

48143
48144
48145
48146
48147

01/10

481

DAS MAGAZIN VON MÜNSTER MARKETING

Themen in dieser Ausgabe:

Wettbewerb um kluge Köpfe

ITB Berlin 2010


Neuer Beirat für Münster Marketing



„Allianz für Wissenschaft“ als Meilenstein Wissenschaftsbüro ist Blaupause für andere Städte



Das Team des Wissenschaftsbüros mit Dr. Ann-Marie Nienaber, Dr. Matthias Schmidt, Bernadette Spinnen und Dr. Ulrike Blanc (v.l.)

 Im Wissenschaftsbüro von Münster Marketing werden strategische Netzwerke geknüpft. Die Verbindungsfäden sind fein gewebt und oftmals nicht sichtbar, dafür reichen sie weit und sind stabil.

„Wir unterwandern Münster quasi mit Wissenschaft“, beschreibt das Team des Wissenschaftsbüros seine Aufgabe. Auch wenn Dr. Ann-Marie Nienaber, Dr. Ulrike Blanc und Dr. Matthias Schmidt meist im Hintergrund arbeiten, tiefstapeln muss das wissenschaftliche Dreigestirn keinesfalls. Ganz im Gegenteil. Das Ergebnis der Netzwerkarbeit kann sich sehen lassen: Allein in diesem Jahr stehen rund 30 Veranstaltungen und Kongresse auf der Agenda, die seitens des Wissenschaftsbüros gemeinsam mit den Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt organisiert oder mitbetreut werden. Dazu gehören prominente Veranstaltungen wie die „Connecta International“, der „Welthyper-tonietag“, der „Elternalarm“ oder die „Dialoge zum Frieden“.

Wichtigster Meilenstein und ein Paradebeispiel der Arbeit ist das Bündnis zwischen Universität, Fachhochschule, Wirtschaft und Stadt: 2007 als „Konzertierte Aktion Wissenschaftsstadt Münster“ aus der Taufe gehoben, tritt es ab sofort unter dem

neuen Label „Allianz für Wissenschaft“ auf und erhält einen eigenen Internetauftritt.

Im Fokus stehen zunächst die Bereiche Nanotechnologie, Medizinische Prävention und der Westfälische Frieden. Die thematischen Zugpferde sollen Münster als Wissenschaftsstadt national und international positionieren. Große Investitionen zeigen, dass sich die gemeinsame Entwicklungsstrategie auszahlt, war sie doch ein wichtiger Erfolgsfaktor bei den Entscheidungen für den Ausbau des Centers for Nanotechnology (CeNTech) und die Realisierung des Nanobioanalytik-Zentrums Münster. Die „Allianz für Wissenschaft“ ist gewissermaßen das Gesellenstück des Wissenschaftsbüros.

Vor fünf Jahren ging es mit dem Auftrag an den Start, Netzwerke aufzubauen und eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln, nach dem Prinzip „Marketing folgt den Inhalten“. Grundlage waren die Ergebnisse des Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozesses und die Erfahrungen aus dem vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft ausgelobten Wettbewerb um die „Stadt der Wissenschaft“. Auf dieser Basis wurde gemeinsam mit den Hochschulen und der Wirtschaftsförderung die wissensorientierte Stadtentwicklung vorangetrieben. Dazu gehört auch,

den Kongressstandort Münster zu stärken. Hier arbeitet das Wissenschaftsbüro eng mit dem Kongressbüro von Münster Marketing und dem Messe und Congress Centrum Halle Münsterland zusammen. Immerhin kommen fast 80 Prozent aller Tagungen in Münster aus dem wissenschaftlichen Bereich.

Mittlerweile gilt Münster als Vorbild für Standorte, die Wissenschaft erfolgreich in die Stadtentwicklung einbeziehen. Auf nationalen Tagungen wird das Wissenschaftsbüro als Paradebeispiel präsentiert und dient als „Blaupause“ für andere Hochschulstädte.

