

48143  
48144  
48145  
48146  
48147

02/09

# 481

DAS MAGAZIN VON MÜNSTER MARKETING

Themen in dieser Ausgabe:

Münstermorphosen

ALTERnativ

Dialoge zum Frieden



48148  
48149  
48150  
48151  
48152  
48153  
48154

# Münstermorphosen – urbanes Megaevent mixt Intellekt und Gefühl

**5000 Gäste tanzen auf der „Party Paradox“ zu Kopfhörer- und Baustellenführungen und Raumerkundungstouren verzeichnen Besucheranstürme, die Stadthauskantine leuchtet als „Future Club“ in die Nacht, Leseratten tauschen Bücher über Kreuz, Lichtgraffiti erscheinen auf Fassaden, „Spot an“ rückt Stadtquartiere ins rechte Licht, eine temporäre Galerie zeigt Wohnutopien und mittendrin strahlt der Kiffe-Pavillon samt Münster Modell als Informationszentrum.**

Neun Tage lang, vom 18. – 26. September, haben die Münstermorphosen mit zwölf Projekten Diskussionen entfacht, Alltagsorte spannend inszeniert, Menschen aller Generationen zusammengeführt, Aspekte der Stadtentwicklung zugänglich und Architektur erlebbar gemacht. Das „Ab in die Mitte“-Projekt zündete ein kreatives Feuerwerk und wurde mit grandiosem Erfolg belohnt. 48i sprach mit dem Veranstaltungsleiter Fritz Schmücker und dem Architekten und Vorsitzenden des Vereins Münster Modell e.V., Stefan Rethfeld, als Partner in der Programmgruppe, über Ziele und Perspektiven des Kultur- und Architekturfestivals:

**48i: Wie kam es zu den Münstermorphosen?**

**F. Schmücker:** Zwei Impulse stehen hinter der Idee: der NRW-Landeswettbewerb „Ab in die Mitte“ unter dem Motto „Stadt.Einfach.Machen“ und der Blick auf Münsters Innenstadt, in der sich ein rasanter Wandel vollzieht.

**48i: Wie entstand der Name Münstermorphosen?**

**F. Schmücker:** Der Kurz- und Kunstbegriff beschreibt die Projektinhalte: die Veränderungen in der Innenstadt. Die Metamorphosen in Münster werden zu Münstermorphosen. Schön war: Der auf den ersten Blick etwas sperrige Begriff hat Raum und Aufmerksamkeit geschaffen für das, was die urbanen Qualitäten Münsters ausmacht.

**48i: Was war Ihre Motivation für die Mitarbeit?**

**S. Rethfeld:** Das Verhältnis Architektur – Stadt ist Kernthema der Initiative rund um das Münster Modell, das im wunderbaren Ausstellungsort Kiffe Pavillon zum Kristallisationspunkt wurde. Doch wir mussten auch neue Formate erarbeiten, mit denen das Mitmachen, das Diskutieren und natürlich Öffentlichkeit gelingen konnte. Dafür stand die Programmgruppe, die mit Prof. Norbert Nowotsch, Prof. Johannes Schilling, Siegfried Thielen, Jan Rinke, Marcus Geßler, Manuela Gudorf, Fritz Schmücker und mir unterschiedlichste fachliche Interessen abdeckte, Ideen und Impulse lieferte. In ihr haben wir gemeinsam zwölf Projekte erarbeitet.

**48i: Wo lag das Geheimnis des Erfolgs?**

**F. Schmücker:** Uns ist der richtige Mix aus Intellekt und Gefühl gelungen. Die Herausforderung lag darin, mit an sich komplexen Themen wie z.B. Stadtentwicklung viele Menschen zu erreichen und sie – wie es unser Untertitel sagt – zum Mitmachen, Diskutieren und Entdecken einzuladen.

**S. Rethfeld:** Die Münstermorphosen waren kein

Format nur zum Konsumieren, sahen sich nicht in der Rolle des Erzählers, sondern als Katalysator für Diskussionen. Wir wollten ins Gespräch kommen und das wurde so gut angenommen, weil wir schöne Gesprächssituationen geschaffen haben: z. B. während der Baustellenführungen, wo wir mit den Architekten über den Plänen gesessen haben oder



im Future Club nach den Vorträgen an der Bar über dem nächtlichen Münster.

**F. Schmücker:** Es gab Angebote, in kleinen Gruppen die Stadt zu entdecken, z.B. bei den Raumerkundungstouren und großformatige Projekte wie die Party Paradox, die zum „Anfachen“ wichtig waren.

