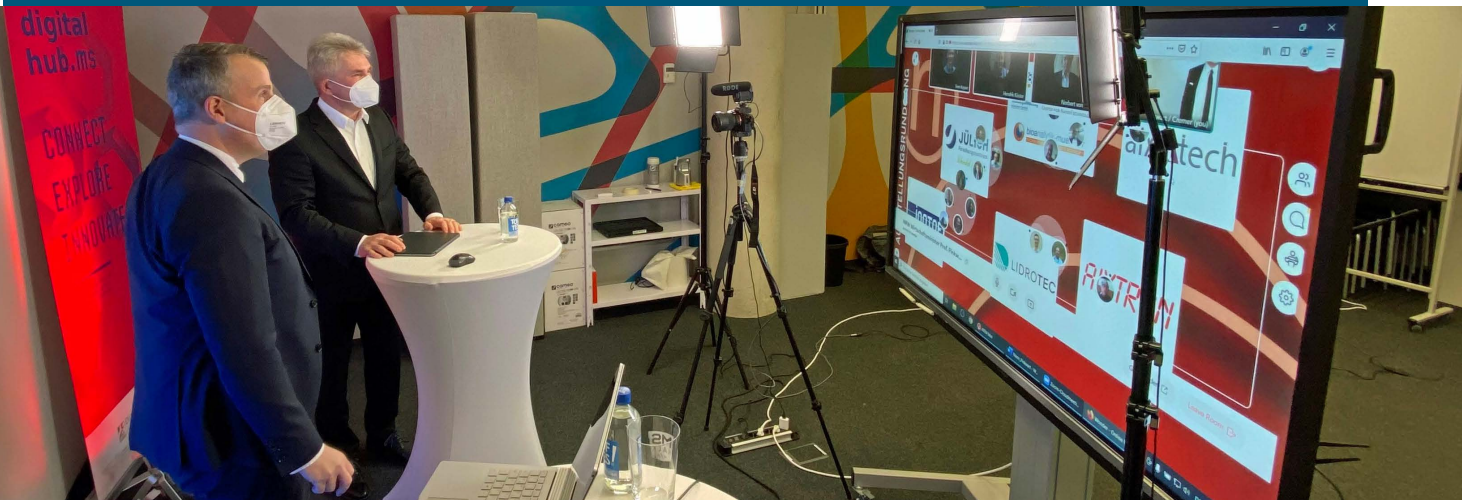
375 JAHRE WESTFÄLISCHER FRIEDEN – JUBILÄUM 2023

Wie kaum ein anderes Ereignis ist der Westfälische Frieden mit der Stadt Münster verbunden. 2023 jährt sich zum 375. Mal der Friedensschluss von 1648. Gemeinsam mit dem Arbeitskreis „1648 - Dialoge zum Frieden“ haben wir ein Grundkonzept für ein Veranstaltungsprogramm von Mai 2023 bis Oktober 2023 erarbeitet und dieses als öffentliche Beschlussvorlage dem Rat in seiner Sitzung am 15. Dezember 2021 vorgelegt.

Gemeinsam mit Partnerinnen und Partner, Hochschulen, städtischen Institutionen - wie dem Stadttheater, Stadtarchiv oder Stadtmuseum - sowie der Stadt Osnabrück und mit der Zivilgesellschaft soll das Jubiläumsjahr 2023 zu einem über die Stadtgrenzen hinaus wahrnehmbaren Ereignis gemacht werden. Dafür gilt es auch, neben den vorhandenen Eigenmitteln vor allem weitere Sponsoren und Unterstützer*innen zu gewinnen.

WISSENSCHAFTSSTADT

Foto Martin Rühle



MÜNSTERS ALLIANZ FÜR WISSENSCHAFT

Nachdem Professor Hans-Uwe Erichsen am 13. August 2020 offiziell als Vorsitzender des Strategiausschusses Wissenschaft verabschiedet worden war, übernahm Professor Norbert Sachser von der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster diese wichtige Aufgabe: In diesem Gremium wird zwischen Universität, FH Münster und Stadt die Zusammenarbeit in Münsters Allianz für Wissenschaft abgestimmt.

NANOBIOANALYTIK

9. NRW-Nanokonferenz

Auch in Zeiten der anhaltenden COVID-19-Pandemie war Münster Austragungsort hochkarätiger Kongresse. Mit Unterstützung von Münsters Allianz für Wissenschaft und des Kongressbüros bei Münster Marketing fand vom 21. bis zum 23. April 2021 die 9. NRW-Nanokonferenz statt. Der wichtigste Szenetreff der Nanotechnologie-Branche in Deutschland fand mit etwa 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern digital statt. Am 22. April 2021 kam NRW-Wissenschaftsminister Professor Andreas Pinkwart in den Digital Hub münsterLand in Münsters Stadthafen 1 für einen Besuch auf der NRW Nanokonferenz: Gemeinsam mit Oberbürgermeister Markus Lewe besuchte er virtuelle Messestände. Aus Münster präsentierten sich hier das Center for Nanotechnology (CeNTech), die Technologieförderung Münster, die Gesellschaft für Bioanalytik Münster sowie das Unternehmen ION TOF GmbH.

Internationale Tagung „JEELS 2020“

Vom 30. August bis zum 2. September 2021 fand in Münster die internationale Tagung „JEELS 2020“ (sie wurde auf 2021 verschoben) statt, hier steht die Elektronenmikroskopie im thematischen Fokus. Das Organisationsteam unter Leitung von Professor Helmut Kohl vom Physikalischen Institut der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster wurde wie auch die NRW Nanokonferenz durch Münsters Allianz für Wissenschaft und das Kongressbüro bei Münster Marketing unterstützt.

CeNTech Science Breakfast

Als wichtiger Ort für die Vernetzung der Nanotechnologie-Szene in Münster hat sich mittlerweile der „CeNTech Science Breakfast“ etabliert. Am 6. Oktober 2021 standen im Konferenzraum des Centers for Nanotechnology Trends in der Nanotechnologie, die Forschungsfertigung Batteriezelle sowie die Entwicklung funktionaler Materialien im Mittelpunkt der Vorträge aus Wissenschaft und Praxis.

