Berichtsvorlage öffentlich

Federführendes Amt **Amt für Planung und Naturschutz**	Nr. **160/2024**

Betreff:

Sachstand zur Marke Münsterland

Beratungsfolge	**Termin**
Ausschuss für Umwelt, Klimaschutz, Mobilität und Planung Berichterstattung: KLD Martin Terwey	06.09.2024

Beschlussvorschlag:

Kenntnisnahme

Erläuterungen:

Ende 2017 beschlossen die Münsterlandkreise und die Stadt Münster einen strategisch angelegten systematischen Aufbau einer Marke Münsterland. Der Münsterland e. V. wurde von der Region damit beauftragt, diesen Prozess federführend umzusetzen.

Seit 2020 wird das Münsterland mit einem klaren Profil nach innen sowie nach außen unter dem Leitnarrativ und Claim „MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.“ kommuniziert. Zielgruppen sind dabei vorrangig Fach- und Arbeitskräfte, Touristen und die Einwohnerinnen und Einwohner des Münsterlandes als beste Markenbotschafter unserer Region. Im Fokus der bisherigen regionsweiten Markenstrategie stand der Aufbau und die Etablierung der Regionalmarke, die als fortlaufender Prozess verstanden werden muss.

Das Leitprojekt Picknick³ dient dazu, das Lebensgefühl im Münsterland im Rahmen eines griffigen, nachvollziehbaren und praktisch umsetzbaren Formates zu transportieren und bietet somit auch insbesondere für die Partner aus Stadtmarketing, Kultur, Einzelhandel und Gastronomie Möglichkeiten der gewinnbringenden Anknüpfung. Zu den regionalen Aktivitäten zählen u. a. die Münsterländer Picknicktage mit zahlreichen Picknick-Veranstaltungen, Kamin-Picknicks im Winter, regelmäßige Netzwerktreffen mit Touristikern, Stadtmarketings, Kommunen und Veranstaltern von Picknicks, die Bereitstellung von Picknick-Equipment zum Kauf oder als Verleih sowie Aktionen wie „Verschenke ein Picknick“ mit lokal erzeugten Produkten in besonderen Picknickkisten.

Das Leitprojekt „Service Onboarding@Münsterland“ unterstützt sowohl Arbeitgeber beim Employer Branding und Standortmarketing als auch Fachkräfte beim Ankommen und Hierbleiben. Zu den Bausteinen gehören eine persönliche Beratung von Fachkräften, Willkommensevents, die Vernetzung und Präsentation von Top-Arbeitgebern im Arbeitgebernetzwerk Onboarding@Münsterland, die Bereitstellung von Standortporträts aller Münsterland-Kommunen und die Durchführung von Kampagnen zur Unterstützung der Fachkräfteansprache. Der Service dient zugleich als Instrument, den überdurchschnittlich starken und dynamischen Wirtschaftsstandort Münsterland wahrnehmbarer zu machen und auf die Landkarte starker Wirtschaftsstandorte zu setzen. Die Durchführung des Leitprojektes findet in Abstimmung mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (gfw) statt.

Aufbauend auf die bisherige Arbeit wird seitens des Münsterland e. V. im Rahmen der jetzigen Zwischenbilanz u. a. auf die Markenstudie vom Marktforschungsinstitut Interrogare GmbH mit unterschiedlichen Erhebungszeitpunkten (Frühjahr 2020, Herbst 2020, Frühjahr 2022 und Frühjahr 2024) zurückgegriffen, um über einen längeren Zeitraum Erkenntnisse über die Bekanntheit und die Wahrnehmung des Münsterlandes im Selbstbild (Einwohner des Münsterlandes) und Fremdbild (Einwohner anderer Regionen außerhalb des Münsterlandes) zu erlangen. Neben dieser umfangreichen Marktforschungsmaßnahme werden soweit möglich auch kampagnenbezogene Controlling-Maßnahmen, Social-Media-Kennwerte und praktische Erfahrungswerte herangezogen.

Zusätzlich gibt der Geschäftsbericht 2023 des Münsterland e. V. Einblicke in die vielfältigen Aktivitäten, die im Rahmen der Marke Münsterland durchgeführt wurden. Der Geschäftsbericht ist als Download verfügbar unter: https://www.muensterland.com/muensterland-e.v/ueber-uns/aufgaben.

Die Fortsetzung der erfolgreichen Marketing-Aktivitäten ist die Voraussetzung dafür, dass das positive Image des Münsterlandes auch zukünftig erhalten bleibt und noch weiter

gestärkt wird. Die Mittel für die Marke Münsterland sind im Entwurf des Haushaltes 2025 und sowie für die Folgejahre veranschlagt.

In gleicher Form engagieren sich auch die anderen Münsterlandkreise Borken, Coesfeld und Steinfurt sowie die Stadt Münster.

In der Sitzung werden der neue Vorstand vom Münsterland e. V., Herr Andreas Grotendorst, und Frau Selina Kroesemeijer über den aktuellen Sachstand des gemeinsamen Markenbildungsprozesses Münsterland berichten.