



Eigenbetrieb Münster Marketing

Aufgabenstellung, Organisation,
Finanzierung

Bernadette Spinnen, Leiterin Münster Marketing

“

*Stadtmarketing arbeitet an der
Kommunikation der Stadt.*

Die Stadt spricht

- ▶ durch ihre Gestalt (bauliches Gesicht, Sauberkeit, Aufenthaltsqualität)
- ▶ durch das, was im öffentlichen Raum passiert (Feste, Veranstaltungen, Demos)
- ▶ durch das, was ihre Bewohner/innen jeden Tag erzählen und äußern
- ▶ durch ihre eigene Kommunikation

“

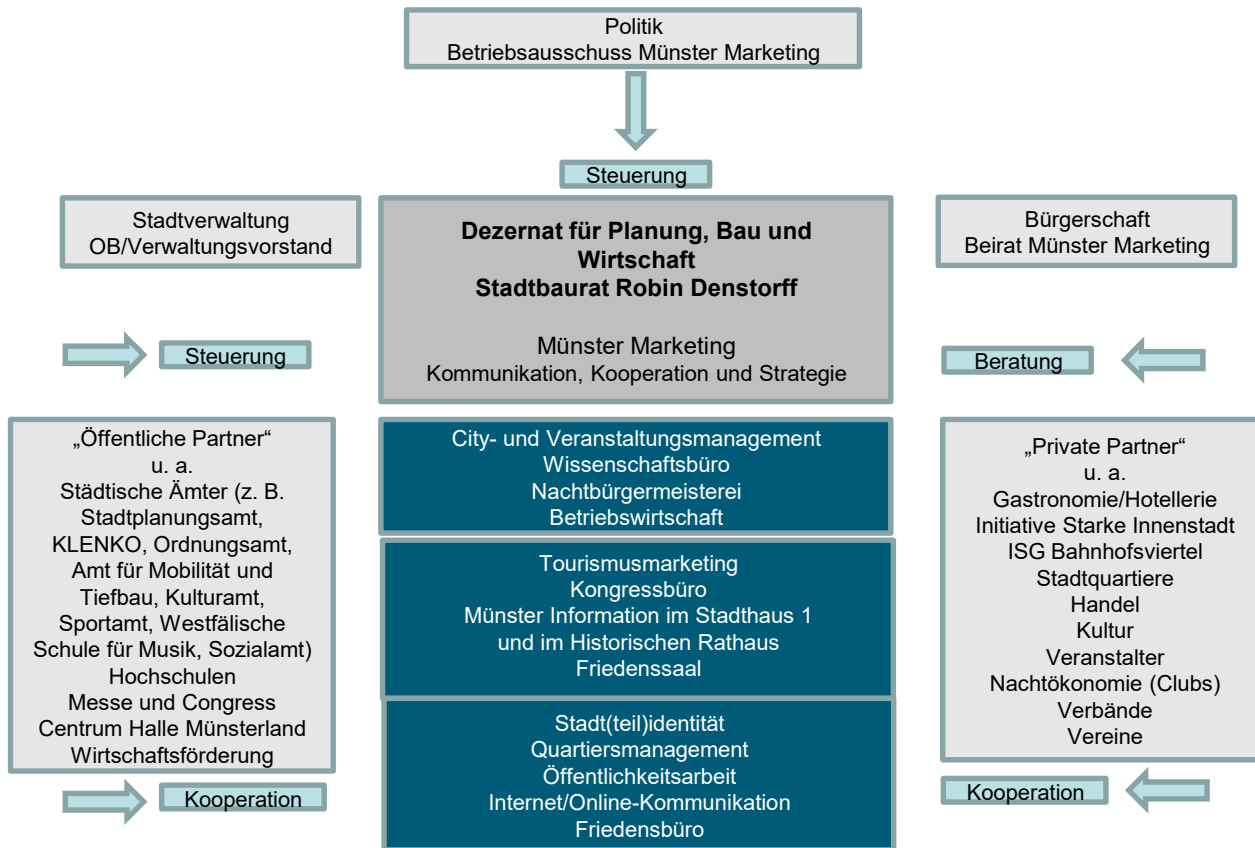
Stadtmarketing arbeitet daran, möglichst viele Bewohner/innen und Gäste an die Stadt zu binden, sie zum Teil werden zu lassen. Deren Erfahrungen ergeben das Profil der Stadt (die Marke).