DIALOGE ZUM FRIEDEN

Jubiläum 500 Jahre Bibelübersetzung – „Welt übersetzen - Festival der Sprache“
Kooperation der Städte Eisenach und Münster

Im Jahr 2022 jährt sich Luthers Übersetzung des Neuen Testaments zum fünfhundertsten Mal. Anlässlich dieses Jubiläums „500 Jahre Bibelübersetzung“ kooperieren die Lutherstadt Eisenach und die Stadt des Westfälischen Friedens Münster und planen für 2022 unter dem Motto „Welt übersetzen“ ein „Festival der Sprache“ mit dem Ziel, sich aus unterschiedlichen Perspektiven – im politischen, literarischen oder medialen Kontext – mit der „Kraft der Sprache“ auseinanderzusetzen.

Am 8. Oktober 2021 unterzeichneten die Projektträger, darunter Oberbürgermeister Markus Lewe und der Prorektor für Transfer der Westfälischen Wilhelms-Universität, Prof. Dr. Michael Quante, im Eisenacher Rathaus einen „Letter of Intent“, der ihren Willen zur gemeinsamen Umsetzung des vielfältigen Programms bekräftigt. Der Arbeitskreis „1648 - Dialoge zum Frieden“ hat sich des Themas angenommen und plant u. a. eine Schülerakademie als Exkursion nach Eisenach, ein diskursives Literatur-Gespräch sowie einen Vortragsabend zur „Politik-Sprache“ mit Prof. Dr. Norbert Lammert im Rathausfestsaal.

NACHHALTIGE STADTENTWICKLUNG

Siehe Seite 21: CorrensLab und Gesunde Stadt

KOMPETENZZENTRUM HUMANITÄRE HILFE

Studierende des Masterprogramms "Joint Master's Programme in International Humanitarian Action" des Network on Humanitarian Action (NOHA) aus Bochum waren am 3.12.2021 zu Besuch im Friedenssaal.

Mit Unterstützung des Wissenschaftsbüros führte das Kompetenzzentrum Humanitäre Hilfe der FH Münster ein Seminar zum Friedenssicherungsrecht und humanitären Völkerrecht durch. Internationale Masterstudierende aus mehr als 18 Partneruniversitäten trafen unter der Leitung von Prof. Dr. Joachim Gardemann im Rathausfestsaal zusammen, um über das Thema Gesundheit in Krisen und Katastrophen zu diskutieren. Bürgermeisterin Angela Stähler empfing die Studierenden im Friedenssaal und gab ihnen einen Einblick in die historische Bedeutung des Ortes.

HOCHSCHULTAG

Der 22. Hochschultag Münster fand pandemiebedingt 2021 erneut rein digital statt. Über 7.000 Studieninteressierte nahmen die Angebote der Westfälischen Wilhelms-Universität (WWU), der FH Münster, der Katholischen Hochschule NRW (KatHo), der Kunstakademie sowie der Stadt Münster, des Studierendenwerks, der Philosophisch-Theologischen Hochschule (PTH) und der Stadtwerke Münster wahr. Neben digitalen Lehrveranstaltungen, Informationsveranstaltungen zu verschiedenen Studiengängen und digitalen Institutsführungen konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in persönlichen Beratungsgesprächen ihre unterschiedlichen Fragen zum Studieren und Leben in der Wissenschaftsstadt Münster stellen.



1 Beteiligte an dem Projekt „Jubiläum 500 Jahre Bibelübersetzung“ 2 Studierende des Masterprogramms "Joint Master's Programme in International Humanitarian Action" 3 Realexperiment CorrensLab

STRATEGISCHE KOMMUNIKATION UND PARTIZIPATION



*In der Kommunikation von Münster Marketing spielen Beteiligung und Partizipation eine maßgebliche Rolle. Das ergibt sich quasi zwangsläufig aus dem Auftrag: Die Markenkommunikation ist ohne die Einbindung der Bewohner*innen ebenso unmöglich wie die Identitäts- und Markenbildung der Stadt selber. Marke, wenn man diesen für eine Stadt nicht ganz passenden Begriff wählen will, ist das, was die Menschen mit ihrer Stadt verbinden und wohin sie ihre Stadt gerne entwickeln wollen.*

Konsequenterweise haben wir daher 2021 die Organisation des Eigenbetriebs verändert und den neuen Geschäftsbereich „Strategische Kommunikation und Partizipation“ eingerichtet - ohne dass dafür gesonderte Personal- oder Finanzressourcen bereitgestellt wurden.

Als dessen Leiterin konnte Eva-Maria Jazdzejewski gewonnen werden, deren Expertise in Moderation, Mediation und kreativ-künstlerischer Umsetzung von Beteiligung, Partizipation und Aktivierung ein Glücksfall für Münster Marketing darstellt.

Beteiligung und Partizipation sind keine thematisch eigenständigen Arbeitsfelder, sie sind vielmehr integraler Bestandteil der Arbeit aller Bereiche bei Münster Marketing, sie sind nicht Technik, sondern Haltung und sollen die Arbeit in allen anderen Themenfeldern des Betriebs, aber auch darüber hinaus in der Stadtplanung und bei Mobilität und Tiefbau qualifizieren und vor allem auf die Teilhabe ausrichten.

Die neuen Qualitäten sind im vergangenen Geschäftsjahr bereits dem Innenstadtentwicklungskonzept (INSEK), den Reallaboren, dem Quartiersmanagement und vielen anderen Partizipationsformaten zugutegekommen und sollen die DNA von Münster Marketing weiter in diese Richtung bewegen. Auch auf Bundes- und Landesebene wird inzwischen erkannt, dass Mediations- und Moderationskompetenz und integriertes Arbeiten über Ämter und Dezernate hinaus zu Erfolgsfaktoren der Arbeit der Stadtverwaltung in allen Transformationsprozessen werden.

ORGANIGRAMM MÜNSTER MARKETING



QUARTIERSMANAGEMENT

Seit 2020 gibt es das Quartiersmanagement bei Münster Marketing. Das somit noch recht junge Aufgabenfeld gehört mittlerweile zum neuen Geschäftsbereich „Strategische Kommunikation und Partizipation“. Im engen Schulterschluss mit dem Stadtplanungsamt geht es darum, die Außenstadtteile stärker in den Fokus der Stadtgesellschaft zu rücken, eine zukunftsfähige Entwicklung zu ermöglichen und dabei die ganz eigene Identität jedes einzelnen Stadtteils hervorzuheben.