Bestätigung für den erfolgreichen Weg, den das Wissenschaftsbüro von Münster Marketing gemeinsam mit seinen Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft geht, ist das im letzten Jahr unter dem Titel „Wissen ist Wirtschaftsmacht“ veröffentlichte Ranking in einem großen Wirtschaftsmagazin: Hier erreichte Münster einen hervorragenden dritten Platz.

Münster zum Mitnehmen

Attraktive Adresse für Souvenirs im Stadthaus I



Geschäftsführerin Elke Brunne (l.) und Inhaber Jürgen Budke (r.) betreiben die „Münster Souvenirs“ im Stadthaus



Wer den neuen Shop „Münster Souvenirs“ im Stadthaus I betritt, spürt Münsterflair.

Und das nicht nur, weil Münstertypisches die Regale ziert. Vielmehr sorgen warme Farben und helle Spots in Kombination mit maßgefertigten und kunstvoll mit Giebelhäusern verzierten Holzregalen für einen charmanten Mix aus nostalgischem und modernem Ambiente.

„Die Einrichtung spiegelt das Münsteraner Lebensgefühl wider“, sagt Jürgen Budke, der gemeinsam mit seiner Geschäftsführerin Elke Brunne hier seit dem 1. April schöne Dinge aus Münster zum Mitnehmen verkauft.

Mit erfolgreichen Geschäftsideen kennt der Münsteraner Unternehmer sich aus. Seit 20 Jahren ist er in der Innenstadt tätig und betreibt neben dem Kinderkaufhaus „Mukk“ die „Chocolaterie“ am Roggenmarkt. Und auch sein neues Geschäft ist weit mehr als eine attraktive Adresse für schöne

Andenken. Zwar gibt es alles, was das Touristenherz begehrt – von der Münsterpostkarte über Münsterbücher bis hin zum Münsterfrühstücksbrettchen – doch bei alledem legt Budke sehr viel Wert auf besondere Konzepte. Wichtig ist ihm zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Münsteraner Künstlerinnen und Künstlern oder mit den Alexianer-Werkstätten. Gemeinsam werden neue Produkte entwickelt, die charakteristisch für Münster sind und die es nirgendwo sonst gibt.

„Mit dem Kauf unserer Artikel möchten wir unsere Kunden zu Münster-Botschaftern machen“, wünscht sich der Geschäftsmann. Doch die größten Münster-Fans sind nach Aussage von Geschäftsführerin Elke Brunne die Münsteraner selbst, die gerne auch mal für sich selbst bei den „Münster Souvenirs“ einkaufen.

www.muenster-souvenirs.de

Gesandte ins rechte Licht gerückt

Friedenssaal erhält neue Beleuchtung

i Im Friedenssaal geht den Besuchern seit Anfang des Jahres im wahrsten Sinne des Wortes ein Licht auf. Denn Münsters bedeutendste Geschichtsstätte hat eine neue Beleuchtung bekommen.

16 Deckenleuchten und drei Deckenfluter rücken die 37 Porträts der Gesandten ins rechte Licht, bringen die kunstvollen Schnitzereien der Vertäfelung zur Geltung und sorgen insgesamt für eine elegante und dezente Ausleuchtung des kostbaren Interieurs. Damit geht ein langjähriges Provisorium zu Ende.

Hinter dem neuen Beleuchtungssystem verbirgt sich ein ausgefeiltes Lichtkonzept, das denkmalpflegerischen und restauratorischen Vorgaben als auch Besucherinteressen gerecht wird. Denn die Exponate im Friedenssaal verlangen kein grelles Licht und die Verkabelung in dem denkmalgeschützten Raum muss sich auf ein Minimum beschränken. Allerdings darf es für Empfänge und für den Eintrag besonderer Gäste ins Goldene Buch der Stadt nicht zu dunkel sein.