Die Arbeitsweise

Übersektoral und kooperativ





Betriebsleitung Münster Marketing

Sekretariat

Wissenschaftsbüro

City- und
Veranstaltungsmanagement

Strategische Kommunikation
und Partizipation

Touristik- und
Kongressmarketing
Stadtinformation

Citymanagement
Nachtbürgermeisterei

Veranstaltungsmanagement

Betriebswirtschaft

Stadt(teil)identität und
Quartiersmanagement

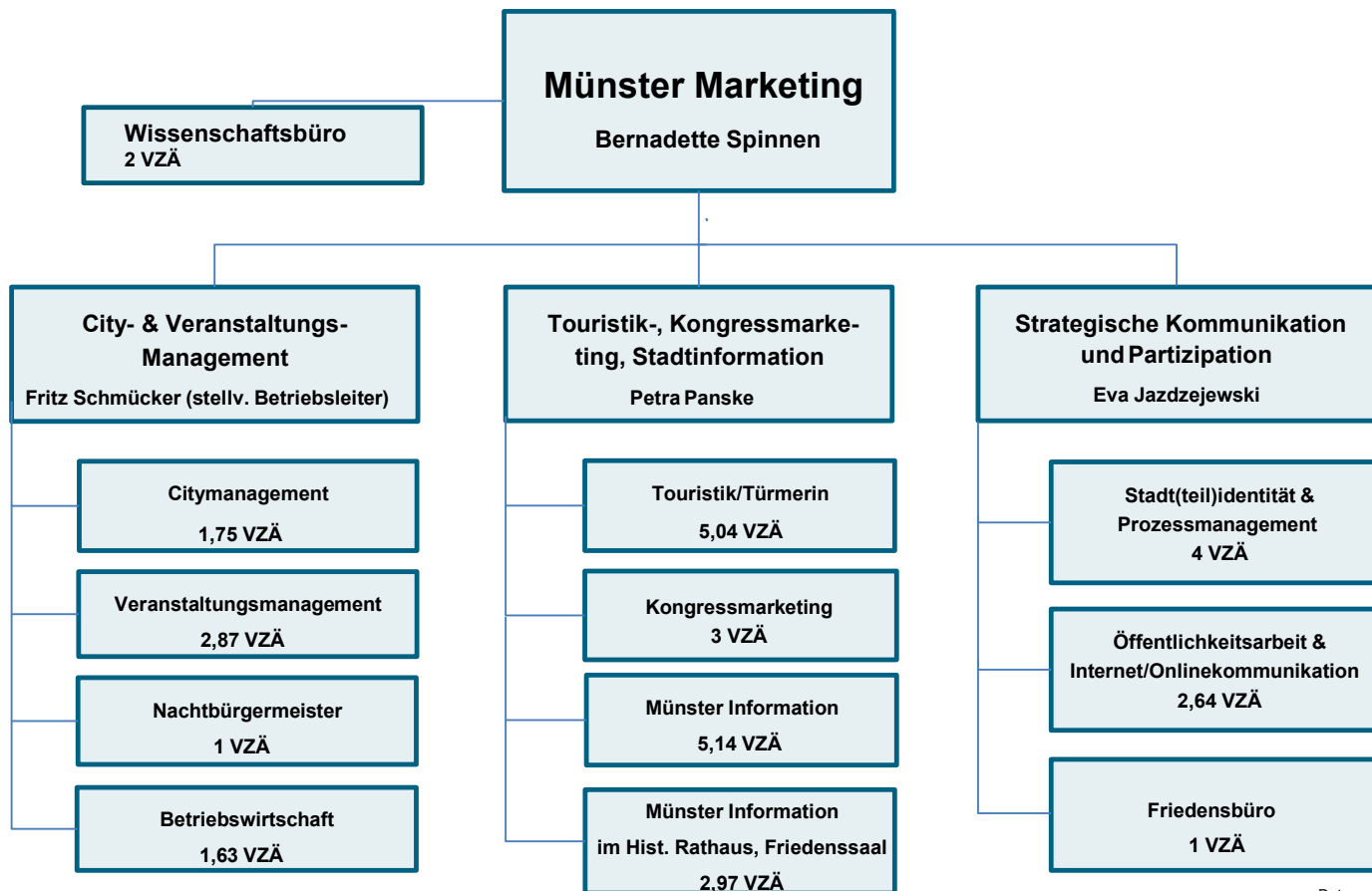
Öffentlichkeitsarbeit und
Internet/Online-Kommunikation