Dass der größte Teil aller Münsteraner*innen in den Außenstadtteilen unserer Stadt zuhause ist, ist vielleicht nicht jedem und jeder bewusst. Und die Stadtteile wachsen stetig weiter. Umso wichtiger werden dabei unsere gleichermaßen vielfältigeren Aufgaben, von der intensiven Vernetzung in den Stadtteilen über die Unterstützung von Projekten aus der Bürgerschaft bis hin zu der Durchführung von kommunikationsstarken Beteiligungsformaten. Kurz auf den Punkt gebracht: Genauso wie die Stadtteile wachsen, wächst auch die Vielfältigkeit unserer Aufgaben.

Digital in Berg Fidel unterwegs: Kinder und Jugendliche entwickeln Ideen für ihren Stadtteil

Ausgestattet mit Tablets und der App #stadtsache erkundeten 100 Kinder und Jugendliche aus Berg Fidel kurz vor den Sommerferien ihren Stadtteil und sammelten Ideen für ein gutes Zusammenleben in Berg Fidel. An Kreativität mangelte es nicht: Zebrastreifen an viel befahrenen Straßen, begrünte Dächer, bunte Stromkästen, Spielgeräte für Menschen im Rollstuhl sowie mehr Bänke, Laternen und Fahrradstellplätze waren nur einige der vielfältigen Ergebnisse der jungen Stadtforscher*innen. Mit Hilfe der App #stadtsache und anhand von speziellen Fragen und Aufgaben konnten die Kinder und Jugendlichen ihre Fundstücke und Ideen standortgenau in Form von Fotos, Tonaufnahmen und Videos festhalten, ihre Bilder bearbeiten und Wege aufzeichnen. Die Ergebnisse wurden in eine interaktive Stadtteilkarte übertragen. Die Lerndesignerin und Bildungsjournalistin Anke Leitzgen, die die App entwickelt hat, begleitete die Sieben- bis Fünfzehnjährigen auf ihrer digitalen Expedition durch den Stadtteil.

Im Rahmen eines Spaziergangs und einer Ausstellung wurden die Ergebnisse im Herbst Oberbürgermeister Markus Lewe und Bezirksbürgermeister Wilfried Stein präsentiert. Das Projekt, koordiniert von Münster Marketing, der PRIMUS-Schule Berg Fidel-Geist und dem Stadtteilhaus Lorenz-Süd, geht 2022 in die nächste Phase: Aus den gesammelten Ideen sollen konkrete Maßnahmen für Berg Fidel aus dem Blickwinkel von Kindern und Jugendlichen umgesetzt werden. Diese wiederum fließen auch in das Integrierte Stadtteilentwicklungskonzept ein, das zurzeit vom Stadtplanungsamt mit den Bürger*innen vor Ort erarbeitet wird. Die Dokumentation der Ergebnisse der jungen Stadtforscher*innen inklusive Bilder, Videos und O-Töne ist hier zu finden:

www.stadtsache.de/bergfidel/doku



Foto: Anke Leitzgen

1

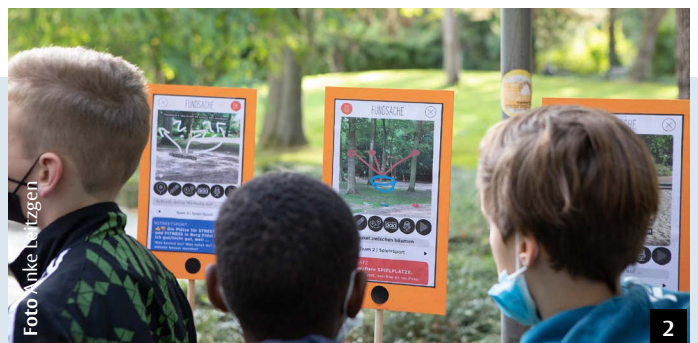


Foto: Anke Leitzgen

2



Foto: Julia Gründing

3



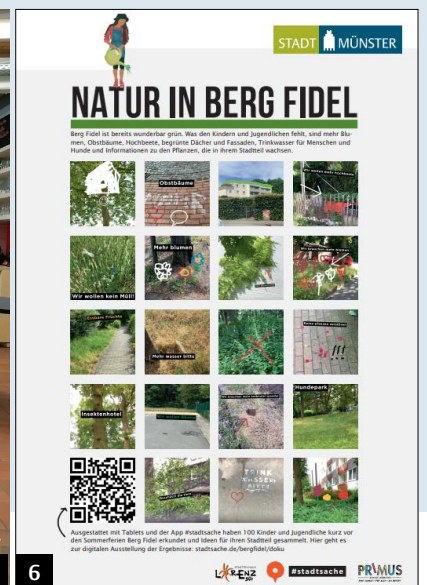
Foto: Julia Gründing

5



Foto: Julia Gründing

4



6

1 Schüler*innen und Lehrer*innen der PRIMUS-Schule Berg Fidel mit Oberbürgermeister Markus Lewe und Bezirksbürgermeister Wilfried Stein 2+3 Kinder und Jugendliche unterwegs in Berg Fidel 4+5 Präsentation der Ergebnisse 6 Plakat zur Aktion

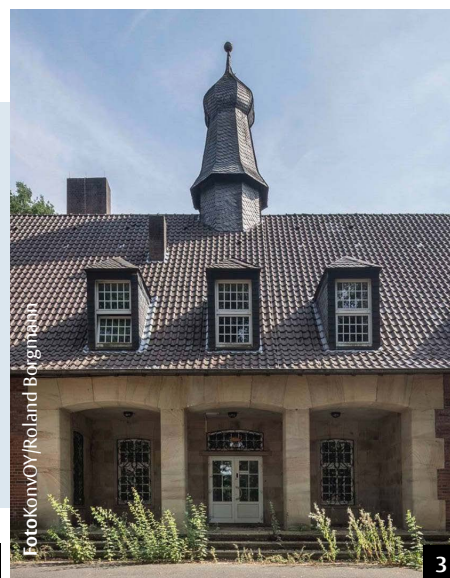
Weitere Projekte sind die Erstellung eines mehrsprachigen Erklär-Videos für die Haushaltebefragung „Leben und Wohnen in Berg Fidel“ in Deutsch, Englisch und Arabisch und der Zentrenfonds, mit dessen finanzieller Unterstützung auch in den Stadtteilzentren interessante Projekte angestoßen werden konnten - so z. B. die Einführung der "Netten Toilette" in Hiltrup und die Anschaffung einer mobilen Bühne im Stadtbezirk Südost.