Neue Leuchten ermöglichen nun, die Lichtstärke in Teilbereichen und im gesamten Raum stufenlos zu verändern und der jeweiligen Nutzung anzupassen. Ein modernes Funkbussystem reduziert die Verkabelung auf ein Minimum und kann vorprogrammierte Lichtszenen aufrufen.

Welch großen Stellenwert der Friedenssaal als touristische Attraktion hat, zeigen die Besucherzahlen: In 2009 haben 92277 Gäste aus 80 Ländern den Schauplatz der Verhandlungen zum Westfälischen Frieden besucht.



Freude über das neue Beleuchtungskonzept für den Friedenssaal: (v.l.) Sigrid Gorlt, Martina Brandherm (Münster Marketing), Annegret Mantke, Frank Stemberg (Amt für Immobilienmanagement), Janneke Bauermeister (Stadtmuseum) Michael Kappel (Amt für Stadtentwicklung)

Ein Koffer voll Kultur für Berlin - Münster Marketing und drei Innenstadtmuseen werben auf der ITB



Großer Bahnhof am Stand von Münster Marketing auf der ITB (v.l.): Bernadette Spinnen (Münster Marketing), Birthe Sarrazin (Graphikmuseum Pablo Picasso), Claudia Miklis (LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte), Dr. Jens Baganz (Staatssekretär im NRW-Wirtschaftsministerium), Oberbürgermeister Markus Lewe, Julia Kroker (Museum für Lackkunst).



Zukunft hat die touristische Zusammenarbeit von Münster Marketing, dem LWL-Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte, dem Graphikmuseum Pablo Picasso und dem Museum für Lackkunst auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB).

Nach der überaus erfolgreichen Premiere in diesem Jahr setzen die Partner auch 2011 auf die doppelte Münsterpräsenz auf der weltweit größten Reisemesse: mit dem Münster Marketing Stand in der NRW-Halle und dem gemeinsamen Stand der drei Münsteraner Kunstmuseen in der Culture Lounge.

Bei soviel Münster in Berlin durfte auch Oberbürgermeister Markus Lewe nicht fehlen. Bei seinem Besuch in den Messehallen lobte er die gelungene Zusammenarbeit und war sich mit Bernadette Spinnen, der Leiterin von Münster Marketing, ei-

nig: „Münster wird als interessanter Kulturstandort deutlich wahrgenommen“.

Überzeugt zeigte sich Münsters Stadtoberhaupt auch vom regionalen Schulterchluss, den Münster Marketing, der Münsterland e.V. und der Flughafen Münster / Osnabrück auf der ITB üben. Eine Nachbarschaft, die sich bewährt hat: Die drei Partner stehen Seite an Seite in der NRW-Halle und rücken so die Stärken der Region in den Fokus.

Münster Marketing nutzte die drei Fachbesuchertage für vielfältige Kontakte und zahlreiche Kooperationsgespräche – unter anderem mit Fluggesellschaften, die den FMO bedienen, dem NRW-Tourismus e.V. und dem German Convention Bureau, Deutschlands größtem Kongressverband, in dem Münster Marketing seit kurzem Mitglied ist. Am Wochenende standen die Endverbraucher im Mittelpunkt, für die Münster Marketing jede Men-

ge druckfrische touristische Informationen im Gepäck hatte. Ganz vorne mit dabei: das Kulturgebiet Münster 2010 mit seiner Reihe von hochkarätigen Kulturveranstaltungen, die von den Internationalen Tanztagen bis hin zum Festival studentischer Kultur „Neue Wände“ reichen.

ITB BERLIN 2010

180.000 Besucher, 11.127 Aussteller aus 187 Ländern, 7200 Journalisten aus 89 Staaten und ein Auftragsvolumen von sechs Milliarden Euro – so die Bilanz der 44. Auflage der Internationalen Tourismusbörse vom 10. – 14. März in Berlin. Damit konnte die weltweit größte Reisemesse ihre Stellung im internationalen Marktumfeld auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten weiter ausbauen. www.itb-berlin.de

Vorwort 481

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Attraktivität der Stadt Münster für Touristen und Gäste ist ungebrochen. Der Zuwachs an Übernachtungsgästen in einer Zeit, in der andernorts in unserem Lande Minuszeichen die touristischen Bilanzen dominieren, ist ein Beleg dafür.