**S. Rethfeld:** Dass ganz verschiedene Teile der Bevölkerung gemeinsames Interesse an diesen Veranstaltungen hatten, spricht für Münster. Die Münsteraner zeigen eine hohe Identifikation mit ihrer Stadt, haben Lust auf ihre Stadt und wollen an Zukunftsfragen beteiligt werden. Und die Münstermorphosen boten gemeinsame Momente der Neugier, der Wachheit und der Reflexion.



**F. Schmücker:** Wir haben die Menschen eingeladen, Münster neu zu begreifen und überwältigend viele sind dieser Einladung gefolgt. Die Münstermorphosen waren ein Beispiel dafür, dass es in dieser Stadt gelingen kann, anspruchsvolle Inhalte in einer intelligenten Mischung gemeinsam mit engagierten Partnern erfolgreich zu realisieren. Darin liegt der Schlüssel zum Erfolg.

#### **48r: Gehen die Münstermorphosen in Serie?**

**S. Rethfeld:** Ich wünsche mir, dass man ein Format daraus macht, das vielleicht alle zwei Jahre stattfindet. Die Stadt verändert sich ja weiter. Und

das Format funktioniert als eine Art Seismograph, um herauszufinden, wie fühlt sich Münster gerade an? Wo stehen wir? Wo kann es hingehen?

**F. Schmücker:** Ob und wie die Münstermorphosen in Serie gehen, kann man heute noch nicht sagen. Dafür ist es zu früh. Aber viele Fragen der Münstermorphosen werden ja weiterdiskutiert. Wir werden zum Beispiel das Thema vorantreiben, wie man mit dem Interessenkonflikt zwischen Anwohnern und Nachtschwärmern umgeht, auch das Thema von innerstädtischen Wohnformen wird sicher weiterdiskutiert. Viele Bausteine waren auf

Nachhaltigkeit angelegt. Die Probeilluminationen haben gezeigt, wie man die Qualitäten eines Viertels sichtbar macht. Nun geht es darum, so etwas dauerhaft zu realisieren. Das heißt, Nachhaltigkeit ist absolut erwünscht. In welcher Form das geschehen wird, ob unter dem Label Münstermorphosen oder unter einer anderen Überschrift, wird sich zeigen – aber der Begriff wäre eigentlich fast zu schade, um ihn nur einmal zu nutzen.

## Toter Banker beim „ALTERnativ-Tag“ Tatort Münster



Erhängt unter einer Themsebrücke machte Roberto Calvi, der wegen dubioser Finanzgeschäfte international gesuchte „Bankier Gottes“, im Juni 1982 Schlagzeilen. War es Selbstmord oder Rachemord?

Der ALTERnativ-Tag stand am 2. September ganz unter dem Motto „Tatort Münster“. „Wissen erleben“ wurde wieder zum Programm für die älteren Semester: Mit dem Aktionstag informierten die Kontaktstelle Studium im Alter der WWU und Münster Marketing über die Weiterbildungsmöglichkeiten für Senioren in den Hörsälen der Universität und die Vorzüge der Wissenschaftsstadt Münster. Zur Einstimmung brachte Prof. Bernd Brinkmann Licht ins Dunkel um den mysteriösen Tod Calvis. Der international renommierte, münstersche Rechtsmediziner hatte nach langen Untersuchungen zur Klärung des spektakulären Kriminalfalls beigetragen. Die Leiche wurde exhumiert, Steine in den Taschen und Schleifspuren unter den Lederschuhen untersucht,

alte Spuren ausgewertet – am Ende stand fest: Es war Mord.

Nach den spannungsgeladenen Einblicken in die Arbeit eines Rechtsmediziners improvisierte das Placebo-Theater Münster im Hörsaal gewitzte „Crime Stories“ und die Musikhochschule Münster nahm die Gäste mit auf eine musikalische Gangsterjagd.

Der ALTERnativ-Tag ging damit in die zweite Runde, ein voller Erfolg mit mehr als 600 Anmeldungen vom Emsland bis ins Rheinland. Für manchen Gast war es eine Hörsaal-Premiere, für viele der Älteren Semester eine Erinnerung an alte Studienzeiten nebst Mittagssmahl in der Aasee-Mensa. Am Nachmittag standen kriminalistische Stadtführungen und klassische Altstadtouren auf dem Programm.

Der nächste ALTERnativ-Tag findet voraussichtlich am 15. Juni 2011 statt.