www.youtube.com/watch?v=LuMNYPflA1Y

Bürgerhäuser im Oxford- und York-Quartier

Im vergangenen Jahr haben wir in einer dezernatsübergreifenden Projektgruppe daran gearbeitet, die Bürgerhäuser auf den Konversionsflächen weiter auf den Weg zu bringen. Das eine wird im Uhrenturmgebäude im Oxford-Quartier entstehen, das andere im ehemaligen Offizierskasino im York-Quartier. Für beide Quartiere stellt sich die gleiche Frage: Wie kann aus einem Gebäude, das auf eine komplexe Geschichte zurückblickt, ein lebendiger und inspirierender Ort für alle werden? Diese Frage gilt es zusammen mit allen Bürger*innen zu beantworten. Die 2021 von der Projektgruppe entwickelten umfangreichen Beteiligungsformate sollen im Frühjahr 2022 sowohl online auf www.muensterzukunft.de als auch vor Ort zum Einsatz kommen.



1 Uhrenturmgebäude im Oxford-Quartier 2 Sternzeichenzimmer im ehemaligen Offizierskasino im York-Quartier 3 Ehemaliges Offizierskasino im York-Quartier

Umgestaltung der Ortsmitte Amelsbüren

Nachdem über einen langen Zeitraum zusammen mit den Bürger*innen ein Entwicklungskonzept für Amelsbüren erarbeitet wurde, haben eine der Stadtteilkümmernissen des Stadtplanungsamtes und wir die Beteiligung zur Umgestaltung der Ortsmitte mit einem Büro für Landschaftsplanung organisiert und begleitet. Dabei sind verschiedene, von der Bürgerschaft und den politischen Vertreter*innen gestützte Projekte zur Umgestaltung der Ortsmitte entwickelt worden. Leider stehen bei den Umsetzungsämtern die personellen Ressourcen nicht im gewünschten Maße zur Verfügung, was auf Kosten der Umsetzungsgeschwindigkeit geht - für eine gute Beteiligung eine ziemliche Belastung.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT / ONLINE-MARKETING

Auch unsere Öffentlichkeitsarbeit basiert zu einem ganz großen Teil auf der Arbeit mit Partner*innen im Netzwerk. Wir kommunizieren die Ereignisse und Themen, die auf identitätsrelevante Inhalte des Stadtprofils einzahlen auch dann, wenn andere präsenter sind als die Stadt selbst. Und: Indem wir andere stark machen, stärken wir die Stadt!

Adventskommunikation

Mit der Adventskommunikation übernehmen wir alljährlich die regionale und überregionale Öffentlichkeitsarbeit für alle sechs Weihnachtsmärkte und für alle Veranstalter*innen, die sich in das Weihnachtsprogramm der Stadt einbinden wollen. In diesem besonderen Jahr haben die Kommunikationsmaßnahmen zu den Weihnachtsmärkten nur sehr eingeschränkt stattgefunden; wir haben uns mit allen Betreiber*innen darauf verständigt, nur sehr maßvoll zu werben und die Sicherheitsbedingungen in den Vordergrund zu stellen. Dank der Solidarität und der Vernunft aller Beteiligten ist es so gelungen, die Märkte bis zum Schluss offen zu halten und die Adventszeit in Münster zu etwas sehr Besonderem zu machen.



Dein Münsterland Moment

Da Corona auch in 2021 das Reiseverhalten beeinflusste und Urlaub im eigenen Land hoch im Kurs stand, wurde gemeinsam mit dem Münsterland e. V. die erfolgreiche Kampagne Dein MünsterLand Moment fortgesetzt. Von Anfang an längerfristig geplant, bot sie nun einen guten Instrumentenkasten, um die Urlaubskombination aus Stadt- und Landerlebnis zu kommunizieren und den Bekanntheitsgrad weiter zu steigern. Ein crossmedialer Mix aus Digitalkampagne, Anzeigen, Advertorials, Radiospots und Social Media rückte vom 17. Mai bis zum 24. Oktober 2021 die Landingpage Dein MünsterLand Moment mit 38 Inspirationen in den Focus.

www.deinmuensterlandmoment.de

Dein MünsterLand Moment
#dasguteleben

Papierflieger

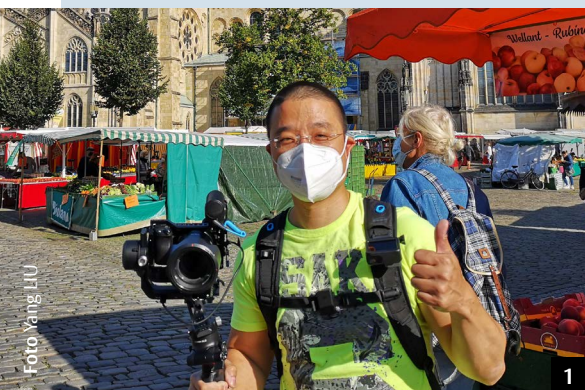
Der Filmemacher Simon Jöcker hat für unsere Social Media-Kanäle zwei sogenannte Papierfliegerfilme produziert. Eine Minidrohne, die auch zu extrem wendigen Flugmanövern in der Lage ist, simuliert den Flug eines Papierfliegers. Zwei Flugrouten gibt es:

- Über die Promenade entlang der Figuren des Eisenman-Brunnens und mit einer Landung im Korb eines fahrenden Fahrrads. <https://youtu.be/O49wi6xjETA>
- Durch die Bögen am Prinzipalmarkt hinein in die Bürgerhalle und in den Friedenssaal. https://youtu.be/77TS50_Dc64



Die poetischen Filme kamen bei unseren Followern sehr gut an und erreichten fast 100.000 Menschen.