In Münster wissen wir, dass Münster nicht allein von den Münsteranern und Münsteranerinnen lebt. Das weiß der Handel, das wissen die touristischen Leistungsträger und ganz besonders wissen das die Hochschulen.

Gute Zahlen sind für uns daher vor allem eines: Anreiz und Ansporn dafür, mit möglichst vielen Partnern daran weiter zu arbeiten, dass unsere Stadt ein attraktives Ziel bleibt für Städtetouristen, für die, die gerne zum Stadtbummel nach Münster kommen und ein interessantes Einzelhandelsangebot suchen, für die, die als Studierende, als Forscher, Mitarbeiter oder Mitarbeiterin den Hoch-

schulstandort im Blick haben und nicht zuletzt für die, die hier wohnen und leben.

Wir haben deshalb auch dieses Mal wieder viel Neues unternommen, um unseren Service und die Bekanntheit der Stadt zu steigern: Wir haben die Sichtbarkeit des Angebots der Münster Information für Gäste und Bürger und Bürgerinnen verbessert, die Beleuchtung im Friedenssaal optimiert, das Marketing für den Kulturstandort verstärkt und vieles mehr. Besonders freuen wir uns, dass unsere Arbeit durch einen starken Beirat begleitet wird, in dem Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft mit Experten aus allen gesellschaftlichen Bereichen gemeinsam an der Profilierung unserer Stadt arbeiten. Ohne all diese Mitstreiter und Mitstreiterinnen wäre das Stadtmarketing nicht, was es ist: ein starker Verbund vieler Partner aus der Stadtgesellschaft.



Ihre

Bernadette Spinnen

Neuer Beirat für Münster Marketing Lebensart als erstes strategisches Ziel



Mit einem ambitionierten Arbeitsprogramm hat sich der neue Beirat von Münster Marketing konstituiert. 22 Vertreterinnen und Vertreter aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen wie Wissenschaft,



Hat seine Arbeit aufgenommen: der neue Beirat von Münster Marketing mit Oberbürgermeister Markus Lewe und dem neuen Vorsitzenden Prof. Dr. Klaus Niederdrenk (Mitte).


Wirtschaft, Kultur, Umwelt, Tourismus, Marketing und Politik gehören dem Gremium an. Auch Oberbürgermeister Markus Lewe zählt zu den Mitgliedern. Der Beirat hat die Aufgabe, die Stadt bei der strategischen Ausrichtung des Stadtmarketings und bei Fragen der Stadtentwicklung zu beraten.

Zum neuen Vorsitzenden wurde Prof. Dr. Klaus Niederdrenk gewählt. Als ehemaliger Rektor der Fachhochschule Münster kennt er den gesamten Prozess des Integrierten Stadtmarketings seit 2001 und ist als Mitglied im Wissenschaftsrat der Bundesregierung ein ausgesprochener Experte der Wissenschaftsstädte in Deutschland.

Der Marketingbeirat hat sich zum Ziel gesetzt, das Profil Münsters als „Stadt von Wissenschaft und Lebensart“ weiter zu schärfen und beide Charakteristika stärker miteinander zu verklammern. Nach der erfolgreichen Beschäftigung mit der wissenschaftlichen Seite in den vergangenen Jahren rückt nun die Lebensart in den Fokus. Konkret geht es dabei um Fragen wie: Woran lässt sich Lebensart festmachen? Was zeichnet die Lebensqualität in Münster aus? Was muss getan werden, damit die Stadt auch in Zukunft für kreative Köpfe, für Unternehmen, für Gäste und selbstverständlich auch für Münsters Bürgerinnen und Bürger attraktiv bleibt?