Der international renommierte Rechtsmediziner Prof. Bernd Brinkmann war Star bei „ALTERnativ – Wissen erleben“ zum Thema „Tatort Münster“

## Nahostpolitik in Münster - Palästinenser und Israelis führen „Dialoge zum Frieden“



Dr. Navid Kermani, Oberbürgermeister Markus Lewe, Prof. Moshe Zimmermann, Dr. Sumaya Farhat-Naser, Prof. Sari Nusseibeh, Björn Blaschke und Manfred Erdenberger beim Empfang im Friedenssaal

 Zum Schauplatz für große Außenpolitik wurde am 23. Oktober das Kleine Haus der Städtischen Bühnen. Vor ausverkauften Reihen erörterten Persönlichkeiten aus Palästina und Israel gemeinsam mit deutschen Journalisten Lösungswege für die Konfliktregion Naher Osten. Bleibendes Ergebnis der Podiumsdiskussion: persönliche Friedensbotschaften der Teilnehmer, die von Oberbürgermeister Markus Lewe im feierlichen Rahmen des ersten FriedensGastmahls im Rathausfestsaal verlesen wurden.

Zu Wort kamen der Historiker und Publizist aus Jerusalem Prof. Moshe Zimmermann, die palästinensische Friedensvermittlerin aus Birzeit Dr. Sumaya Farhat-Naser, der Kölner Schriftsteller und

„Krieg ist leicht, Frieden ist schwer. Wir werden nur dann Frieden erreichen, wenn wir unsere Gegner im Dialog gewinnen und einander entfenden. Wir sollten den Feinden im Gespräch Respekt entgegenbringen und ihnen zeigen, dass sie Menschen sind wie wir. Andernfalls werden sie von Tag zu Tag radikaler.“

Dr. Sumaya Farhat-Naser

Orientalist Dr. Navid Kermani, der Präsident der Al-Quds Universität Jerusalem Prof. Sari Nusseibeh und der ehemalige ARD-Nahost-Korrespondent und WDR-Redakteur aus Köln Björn Blaschke. Moderiert wurde die Runde von Manfred Erdenberger, dem ehemaligen WDR-Chefkorrespondenten und Sprecher der Deutschen Initiative für den Nahen Osten (DINO).

Die Diskussionsrunde war Höhepunkt der jährlichen Veranstaltung „1648: Dialoge zum Frieden“. Mit ihr macht Münster seine historisch begründete Verantwortung und seine Kompetenz für Konfliktlösung durch Dialog in der Tradition der Verhandlungen zum Westfälischen Frieden deutlich.

Zu den überregional bedeutenden Programmpunkten der Reihe rund um den Westfälischen Frieden gehörte auch die Tagung des Exzellenzclusters „Religion und Politik“ der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster über „Denkmuster christlicher Legitimation von Gewalt“ mit dem Vortrag des renommierten Münchner Theologen Prof. Dr. Friedrich Wilhelm Graf zum Thema: „Der christliche Gott als Gewaltsobjekt“.

Als schon traditionelle Bausteine machten die Ausstellung zum Westfälischen Frieden, die Schülerakademie, das Treffen der Religionsgemeinschaften und die Ökumenische Friedensvesper das Programm der „Dialoge zum Frieden“ komplett.

## Vorwort 481

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit dieser Ausgabe unseres Magazins geht das Jahr 2009 zu Ende. Wir bei Münster Marketing schauen zurück auf eines der veranstaltungsreichsten Jahre seit Bestehens des Stadtmarketings 2001: Das WDR-Musikfest im Frühsommer, die Hansetafel im Mai und vor allem in der zweiten Jahreshälfte der Schauraum im September, die spektakulären Münstermorphosen im selben Monat und die Dialoge zum Frieden im Oktober. Und das sind nur die besonderen Höhepunkte im Veranstaltungsjahr.

Wie den touristischen Aktivitäten, dem Kongressmarketing, dem Citymanagement und den Aktivitäten des Wissenschaftsbüros folgen die wenigen, aber allesamt großen Veranstaltungen von Münster Marketing alle derselben Logik: Es sind Veranstaltungen, die das besondere Stadtgefühl Münsters für die Menschen in unserer Stadt und ihre Gäste übersetzen sollen. Der große Erfolg der Münster-

morphosen hat gezeigt, dass die Münsteraner und Münsteranerinnen immer wieder davon fasziniert sind, sich mit den verschiedensten Facetten ihrer Stadt auseinander zu setzen und vor allem Münsters urbane Qualitäten zu erfahren.