1+2 Influencer Yang LIU auf dem Wochenmarkt 3 Blogartikel der Fahrradrabauken 4 CityZapper-Team unterwegs in Münster

Interesse von außen

Trotz der Pandemie hat sich auch 2021 eine bunte Mischung aus Reisejournalist*innen, Blogger*innen und Influencer*innen auf den Weg nach Münster gemacht, um über unterschiedliche Themen und Geschichten zu berichten. Wir haben sie eingeladen, begleitet und für sie Programme zusammen gestellt.

- Yang LIU, einer der größten Influencer auf TikTok und Weibo in China in Kooperation mit den Historic Highlights of Germany
- Julia Christian, Journalistin für SALON & BRIGITTE
- CityZapper: In Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus, der EUREGIO, CityZapper und den lokalen Instagrammern von Muenster.Moments wurde unter dem Kampagnennamen „German.Local.Culture“ die Stadt aus Sicht der münsterschen Instagrammer Muenster.Moments vorgestellt. Sie wurden von Münster Marketing als authentische Botschafter ausgewählt.
- Janis & Gary Tubbs vom Blog Ourworldforyou aus Großbritannien besuchten Münster im Advent.
- Thomas Hibrecht und Cengiz Ünal vom Youtube Kanal „The Travellers_on_youtube“
- Kasia und Wojtek Grabowski machten als polnische Influencer für ihren Blog Roadtripbus.pl auf Einladung des NRW Tourismus einen Roadtrip durch NRW.
- Bastian Rösler und Henrik Wiegmann als Fahrradrabauken und Anja Beckmann als TravelonToast berichteten im Rahmen der Kampagne Dein MünsterLand Moment in ihren Social Media-Kanälen über das Thema Fahrradfahren.
- Gruppenpressereise der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) mit internationalen Gästen aus den Arabischen Golfstaaten, aus Dänemark, Polen, Schweiz und Tschechien im Rahmen der Kampagne German.Local.Culture

MÜNSTERZUKÜNFTEN

Aus den MünsterZukünften 20 | 30 | 50 wird die MünsterZukunft

Die MünsterZukünfte wurden 2015 mit Gutes Morgen Münster zum Leben erweckt, ein Jahr später kam die Szenarioanalyse dazu und 2018 begannen die Arbeiten am Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK). Die Ergebnisse dieser drei Wege der MünsterZukünfte ergänzten sich kontinuierlich und profitierten voneinander. So vervollständigen sich die mittelfristigen Leitthemen des ISEK 2030 und die langfristigen Zielvorstellung der Szenarioanalyse gegenseitig. Gleichzeitig haben zahlreiche Sofortmaßnahmen (2020) bereits begonnen, ihre Wirkung zu entfalten, sei es durch die Zukunftsmacherinnen und Zukunftsmacher von Gutes Morgen Münster oder die begonnenen Maßnahmen des ISEK. Die Inhalte und Zeitschienen fließen zusammen und im Endeffekt ergibt sich ein schlüssiges Gesamtbild, weshalb wir von nun an nicht mehr von den Zukünften sprechen, sondern von der MünsterZukunft, die wir gemeinsam machen.

Einstimmiger Ratsbeschluss

Vor den Sommerferien am 23. Juni 2021 wurde eine umfangreiche Vorlage zu den bisherigen Ergebnissen und dem weiteren Vorgehen bei den MünsterZukünften in den Stadtrat eingebracht. Am 29. September 2021 mündete das dann in einen einstimmigen Ratsbeschluss. Dieser Ratsbeschluss ist kein Schlusspunkt des Prozesses, sondern vielmehr ein zentraler Meilenstein: So wird die Zukunftsstrategie, insbesondere auf Grundlage weiterer Stadtforen zu stadtzentralen Themen, weiter fortgeschrieben.

Mehr Themen und mehr Beteiligung online

Bereits 2020 wurden digitale Angebote zum Zukunftsprozess ausgebaut, um trotz der Pandemie transparent beteiligen zu können. Diese Entwicklung wurde dieses Jahr weiter ergänzt durch neue Zukunftsthemen (Innenstadt, Zukunftsquartiere), Formate (Zukunftsfragen), Projekte (Gesundheit in der nachhaltigen Stadt, Reallabor CorrensLab) und Beteiligungen (Kinder- und Jugendbeteiligung in Berg Fidel und Coerde, Begegnungshäuser im Oxford- und York-Quartier).

Für so viele Inhalte wurde die Struktur des digitalen Schaufensters angepasst und neue Funktionen eingeführt, um noch besser und anschaulicher (auch in einfacher Sprache) die Projekte und ihre Umsetzung aufzuzeigen und die Ergebnisse zu dokumentieren. So sind hier auch die Berichte zu finden sowie das Magazin No. 1 über die MünsterZukünfte im Überblick.



Website www.muensterzukunft.de

Stadtforen

Ein großes Anliegen ist es, die durch die Pandemie ausgesetzten Stadtforen wiederaufzunehmen. Trotz aller digitaler Angebote ist der unmittelbare Austausch der Menschen in Präsenz nicht zu ersetzen und so wurden die bereits vor der Pandemie begonnenen gemeinsamen Planungen für ein Stadtforum mit Akteuren aus dem Kulturbereich wieder aufgenommen. Unter dem Titel StadtKultur | KulturStadt sollte die gegenseitige Beziehung von Stadtentwicklung und Kultur in Bezug auf die Zukunft diskutiert werden. Leider musste die Veranstaltung trotz vollendeter Vorbereitungen im Interesse aller Beteiligten aufgrund des unerwartet dynamischen Pandemiegeschehens kurzfristig auf das nächste Jahr verschoben werden. Auch die Themen "Stadt in der sozialen Balance" und "Beteiligung weiter denken" finden somit 2022 statt.

www.muensterzukunft.de



CHANCEN UND RISIKEN



Der Eigenbetrieb Münster Marketing befindet sich in jeder Hinsicht in einem Prozess der Justierung, der Überprüfung von Routinen und der Neuausrichtung auf neue Anforderungen. In den klassischen Feldern Tourismus und Kongressmarketing bedeutet dies, dass alle bisherigen Strategien und Produkte überprüft und ggf. an neue Inhalte und vor allem neue Gästeerwartungen angepasst werden müssen. Nachhaltigkeit und Klimaschutz werden zudem als nicht diskutierbare Wertekriterien in jede Tourismusstrategie Eingang finden und sich in nachvollziehbaren Angeboten und Produkten am Standort niederschlagen müssen. Hier ist noch viel Überzeugungs- und Moderationsarbeit vor allem bei den Leistungsträgern (Hotels, Restaurants, Mobilität etc.) zu leisten. Das verlangt einen hohen personellen Einsatz.