Friedensbüro

Touristik und Kongressbüro

Münster Information im
Stadthaus 1

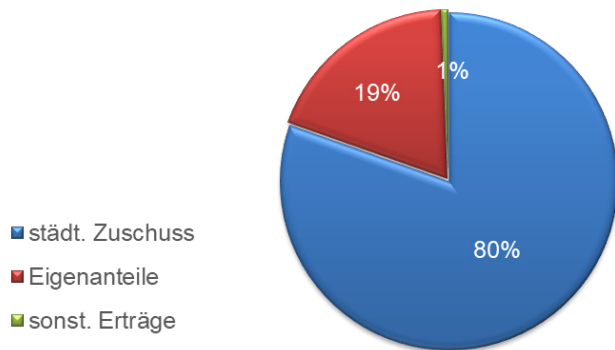
Münster Information im Hist.
Rathaus, Friedenssaal



Erträge Wirtschaftsplan 2026

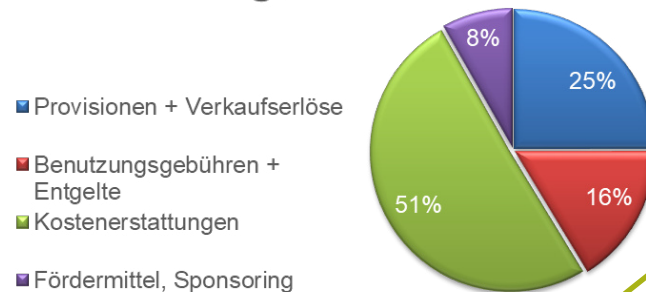
Gesamterträge	4.850.378 €
städt. Zuschuss	3.899.778 €
Eigenanteile	920.400 €
sonstige Erträge	30.200 €

Gesamtfinanzierung



Aufschlüsselung Eigenanteile	920.400 €
Provisionen + Verkaufserlöse	230.000 €
Benutzungsgebühren + Entgelte	150.000 €
Kostenerstattungen	465.400 €
Fördermittel, Sponsoring	75.000 €

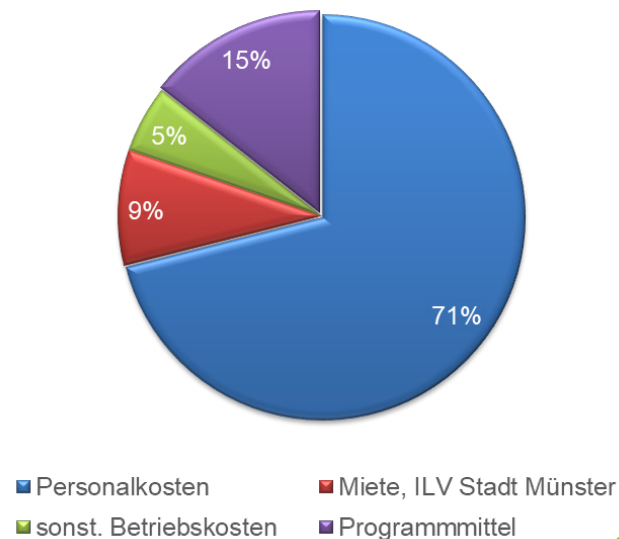
Eigenanteile



Aufwendungen Wirtschaftsplan 2026

Budgetvolumen	5.020.927 €
Personalkosten	3.567.569 €
Miete	166.978 €
Leistungsverrechnungen (Stadt Münster, Citeq)	296.364 €
Sonstige betriebliche Aufwendungen	268.556 €
Abschreibungen, Steuern	17.920 €
Zuschüsse	36.000 €
Programmmittel	721.460 €