Der große Zuspruch zu den „Dialogen zum Frieden“ stellt eine andere Qualität der Lebensart in der Wissenschaftsstadt Münster unter Beweis: Der Blick der Menschen über die Stadtgrenzen und den sogenannten Tellerrand hinaus auf die Konflikte in der Welt.

Alles das hat mit der Frage der Identität unserer Stadt zu tun und bewegt sich jenseits austauschbarer und kurz gesprungener Events.

Nach den großen Veranstaltungen sind wir nun schon mitten in der Vorweihnachtszeit. Auch die große Attraktivität und Anziehungskraft der Stadt in der Adventszeit beruht auf denselben Faktoren: In der weihnachtlichen Stadtaus schmückung, bei

den Weihnachtsmärkten und vor allem durch die gemeinsame Anstrengung aller Beteiligten gelingt es, die Besonderheit Münsters erlebbar zu machen. Ohne grelle Effekte, Showeffekte oder Superlative, sondern qualitativ voll inszeniert und dem Gesicht der Stadt entsprechend.

Ich wünsche Ihnen, unseren Partnern, Kunden und Mitstreitern im städtischen Marketing, einen guten Abschluss dieses ereignisreichen Jahres in unserer Stadt, die, wie die Welt am Sonntag titelte, als „Erfolgsmodell“ wahrgenommen wird. Auch das ist eine Gemeinschaftsleistung vieler.

Für das Team von Münster Marketing  
Ihre



Bernadette Spinnen

## Starker Städtebund für Auslandsmarketing Vollversammlung der HHOg tagt in Münster



Die Weichen für ihre internationalen Marketingaktivitäten in 2010 haben die Historic Highlights of Germany (HHoG) auf ihrer Vollversammlung in Münster gestellt. Gastgeber war Münster Marketing, das Münster in dem weltweit agierenden Städtebund vertritt. Weitere Mitglieder sind Augsburg, Erfurt, Freiburg, Heidelberg, Koblenz, Mainz, Osnabrück, Potsdam, Regensburg, Rostock, Trier, Wiesbaden und Würzburg.


Gemeinsam mit Partnern wie der Deutschen Zentrale für Tourismus nehmen die HHOg im nächsten Jahr vor allem den US-Reisemarkt ins Visier. Auf dem Programm stehen die Teilnahme an Messen, die gezielte Ansprache von Pressevertretern und Reiseagenten und eine verstärkte Internetpräsenz. Informationen aus erster Hand hatte die Leiterin der Auslandsvertretung USA der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), Ricarda Lindner, dazu im Gepäck. Neben den USA spielt zunehmend der asiatische Markt mit Japan, Korea und China eine Rolle. Im europäischen Ausland sind die HHOg vor allem in Italien und Großbritannien aktiv. Der 1992 gegründete Verein hat das Ziel, im Ausland für die Mitgliedsstädte zu werben und die gemeinsamen Stärken herauszustellen. So haben alle Städte in der deutschen Geschichte eine besondere Rolle gespielt. Alle Mitglieder sind Hochschulstädte mit einer lebendigen Kulturszene und in allen spielt der Städtetourismus eine überdurchschnittliche Rolle.

2008 konnte der Städtebund mit einer Gesamtbilanz von rund 11,4 Millionen Übernachtungen aufwarten und für den Tagestourismus wurden insgesamt rund 50 Millionen Gäste geschätzt.



Bürgermeisterin Karin Reismann und Bernadette Spinnen begrüßten die Kolleginnen und Kollegen der Historic Highlights of Germany zur Vollversammlung in Münster

## Angebotskatalog und Hotelführer: Münster lädt zum Urlaub ein

 Nachtprogramm und Wohlfühltag: Im Katalog „Kurzurlaub in Münster 2010“ präsentiert Münster Marketing auf rund 40 Seiten Urlaubspakete und Freizeitermine in vollständig überarbeitetem Erscheinungsbild. Zugleich erscheint auch das Hotelverzeichnis mit Ferienwohnungen in aktualisierter Auflage.