Die Transformation der Innenstadt und auch der Stadtteilzentren, aber auch solche übergreifenden Themen wie Mobilität und Klimaschutz, sind in den bisher bekannten und lange bewährten Verwaltungsstrukturen nicht mehr zu bewegen oder gar zu beherrschen. Für die Innenstadt braucht es daher die Funktion des Zentrenmanagements, das in Münsters Stadtmarketing zwar bereits im Citymanagement vorhanden, aber nun unverzichtbar für den gesamten Transformationsprozess ist und mit einer Vielzahl weiterer, langfristiger Aufgaben einher geht. Wir werden die Innenstadt nur mit den Akteuren und den zahlreichen Anspruchsgruppen gemeinsam weiter entwickeln können, wir werden über viele schwierige Themen, wie z. B. Mobilität oder auch Nachtleben, professionell begleitete und organisierte Aushandlungsprozesse brauchen, damit wir zu Lösungen kommen. Diese sind ein integraler Bestandteil von Beteiligung, Dialog und Aktivierung von bürgerschaftlichem Engagement. Wir haben dies mit unserem City- und Quartiersmanagement, aber auch mit unserer Arbeit in den zahlreichen Netzwerken in langen Jahren erprobt. Wir sind darin erfolgreich und mit den Ergebnissen weit über Münster hinaus bekannt, werden aber ohne zusätzliches, geeignetes Personal und entsprechende finanzielle Ressourcen kaum in der Lage sein, die zahlreichen neuen Anforderungen zu erfüllen.

Dass sich die Bedarfe in der Stadtentwicklung grundlegend ändern, wird auch in Land und Bund bereits erkannt. Förderprogramme ermöglichen zusehends auch die Einsetzung von Personal. Das allein wird aber zur Erledigung der bereits jetzt bestehenden Aufgaben nicht ausreichen. Letztlich ist das auch nicht durch externe Büros zu leisten, die nur zeitweise vor Ort sind. Es braucht Menschen, die für die Moderation und die Koproduktion geeignet und ausgebildet sind, wenn man auch den Bewohner*innen gegenüber fair sein und den Anspruch der Beteiligung und Partizipation ehrlich umsetzen will.

Die Chancen des Eigenbetriebs Münster Marketing liegen gerade hier auf der Hand: Wir sind darin erfahren, geübt und erfolgreich Projekte in Prozessen gemeinsam mit den sehr verschiedenen Anspruchsgruppen, von der Stadtteilinitiative über Schulklassen bis zu Wirtschaftsverbänden und Wissenschaftler*innen, von Eigentümer*innen und Gewerbetreibenden bis zu Kulturinitiativen und Kirchen, umzusetzen und eine verlässliche, ehrliche und zielorientierte Zusammenarbeit mit ihnen zu organisieren. Wir freuen uns, dass dieses Talent inzwischen auch von vielen Partnerinnen und Partnern aus der Stadtgesellschaft, aber vor allem auch aus der Verwaltung, nachgefragt wird. Wir freuen uns, wenn dieser Bedarf ernst genommen und d. h. auch personell entsprechend mit Ressourcen hinterlegt wird. Sollte das nicht gelingen, liegt hier auch das Risiko für den Eigenbetrieb, der seine im Managementkontrakt festgelegten Aufgaben dann nicht angemessen erfüllen kann.

Ein weiteres Risiko besteht in der durch Personalengpässe und die Corona-Pandemie angewachsenen Rücklage. Sie ist vor allem ein Zeichen dafür, dass aufgrund der personellen und natürlich auch der pandemischen Situation weniger Projekte in die Umsetzung gehen. Es wäre daher ein Fehlschluss, die Finanzausstattung des Betriebs durch längerfristig gebundene Aufgaben, z. B. die Personalstelle Nachtbürgermeister über 2024 hinaus, zu reduzieren. Damit würden zwangsläufig die Handlungsfähigkeit von Münster Marketing und damit die Zielerreichung gefährdet.



Foto Dagmar Schwellen

AUSBLICK



*Visionen einer neuen zukunftsfesten Innenstadt in einer „Landkarte von morgen und übermorgen“
(Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. – bcscd)*

Auch das Jahr 2022 wird sich im Schwerpunkt der Zukunftsentwicklung der Innenstadt widmen. Das Innenstadtentwicklungskonzept (INSEK) findet Ende 2022 seinen Abschluss: Damit werden dann die Eckpfeiler der Innenstadtentwicklung in den kommenden Jahren verbindlich definiert und wichtige Umsetzungsprojekte beschlossen und in die Realisierungsphase überführt. Der Transformationsprozess der Innenstadt aber geht weiter. Wir werden auch in den Folgejahren u. a. an den vom Bundesministerium des Innern und für Heimat geförderten Konzepten mitarbeiten und vor allem dort tätig sein, wo es um die Zusammenarbeit mit den Menschen vor Ort und um die Sichtbarmachung von Potentialen und Möglichkeiten einzelner Stadträume geht. Also an Orten, die bislang wenig präsent sind und die vielleicht mehr können, als sie zurzeit bieten, oder an der Ertüchtigung von Flächen für ruhenden Verkehr zu attraktiven Aufenthaltsräumen. Wie immer tun wir das gemeinsam mit den Innenstadtakteuren und den Quartiersinitiativen.

Wir arbeiten an temporären Stadtraumveränderungen und sog. Reallaboren:

für den Verspoel | für das Kiepenkerlviertel (an der Apostelkirche) | für den Domplatz | für die Frauenstraße | für Orte, für die sich Menschen stark machen.

In der Hoffnung auf die Möglichkeit, mit Veranstaltungen auch wieder direkt Menschen zu erreichen, bereiten wir gemeinsam mit der Initiative Starke Innenstadt eine Neuauflage der **Hansetafel** vor - mit dem thematischen Europa-Kern ein hoch aktuelles und wichtiges Veranstaltungsformat.