Budgetstruktur



Mittelfristiger Vermögensplan 2026 - 2030

(Ausschnitt)

	Plan 2026 EUR	Plan 2027 EUR	Plan 2028 EUR	Plan 2029 EUR	Plan 2030 EUR
Finanzmittel am 01.01.	776.067	584.288	477.069	382.859	302.563
Jahresergebnis	-198.699	-114.139	-101.130	-87.216	-72.352
Saldo sonstiger Ein-/Auszahlungen	6.920	6.920	6.920	6.920	6.920
Cash-Flow	-191.779	-107.219	-94.210	-80.296	-65.432
Finanzmittel am 31.12.	584.288	477.069	382.859	302.563	237.131

Was wir tun...

Wissenschaftsbüro

- ▶ Netzwerkmanagement in der Allianz für Wissenschaft
- ▶ Wissenschaftskommunikation (Schlauraum, ...)
- ▶ Wissenschaft für Stadt(bevölkerung) übersetzen und in Wert setzen
- ▶ Stadtentwicklung (Modellquartiere, „MünsterZukünfte“)



City- und Veranstaltungsmanagement

- ▶ Innenstadtbüro: Netzwerkknoten in der Verwaltung
- ▶ Kooperative Innenstadtentwicklung mit den Akteuren (Isl, ISG, Runder Tisch Innenstadt)
- ▶ Kommunikation von Innenstadtentwicklungsthemen (Domplatzoase, Reallabore – z. B. Hörsterstraße, temporäre Platzinszenierungen)
- ▶ Veranstaltungen
- ▶ Begleitung von Präventivmaßnahmen und Konfliktlösungen im Bereich des Nachtlebens











Strategische Kommunikation und Partizipation

► Friedensbüro (1 Stelle)

- Lebendige Weiterentwicklung des Erbes des Westfälischen Friedens
- Netzwerkknoten auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene
- Vergabe von Fördermitteln in Kooperation mit der AG Frieden
- Profilbildenden Veranstaltungen und Programmreihen
- Betreuung des Europäischen Kulturerbesiegels
- Strategische Themenkommunikation und Wissensvermittlung



► Zentren-, Quartiers- und Stadtteilmanagement

- Bindeglied zwischen Stadtteilen und Stadtverwaltung
- Kooperative Unterstützung von Stadtteilprojekten und Bürgerbeteiligungsprozessen
- Stärkung von Stadtteilidentitäten
- Aufbau und Unterstützung ehrenamtlicher Strukturen und Quartiersgemeinschaften
- Begleitung von Stadtteilentwicklungsprozessen



► Öffentlichkeitsarbeit, Internet, Online-Kommunikation

- Koordination und Umsetzung der Kommunikation zu den profilgebenden Veranstaltungen und Projekten von Münster Marketing (Hansemahl, Schlauraum, Schauraum, Dialoge zum Frieden, Advent...)
- Auslandsmarketing in Kooperation mit Partnern
- Pflege und Weiterentwicklung der Webseite von Münster Marketing
- Digitale Kommunikation/Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- Kooperationen mit Influencern

- ▶ MünsterZukünfte
- ▶ Standortstrategie (Wirtschaft)
- ▶ Begleitende Kommunikation (Klimastadt, Baustellenkommunikation...)
- ▶ Auslands-, Online- und Social Media-Marketing