Erste Ergebnisse seiner Arbeit erwartet der Beirat bereits für Frühjahr 2010.

Lektüre für Leezenritter: Neue Broschüren für eine Stadt in Bewegung

 Sie gehören bei Touristen wie Einwohnern mit zu den beliebtesten Broschüren in der Münster Information: der Fahrradflyer und das Radtourenkartenset von Münster Marketing.

Zum Start der Radsaison 2010 wurden beide komplett überarbeitet, aktualisiert und bieten nun noch mehr Informationen und Tipps rund ums Fahrradfahren. Als eine Art Appetizer für das Fahrradfahren gibt das kostenfreie Faltblatt „Radtouren in und um Münster“ einen Überblick über die schönsten Radtouren und nennt in komprimierter Form die wichtigsten Adressen und Informationen. Wer bei der Lektüre Lust auf mehr Fahrradfahren bekommen hat, wird im Kartenset „Radtouren in Münster“ fündig. Für fünf Euro gibt es vier gut beschriebene Themenrouten zu den schönsten Plätzen in Münsters Umgebung. Die Karten sind zum Preis von 1,50 Euro auch einzeln zu haben. Beide Broschüren sind Markenbotschaften für die Fahrradstadt Münster und gelungene Beispiele dafür, wie das Thema Sport als Marketingfaktor praktisch umgesetzt wird.




Martina Brandherm (l.) und Roswitha Müller-Wienbergen (r.) präsentieren den Fahrradflyer und das Radtourenkartenset von Münster Marketing.

Mehr Präsenz im Messegeschäft Münster Marketing ist Mitglied im GCB



Neue Partner im Kongressmarketing: Anke Proust, stellvertretende Geschäftsführerin des GCB (Mitte) begrüßt Petra Panske (l.) und Martina Brandherm (r.) als Mitglieder von Deutschlands wichtigster Tagungsplattform.

 Neuen Schub für den Kongressstandort Münster erhofft sich Münster Marketing von der Mitgliedschaft im German Convention Bureau (GCB). Mit der zentralen Marketingorganisation und Interessenvertretung für den Veranstal-

tungsstandort Deutschland im Rücken möchte das Kongressbüro von Münster Marketing neue – auch internationale – Märkte und Zielgruppen erschließen und vom Know-how eines leistungsstarken Netzwerks profitieren.

Das GCB German Convention Bureau e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main vermarktet Deutschland international und national als Standort für Kongresse, Tagungen, Events sowie Incentives und ist der zentrale Ansprechpartner für alle Kunden, die in Deutschland Veranstaltungen planen. Zu den Mitgliedern zählen führende Hotels, Kongresszentren und -städte, Veranstaltungsagenturen sowie Dienstleister aus der deutschen Tagungs- und Kongressbranche. Als Strategische Partner unterstützen die Deutsche Lufthansa, Deutsche Bahn und die DZT Deutsche Zentrale für Tourismus die Arbeit des GCB.

Das GCB wirkt als Schnittstelle zwischen Veranstaltern von Kongressen oder Tagungen und Anbietern des deutschen Tagungsmarktes, berät und

unterstützt bei der Planung und Organisation von Veranstaltungen, vermittelt Ansprechpartner und Kontakte.

www.gcb.de

www.kongresse-muenster.de

Impressum

Stadt Münster, Münster Marketing

Klemensstraße 10, 48143 Münster

Tel. (02 51) 4 92-27 10

Fax (02 51) 4 92-77 43

www.tourismus.muenster.de

tourismus@stadt-muenster.de

Verantwortlich: Bernadette Spinnen

Design, Umsetzung: www.landadesigner.de

Text: Juliane Unkelbach

Titelabbildung: (v.l.) Finn und Sam Kentrup, Anna Preuß, Linus Kentrup und Tom Preuß

Fotos: Presseamt Stadt Münster (Angelika Klausner), Juliane Unkelbach