

Niederschrift

über die 3. Sitzung (öffentlicher Teil)
des Werksausschusses Münster-Marketing
am Dienstag, **24.05.2005**, 18:00 Uhr,
Rjasan-Zimmer, Stadtweinhaus, Prinzipalmarkt 8-9, 48143 Münster

Anwesend waren:

von der CDU-Fraktion

Sybille Benning, Robert Otte, Ursula Schaffstein, Dr. Wolfgang Weikert in Vertretung von Frau Wendland, Helga Welker

von der SPD-Fraktion

Helmut Hamsen, Klaus Peter Pflüger in Vertretung von Herrn Bercht, Wendela-Beate Vilhjalms-son

von der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen/GAL

Dr. Stephan Nonhoff in Vertretung von Herrn Klas, Carsten Peters

von der FDP-Fraktion

Heinrich Götting in Vertretung von Herrn Philipp Götting

von der Verwaltung

Brigitte Kappenberg, Hermann Meyersick, Fritz Schmücker, Bernadette Spinnen

für die Schriftführung

Dr. Bernd Schabbing

Es fehlten:

Alexander Bercht, Philipp Götting, Heribert Klas, Simone Wendland, Detlef Wolff

nichtöffentlicher Sitzungsteil

siehe Niederschrift über die 3. Sitzung (nichtöffentlicher Teil) des Werksausschusses Münster-Marketing am 24.05.2005

Tagesordnung:

1. Genehmigung der Tagesordnung
2. Eingänge und Mitteilungen
3. Bericht der Werksleitung
4. Touristisches Konzept Münster Marketing
5. Fördermittel für Stadtteilmarketing
6. Verschiedenes

V/0393/2005
III

Der Vorsitzende eröffnete die Sitzung um 18.15 Uhr.

Punkt 1 der Tagesordnung

Genehmigung der Tagesordnung

Die Tagesordnung wird genehmigt. Herr Nonhoff als Vertreter von RH Klas wird verpflichtet.

Frau Spinnen berichtet kurz über die Ausstellung "805 - Liudger wird Bischof" im Stadtmuseum sowie das Gesamtmarketingkonzept und die Vermarktungspraxis für die drei großen Jubiläumsausstellungen, die anlässlich des Bistumsjubiläums "1200 Jahre Bistum in Münster" in Münster stattfinden.

Punkt 2 der Tagesordnung

Eingänge und Mitteilungen

Die CDU-Fraktion bringt den Antrag "Münster wird Gastgeberstadt zur Fußballweltmeisterschaft 2006" in den Werksausschuss Münster Marketing ein.

Punkt 3 der Tagesordnung

Bericht der Werksleitung

Frau Spinnen informiert, dass der Lagebericht Münster Marketing erst im September in den Ausschuss eingebracht werden kann, da wegen kurzfristig angefallener Umsatzsteuerzahlungen die Wirtschaftsprüfer bisher noch kein Testat hatten erteilen können.

Frau Spinnen berichtet, dass die Privatisierung der Stadtführungen einen guten Start genommen hätten, Stadt-Lupe e.V. hat seinen Betrieb im Erdgeschoss und in der zweiten Etage des Stadthauses 1 aufgenommen und vermittelt bereits eine große Zahl von Führungen. Die kooperative Vermarktung der aktuell angebotenen Führungen läuft sehr gut, es ist mittelfristig geplant, zusätzliche neue Themenführungen aufzulegen.

Der Kinderspielplatz auf dem Syndikatsplatz und die Kinderbetreuung am Prinzipalmarkt werden zusammen mit dem Amt für Kinder, Jugendliche und Familien sowie der Kaufmannschaft derzeit vorbereitet und stehen kurz vor der Eröffnung.

Frau Spinnen präsentiert kurz den Werbespot für Münster, der in n-tv und TV24 seit April d.J. läuft. Sie betont die große Bedeutung des Spots als integrierte und übergreifende Kommunikation, in der Münster als Wirtschaftsstandort, als Tagungs- und Wissenschaftsstadt und als touristisches Reiseziel schlüssig präsentiert werde. Eine begleitende Internetseite (www.muenster-geheimtipp.de) gibt weitere Informationen als erste Anlaufstelle für interessierte Seher des Spots. Der TV-Spot hat insgesamt etwa 130.000 Euro gekostet, wovon etwa 100.000 Euro direkt für ca. 700 Schaltungen verwendet werden, so dass eine hohe Effizienz des Projektes gegeben sind (Schaltungsplan s. Anlage).

BM Vilhjalmsen regt an, auch den Berufsschulen oder allen Schulen den Film als Lehrmaterial zum Beispiel für den Bereich Marketing anzubieten. Frau Spinnen sichert zu, diese Information und das Angebot über das Schulamt an alle Schulen weiterzugeben.