► Klimastadtprozess

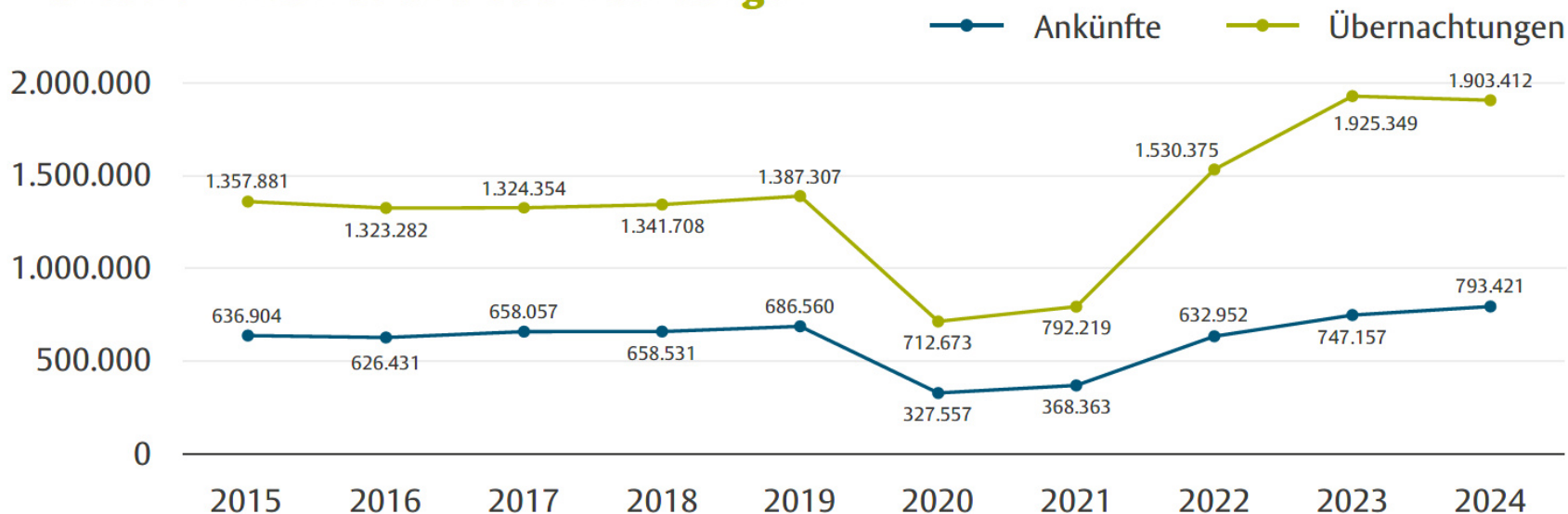


Touristik

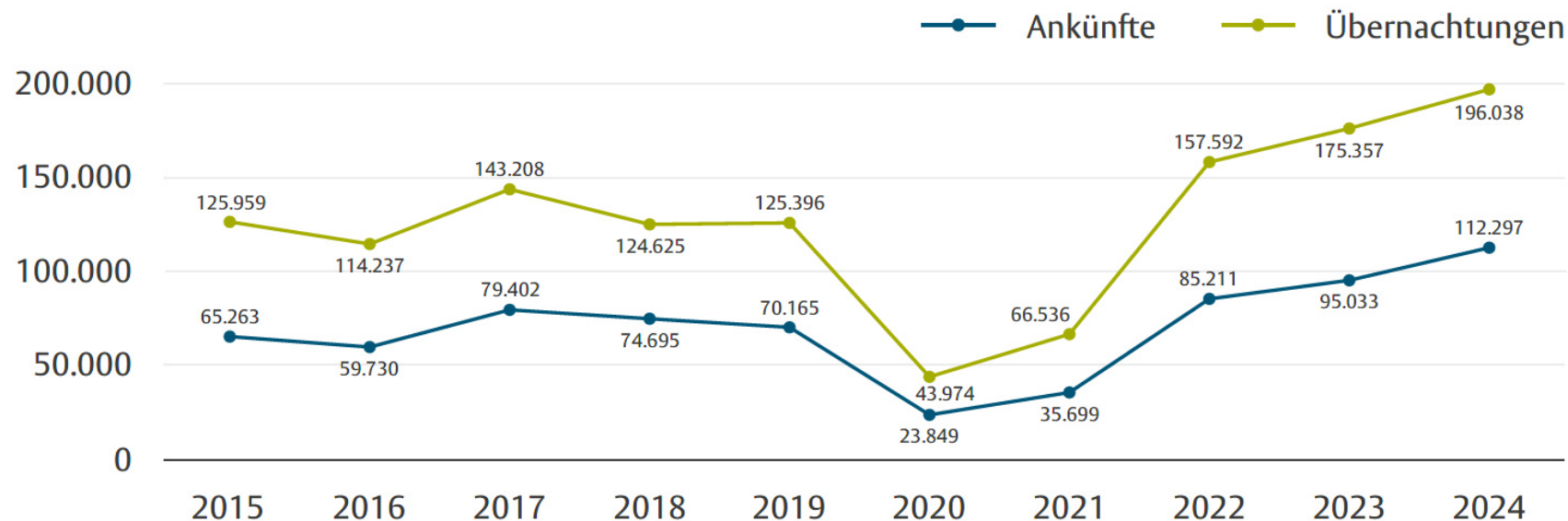
- ▶ Münster Experience – Tourismus- und Kongress-Strategie für Münster
- ▶ Kooperationen mit touristischen Partnern
- ▶ Kooperation mit dem Münsterland e. V.
- ▶ Zimmervermittlung
- ▶ Erstellung von Printprodukten, z. B. Explore Magazin
- ▶ Auslandsmarketing
- ▶ Perspektivboard