Unter dem Titel „Kultur trifft Lebensart“ hat Münster Marketing mit den Hoteliers der Stadt zehn Arrangements zusammengestellt – für entspannte, faszinierende und außergewöhnliche Kurzurlaube. Die Palette reicht vom Wohlfühl-Programm im Wellnesshotel über spannende Skulpturenbummel bis hin zum stimmungsvollen Abend-Arrangement mit Nachtwächter-Rundgang. Am „Tatort: Münster“ dürfen die Gäste beim Viergangmenü Verbrechen aufklären, im Paket zum Sparkassen Münsterland Giro ist gar eine begleitete Trainingsfahrt von bis zu 120 Kilometern Länge inbegriffen. Für die Unterkunft sorgen 19 Partner, vom Jugendgästehaus bis zum Luxushotel. Bei Arrangement-Buchung über Münster Marketing sorgt das „Willkommen! Ticket“ für kostenfreie Busfahrten im Stadtgebiet.

Neu im Angebotskatalog sind etwa die „Bausteine für Individualtouristen“ für ein ganz persönliches Programm; ergänzt wird die Broschüre durch viele Veranstaltungstipps. 8000 Exemplare des neuen Angebotskataloges sind gedruckt worden, darunter 1000 in englischer Sprache.




Start in die Urlaubssaison 2010: Münster Marketing präsentiert gemeinsam mit den Vertreterinnen und Vertretern des Runden Tisches der Hoteliers den neuen Angebotskatalog sowie den aktualisierten Hotelführer

Zweisprachig ist auch das neue Hotelverzeichnis, in dem sich auf 90 Seiten alle Informationen zu den mehr als 60 Hotels in Münster nebst Ferienwohnungen finden. Das Angebot ist nach Stadtteilen gegliedert, dazu gibt es Anreise-Tipps und eine Parkhaus-Übersicht.

[www.tourismus.muenster.de](http://www.tourismus.muenster.de)

## Münster – ein Weihnachtsmärchen

 50 Lichterbäume im Stadtgebiet umhüllt von zehn Kilometern Lichterketten, ein romantischer Lichtherhimmel aus 10 000 Lampen über dem Rathausinnenhof und als leuchtendes Glanzstück eine 18 Meter hohe Nordmanntanne vor der Lambertikirche, geschmückt mit einer 300 Meter langen Lichterkette – seit dem 23. 11. verwandelt die stimmungsvolle Beleuchtung Münster in ein Weihnachtsmärchen und fünf Weihnachts-

märkte mit rund 300 Ständen laden Bürger und Besucher bis zum 23.12. zum Bummeln, Einkaufen und Genießen ein. Ein Angebot, das überregional und international jährlich mehr Gäste anzieht.

Dafür realisieren Münster Marketing, Innestadtkaufleute, Gastronomen, Eigentümer und Weihnachtsmarktbetreiber ein abgestimmtes Gesamtkonzept. Es reicht von der qualitätsvollen Inszenierung der Altstadt mit dezentem Weihnachtsschmuck und eleganter Beleuchtung, der Positionierung der Märkte mit ihrem ausgewogenen Standangebot bis hin zur weitreichenden Werbekampagne.

Zentrale Leitlinie ist ein dem Stadtbild angemessener Auftritt. Er berücksichtigt die Stärken der Stadt und setzt diese geschmackvoll in Szene.

Ab dem Spätsommer informieren deutschlandweit und international Flyer, Plakate, Anzeigen und Mailings über die Münsteraner Weihnachtsmärkte. Die Finanzierung des Werbepaketes ist Gemeinschaftssache: Alle fünf Betreiber der Weih-

nachtsmärkte beteiligen sich jeweils in Relation zu den Standzahlen an 50 % der Gesamtkosten.

Eine Investition, die sich lohnt! Ausgebuchte Innenstadthotels, volle Reisebusse, hohe Besucherzahlen und steigendes Medieninteresse bescheinigen dem Münsteraner Adventskonzept vollen Erfolg. Alle Jahre wieder...



Ein stimmungsvolles Lichtkonzept macht Münster zum Weihnachtsmärchen

## Impressum

**Stadt Münster, Münster Marketing**  
Klemensstraße 10, 48143 Münster  
Tel. (0251) 4 92-27 10  
Fax (0251) 4 92-77 43  
[www.tourismus.muenster.de](http://www.tourismus.muenster.de)  
[tourismus@stadt-muenster.de](mailto:tourismus@stadt-muenster.de)

**Verantwortlich:** Bernadette Spinnen  
**Design, Umsetzung:** [www.landadesigner.de](http://www.landadesigner.de)  
**Text:** Juliane Unkelbach

**Fotos:** Brigitte Kappenberg, MünsterView, Presseamt Stadt Münster (Heiner Witte, Martin Füsler), Juliane Unkelbach, Arash Vatanparast, [www.air-klick.de](http://www.air-klick.de)