Punkt 4 der Tagesordnung

Touristisches Konzept Münster Marketing

Frau Spinnen führt kurz in die touristische Konzeption bei Münster Marketing ein. Beim Stadtmarketing werbe die Stadt bzw. Münster Marketing für den Standort, wovon Handel, Gastronomie, Hotellerie und weitere Wirtschaftsbereiche profitierten. Somit gebe die Stadt auch Geld für die Bewerbung der Angebote privater Partner aus und stelle auch umfangreiche Servicemaßnahmen zur Verfügung wie zum Beispiel die durchgängige Erreichbarkeit der Serviceeinrichtungen von Münster Marketing an sieben der Woche sowie in Kooperation mit einem Call Center täglich von 8.00 Uhr bis 22.00 Uhr.

Frau Spinnen, Herr Meyersick und Herr Dr. Schabbing erläutern anschließend verschiedene Aspekte des touristischen Gesamtkonzeptes von Münster Marketing (Vortragsfolien siehe Anlage).

Punkt 5 der Tagesordnung V/0393/2005

Fördermittel für Stadtteilmarketing

Frau Spinnen führt kurz in den Inhalt und das Ziel der Vorlage ein. Wichtige Kriterien für die Förderung spezieller Stadtteilmarketingaktivitäten seien, dass die geplanten Aktivitäten und Konzepte zum Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozess ISM passten, dass klare Ziele vorgestellt würden, die zudem zum Stadtteil und zum Gesamtbild der Stadt bzw. zum Gesamtmarketing passen und beitragen sollten sowie selbständiges Engagement aus den Stadtteilen vorhanden sei.

Herr Weikert fragt, ob eine Folgefinanzierung im Anschluss an die Förderung möglich sei. Frau Spinnen weist darauf hin, dass die Bezuschussung zunächst einmalig sei. Sollte der Stadtteil in einigen Jahren ein interessantes neues Projekt planen, sollte ein erneuter Zuschuss nicht grundsätzlich ausgeschlossen sein.

Herr Götting fragt an, wie der Begriff "Stadtteil" definiert sei, also wie er sich zum Beispiel gegenüber dem Bezirk absetze. Frau Spinnen erläutert, dass es eigentlich nicht um Bezirke und/oder Quartiere gehe, sondern um gewachsene Stadtteile - also um räumliche Einheiten, die von ihren Bewohnerinnen und Bewohnern als ihr Lebensort begriffen werden. Letztlich soll

aber der Antragsteller selbst über die räumliche Abgrenzung entscheiden und sie der Förderjury gegenüber plausibel erklären.

Schließlich wird auch die Frage diskutiert, ob Innenstadtquartiere wie das Kreuzviertel Antragsteller sein können. Der Ausschuss verständigt sich darauf, dies künftig zwar nicht grundsätzlich auszuschließen, zunächst aber die Außenstadtteile zu berücksichtigen.

Frau Schaffstein betont, dass es wichtig sei, das Wirtschaftsförderung und Münster Marketing dieses Thema gemeinsam ansetzen. Zudem sei gut, dass zusätzlich zu dem Innenstadtmarketing nun auch die Außenstadtteile entsprechende Unterstützung erhalten.

Beschluss:

Der Werksausschuss Münster Marketing stimmt der Vorlage 393/2005 einstimmig ohne Enthaltungen mit den Stimmen der CDU, SPD und Bündnis 90/Die Grünen wie vorgelegt zu:

„Der Werksausschuss Münster Marketing beschließt den Einsatz von Fördermitteln für Stadtteilmaking auf der Basis des vorgelegten Konzeptes.“

Die Vorlage soll ergänzt um die Klärungen im Werksausschuss auch an die Fraktionen gegeben werden sowie als Berichtsvorlage über die Bezirksvertretungen an den Rat gehen. Münster Marketing wird regelmäßig über das Projekt berichten. Der Werksausschuss wird die Entscheidung der Förderjury zur Kenntnis nehmen und bekräftigen.

Punkt 6 der Tagesordnung

Verschiedenes

Herr Weikert fragt an, inwieweit Münster plane, sich an regionale Großveranstaltungen wie zum Beispiel Essens Bewerbung als Kulturhauptstadt oder der Weltmeisterschaft 2006 anzudocken. Herr Meyersick weist darauf hin, dass bereits entsprechende Arbeitsgruppen der Verwaltung eingerichtet seien und enge Kontakte insbesondere bei diesen beiden Projekten zu den Hauptprojektverantwortlichen bestünden. Zudem arbeite man in enger Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Touristik auch bei diesen Thematiken und der jeweiligen weltweiten Vermarktung mit.

Der Vorsitzende schloss die öffentliche Sitzung um 19.40 Uhr.

Robert Otte
Vorsitz

Dr. Bernd Schabbing
Schriftführung