Ankünfte und Übernachtungen 2015 bis 2024

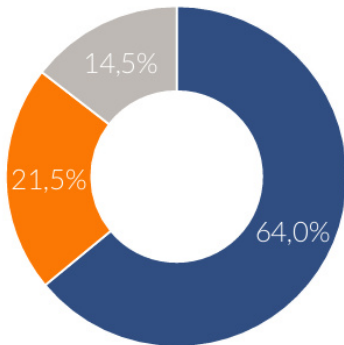
Münster: Ankünfte und Übernachtungen



Münster: Ankünfte und Übernachtungen Auslandstourismus

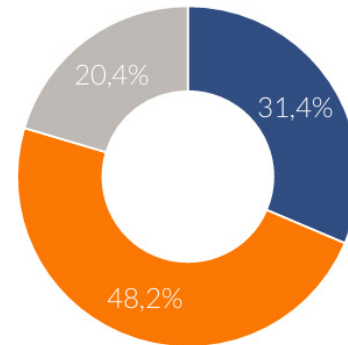


Direkte Profiteure des Tourismus

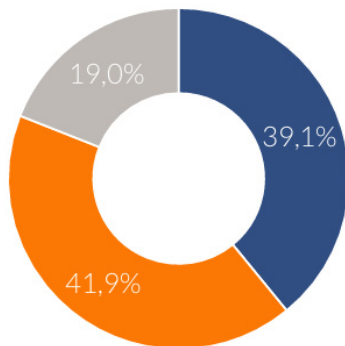


Übernachtungsgäste
273,1 Mio. €

Tagesgäste inkl. VFR
893,1 Mio. €



GESAMT 1.166,2 Mio. €



Gastgewerbe

455,4 Mio. €



Einzelhandel

488,9 Mio. €



Dienstleistungen

221,9 Mio. €

Quelle: dwif 2024

► Magazin Explore Münster



Kongressbüro

- ▶ Münster Experience – Tourismus- und Kongress-Strategie für Münster
- ▶ Profilierung des Kongressstandortes mit dem Netzwerk „Kongressinitiative Münster“
- ▶ Auslobung des Kongresspreises Münster
- ▶ Nationale und internationale Positionierung des Kongressstandortes durch die Kooperation mit dem German Convention Bureau (GCB)
- ▶ Virtueller Kongress- und Tagungsguide (Location Finder)
- ▶ Betreuung von Tagungen und Kongressen (150 – 200 pro Jahr)
- ▶ Digitalisierung über Open Data / Data Hub NRW

► Verleihung Kongresspreis 2023



► Location-Finder



Stadtinformation

- ▶ Betrieb von zwei Stadtinformationsstellen: Münster Information im Stadthaus 1 und Münster Information im Historischen Rathaus
- ▶ Persönliche, schriftliche und telefonische Informationen und Bereitstellung von digitalen Informationen für Gäste der Stadt
- ▶ Ticketing für touristische und kulturelle Veranstaltungen, z. B. Stadtführungen und Rundfahrten



Smart City

- ▶ Host für die Smart City-Einheit
- ▶ Neukonzeption und Integration in Verwaltungsstrukturen
- ▶ Verstärkung der digitalen Beteiligungsplattform
- ▶ Unterstützung von Ämterprojekten, u.a. Tourismus
- ▶ Implementierung von begonnenen Projekten, z. B. Urbane Datenplattform