Wir bringen die Wissenschaftsstadt mit dem Wissenschaftsfestival „**Schlauraum**“ vom 18. bis zum 24. Juni 2022 in die Stadt. Corona hat dessen Durchführung bereits zweimal verhindert. In 2022 soll nun endlich das Festival unter dem Thema „Grund:Wasser“ für jeden und jede anschaulich erlebbar machen, dass Münster eine Wissens-

und Wissenschaftsstadt ist. Die Hochschulen werden dem Element Wasser in allen seinen Facetten und aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven auf den Grund gehen. An besonderen Orten am, im und auf dem Wasser, rund um Münster und mitten in der Stadt wird Wissenschaft unterhaltsam präsentiert und lädt zum Mitmachen ein.

Auch das **Stadtfest Münster Mittendrin** und viele der größeren und schon traditionellen großen Veranstaltungen sollen in 2022 wieder stattfinden - und können es hoffentlich auch.

Im **Quartiersmanagement** fordern uns die Konversionsquartiere heraus. In Gremmendorf arbeiten wir gemeinsam mit anderen städtischen Ämtern an dem mehrjährigen Projekt, eine neue Mitte für Gremmendorf zu schaffen. Unsere Aufgabe dabei ist die Akteursbeteiligung, die den Entwicklungsprozess begleiten soll und die Zusammenarbeit mit Eigentümer*innen und Gewerbetreibenden.

Im **Tourismus** sind wir 2022 mit gleich zwei großen Zukunftsstrategien unterwegs: Für den Freizeittourismus entwickeln wir eine neue Tourismusstrategie, die sich auf die Anforderungen unserer künftigen Gäste einstellt. Nachhaltiger Tourismus und eine gezielte Ausrichtung unserer Angebote auf die Werteerwartungen der Gäste, eine gezielte Verbesserung und Verstärkung unserer bereits jetzt erfolgreich eingesetzten Produkte sollen dazu beitragen, unsere für Gäste attraktive Stadt zukünftig noch stärker als bisher auch für den klassischen Freizeittourismus stark zu machen.

Für den **Tagungs- und Kongressstandort** gilt Ähnliches: Wir gleichen die Stärken des Tagungsstandorts mit den Bedürfnissen der künftigen Anspruchsgruppen ab und stellen uns ehrlich den Fragen: Was für ein Kongressstandort können und wollen wir sein? Für wen wollen wir attraktiv sein und was müssen wir alle - jedes Hotel, das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland, aber auch Mobilitätsanbieter und andere Leistungsträger - dafür tun, um eine gute Position im Markt einnehmen zu können? Das tun wir in dem Projekt Future Meeting Space mit wissenschaftlichen Begleitern (Fraunhofer-Institut) und Branchenprofis (German Convention Bureau). Mit Ergebnissen aus diesem Prozess ist Anfang/Mitte 2023 zu rechnen.

2022 ist das Jahr, in dem das **Jubiläumsjahr „375 Jahre Westfälischer Friede“** konzipiert und vorbereitet wird. Der Eigenbetrieb Münster Marketing ist mit der Koordination und Umsetzung dieses Großereignisses betraut, an dem sich zahlreiche Institutionen, städtische Ämter wie das Theater Münster, das Stadtmuseum oder das Stadtarchiv ebenso beteiligen wie bürgerschaftliche Gruppen und die Hochschulen. Angesichts des Krieges in der Ukraine müssen zudem alle bisher festgelegten Programminhalte erneut einer kritischen Überprüfung und Reflexion unterzogen werden. Für die Vorbereitung dieses großen Projektes ist es erforderlich, dass in großem Umfang Personalressourcen des Betriebs eingesetzt werden, die notwendigerweise für andere Projekte nicht zur Verfügung stehen können. Das wird sowohl für das Jahr 2022 gelten, erst recht für das Jubiläumsjahr selbst.

Auch die Installation des neuen Aufgabengebietes **„Nachtbürgermeister*in“** ist für das Geschäftsjahr 2022 geplant. Gemeinsam mit den relevanten Anspruchsgruppen aus Gastronomie, Clubszene, Anwohner- und Eigentümerschaft, Polizei, Ordnungsamt und Personalamt wird zunächst das Stellenprofil für Münsters ersten Nachtbürgermeister oder der Nachtbürgermeisterin erarbeitet. Das sich anschließende Ausschreibungsverfahren wird sich angesichts des besonderen Anforderungsprofils ebenfalls von den üblichen Verfahren unterscheiden und muss daher in einem moderierten, mit allen Beteiligten abgestimmten Prozess neu entwickelt werden.

BEIRAT MÜNSTER MARKETING: ULRIKE RÖTTGER NEUE VORSITZENDE

Der Beirat Münster Marketing hat die Kommunikationswissenschaftlerin Prof. Dr. Ulrike Röttger zur neuen Vorsitzenden gewählt. Sie folgt Prof. Dr. Klaus Nierdrenk, der den Beirat von 2010 bis 2020 geleitet hat. Dem Gremium gehören 22 Vertreterinnen und Vertreter aus gesellschaftlichen Bereichen wie Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Umwelt, Tourismus, Marketing und Politik an. Der Beirat hat die Aufgabe, die Stadt bei der strategischen Ausrichtung des Stadtmarketings und bei Fragen der Stadtentwicklung zu beraten.



ORGANISATION / ORGANE / GREMIEN

DEZERNAT FÜR PLANUNG, BAU UND WIRTSCHAFT

Stadtbaurat Robin Denstorff

MÜNSTER MARKETING

Aufgabenbereiche: Kommunikation, Kooperation und Strategieentwicklung

33,21 Stellen | 3,9 Mio. € Umsatz

OB / Verwaltungsvorstand

Aufsicht und Steuerung

Betriebsausschuss Münster Marketing

Politische Steuerung und Aufsicht

Mitglieder (Stand 31.12.2021)

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

Susanne Schulze-Bockeloh (CDU)

Benedikt Spangenberg

(Bündnis 90/ Die Grünen/GAL)

Angela Stähler (CDU)

Dr. Georgios Tsakalidis (Internationale

Fraktion Die PARTEI/ÖDP)

Jana Windoffer (SPD)

Beirat Münster Marketing

Begleitung der Prozesse und Projekte

Mitglieder (Stand 13.08.2021)

Dr. Hermann Arnhold

Thomas Banasiewicz

Prof. Dr. Frank Dellmann

Klaus Ehling

Philipp Hagemann

Dr. Birgit Hagenhoff

Heinz-Georg Hartmann

Dr. Stefan Hörnemann

Dr. Benedikt Hüffer

Dr. Fritz Jaeckel

Markus Lewé

Dr. Britta Linnemann

Volker Nicolai-Koß

Klaus Richter

Prof. Dr. Ulrike Röttger, Vorsitzende

Jens Röttgering

Michael Schmitz

Ludger Schnieder

Prof. Dr. Petra Teitscheid

Sabine Terhaar

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 Sachsa

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Facharbeitskreis Nachhaltige Stadtentwicklung

Leiterin: Prof. Dr. Petra Teitscheid, FH Münster

Facharbeitskreis Body & Brain

Leiterin: Prof. Dr. Ulrike Röttger, Westfälische

Wilhelms-Universität Münster

Facharbeitskreis 1648 – Dialoge zum Frieden

Leiter: Prof. Dr. Alfons Kenkmann, Universität

Leipzig

Facharbeitskreis Bildung

Leiter: Prof. Dr. Ewald Terhart, Westfälische

Wilhelms-Universität Münster

Mitgliedschaften

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing

Deutschland e. V., German Convention Bureau,

Gesellschaft für Bioanalytik Münster e. V., Gesell-

schaft zur Förderung der WWU zu Münster e. V.,

Historic Highlights of Germany e. V., Münsterland

e. V., Städtebund „Die Hanse“, Tourismus NRW

e. V., Initiative Starke Innenstadt e. V. (ISI), VDVO

(Verband der Veranstaltungsorganisatoren e. V.)

Ausgewählte Kooperationen und Partnerschaften

Allianz für Wissenschaft

Allwetterzoo Münster

Arbeitsgruppe Frieden

Arbeitskreis kommunale Wissenschaftsbeauftragte

Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW

CeNTech

DEHOGA Westfalen

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Deutscher Tourismusverband

Einzelhandel

Festveranstalter

Flughafen Münster Osnabrück (FMO)

Freie Träger

Geheim over de Grens/Euregio

Gesellschaft für Bioanalytik Münster

Handelsverband

Handwerkskammer Münster (HWK)

Hochschulen

IHK Nord Westfalen

Immobilien- und Standortgemeinschaft Bahnhofs-

viertel e.V. (ISG)

Immobilieeigentümer

Initiative "Münster für Mehrweg"

Initiative starke Innenstadt e. V. (ISI)

Interessengemeinschaft der Marktbesucher e.V.

Kaufleute

Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag

Kongressinitiative ^{MS}

Kultureinrichtungen

Max-Planck-Institut

Messe und Congress Centrum Halle Münsterland

Mitglieder WIN

Münsteraner Friedenskonvokation

Münsterland e. V.

Museen

Nano-Bioanalytik-Zentrum Münster

Netzwerk EKS

Quartiersgemeinschaften

Regionalausschuss Wirtschaft

Religionsgemeinschaften

Runder Tisch der Festveranstalter

Runder Tisch der Hoteliers

Runder Tisch der Innenstadtkaufleute

Schaustellerverband Münsterland

Städtische Ämter und Einrichtungen

Stadtteilinitiativen

Stadtwerke Münster

Steuerungsgruppe "Fairtrade Town Münster "

Studierendenwerk

Technologieförderung

Theater

Tourismus NRW e.V.

Universitätsklinikum Münster

Weihnachtsmarktbetreiber

Wirtschaftsförderung Münster

ZdI Zentrum m³ MINT Münster

Zivilgesellschaftliche Akteure

BILANZ ZUM 31.12.2021

Die vorstehende Bilanz zum 31.12.2021 und die Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1.1. - 31.12.2021 stellen einen Auszug aus dem Jahresabschluss zum 31.12.2021 von Münster Marketing dar. Der vollständige Jahresabschluss zum 31.12.2021 und der Lagebericht für das Geschäftsjahr 2021 von Münster Marketing wurden von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Meier und Kossen GmbH mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

MÜNSTER MARKETING BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2021

AKTIVA

A. Anlagevermögen

I. Immaterielle Vermögensgegenstände	24.237,99 €
II. Sachanlagen	7.528,66 €
III. Finanzanlagen	449.293,82 €
	481.060,47 €

B. Umlaufvermögen

I. Vorräte	52.902,58 €
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	45.612,81 €
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.787.665,15 €
	1.886.180,54 €

C. Rechnungsabgrenzungsposten	324,08 €
-------------------------------	----------

2.367.565,09 €

PASSIVA

A. Eigenkapital

I. Stammkapital	25.000,00 €
II. Rücklagen	796.572,22 €
	821.572,22 €

B. Rückstellungen	479.064,99 €
-------------------	--------------

C. Verbindlichkeiten	1.065.753,38 €
----------------------	----------------

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

2.367.565,09 €

MÜNSTER MARKETING GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2021

1. Umsatzerlöse	391.001,55 €
2. Zuweisungen und Zuschüsse	3.545.333,14 €
3. Sonstige betriebliche Erträge	12.799,85 €
	3.949.134,54 €

4. Materialaufwand	274.411,04 €
--------------------	--------------

5. Personalaufwand	2.279.181,44 €
--------------------	----------------

6. Abschreibungen	11.641,26 €
-------------------	-------------

7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.287.109,66 €
---------------------------------------	----------------

8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	443,60 €
---	----------

9. Ergebnis vor Steuern	97.234,74 €
-------------------------	--------------------

10. Steuern von Einkommen und Ertrag	- 7.405,63 €
--------------------------------------	--------------

11. Jahresüberschuss	104.640,37 €
----------------------	---------------------

12. Entnahmen aus Gewinnrücklagen	320.000,00 €
-----------------------------------	--------------

13. Einstellung in die Rücklage	- 424.640,37 €
---------------------------------	----------------

14. BILANZGEWINN	- €
------------------	------------

Impressum

Herausgeber:
Stadt Münster | Münster Marketing
Telefon: 0251 492 - 2701
marketing@stadt-muenster.de
www.marketing.muenster.de

Konzept und Gestaltung:
Sabine Stermann | www.stermann-design.de
Titel: Peter Leßmann

Druck: LUC GmbH



www.tourismus.muenster.de

 [muenstermarketing](#)

 [exploremuenster](#)

 [exploremuenster](#)