



DER GEMEINSAME WEG ZUR MARKE MÜNSTERLAND – AUFBAU, ETABLIERUNG UND VERBREITUNG



GRUßWORT

Andreas Grotendorst

Ab dem 1. August 2024 Vorstand des
Münsterland e.V.

*„Eine Region braucht überzeugende Konzepte
und Menschen mit Anziehungskraft.“*

”



VIER JAHRE MARKE MÜNSTERLAND. 2020 – 2023

WIR BLICKEN ZURÜCK UND VORAUS AUF
UNSEREM WEG ZU EINER
WAHRNEHMBAREN MARKE MIT
STRAHLKRAFT.



DIE MARKE MÜNSTERLAND IST UNSERE
GEMEINSAME STRATEGIE FÜR EINE
**VERSTÄRKTE WAHRNEHMUNG DES
MÜNSTERLANDES,** UM DAMIT
STANDORTENTSCHEIDUNGEN VON
EINWOHNERN, FACH- UND ARBEITSKRÄFTEN,
INVESTOREN UND TOURISTEN ZU
BEEINFLUSSEN.

DABEI GEHT ES NICHT ALLEINE DARUM, IN DER BREITE SICHTBAR ZU WERDEN (REICHWEITE), SONDERN AUCH UM DIE QUALITATIVE EBENE.

DIE MARKE STEHT FÜR QUALITÄT UND VERTRAUEN IN UNSERE LEISTUNGEN ALS REGION UND FÜR DIFFERENZIERUNG IM WETTBEWERB DER REGIONEN.



INVESTITIONEN IN DIE MARKE 2020 – 2023

Bestehende Vereinbarung: Vereinbarung aller Kreise und der Stadt Münster besteht, € 0,95 pro Einwohner für den Markenaufbau Münsterland zu zahlen (Beschlussfassungen von 2019).

Ganzheitlicher Ansatz: Der Markenaufbau ist allumfassend, d. h. alle Maßnahmen, Dienstleistungen und Projekte des Münsterland e.V. zahlen bereits aktuell bzw. zukünftig auf die Marke ein. Es erfolgt ein intensiver Austausch und eine ebensolche Abstimmung zwischen dem Markenteam und den weiteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu deren Tätigkeiten, um eine größtmögliche Effizienz der Maßnahmen und der eingesetzten Mittel beim Aufbau der Marke „Münsterland“ zu erzielen. Daher ist eine inhaltliche und finanzielle Trennung zwischen Markenaufbau im engeren Sinne und allen operativen Tätigkeiten des Münsterland e.V. nicht zielführend.

Bruttowerte im Durchschnitt der Jahre 2020 bis 2023

€ 840.000	Personalkosten (AG-Brutto, u. a. sind auch allgemeine Gehaltssteigerungen zu berücksichtigen, mehr Stellenanteile im Laufe der Jahre) sowie Miete, Nebenkosten, Bürobedarf, Reisekosten etc.
€ 375.000	Markenkommunikation (u. a. Internetpräsenzen, Printmedien, PR & ÖA, Social Media (Marketing), Influencer-Kooperationen, Messepräsenzen (u. a. Expo Real), Nutzungsrechte Marke, Foto-/Videoshootings, verschiedene Kampagnen, Werbeaktionen (z. B. Hofläden), Controlling)
€ 163.000	Leitprojekt Service Onboarding@Münsterland (inkl. Fach-/Arbeitskräftekampagne)
€ 92.000	Leitprojekt Picknick ³ (inkl. Münsterländer Picknicktage)
€ 1.470,000	Gesamt

ARBEITSBEREICHE, UM DIE MARKE AUFZUBAUEN, ZU STÄRKEN UND IN DIE WAHRNEHMUNG ZU BRINGEN.

STRATEGISCHE ZUSAMMENARBEIT

u. a.

- Marke als Fundament für strategische, regionale Konzepte (z. B. für informelle Regionalentwicklung, Territoriales Strategiekonzept, Integriertes Handlungskonzept)
- Grundlage für die Produkt- und Projektentwicklung
→ Qualitätssicherung

MARKETING & PR

u. a.

- Aufbau und Betreuung verschiedener Kommunikationskanäle
- Marketinginstrumente und -Materialien
- regelmäßige Werbekampagnen, insbesondere zur Vermarktung als Destination Münsterland und als Arbeits- und Lebensregion Münsterland



LEITPROJEKTE DER MARKE & BESPIELUNG WEITERER KERNTHEMEN IN DEN BEREICHEN TOURISMUS, WIRTSCHAFT UND KULTUR

u. a.

- Service Onboarding@Münsterland (Fachkräftesicherung, Willkommenskultur, Arbeits- und Lebensregion Münsterland)
- Picknick³ (Kommunikationsprojekt für die hohe Lebensqualität im Münsterland)
- Schlösser- und Burgenregion, Radregion, Pferderegion
- Wirtschaftsnahe Themen (u. a. EFRE-Projekte zur Förderung der ökologischen Transformation, Öko-Modellregion Münsterland, Münsterland ist Klimaland)

PARTNER & NETZWERKE

u. a.

- Entwicklung und Weitergabe von kostenlosen Tools und Materialien (z. B. Open Data, Bilder)
- Ansprechpartner bei Fragen zur Nutzung der Marke oder Marketingthemen (z. B. Social Media)
- Unterstützung beim Standortmarketing

UNSERE STRATEGIE: VON INNEN NACH AUSSEN. DAS MÜNSTERLAND ...

... und seine Partner

AKTIVIEREN UND DIE BASIS SCHAFFEN.

u. a.

- Markenportal
- Nutzungsbedingungen
- Markenmeldung
- Markenpräsentationen
- Markenhandbuch
- CD-Manuals
- Markenpartner-Akquise
- Netzwerk-Veranstaltungen und Marken-Seminare
- Open-Data-Tools
- Hilfestellung zum Thema Standortmarketing
- Präsentation in den Gremien der Städte und Gemeinden

... und seine Bewohner

ERREICHEN UND DIE IDENTIFIKATION STÄRKEN.

u. a.

- Ausbau Regionsportal und Social-Media-Kanäle
- Imagefilm
- Freizeit-Kampagnen (u. a. "Dein MünsterLand Moment")
- Themen-Kampagnen ("Münsterland ist Klimaland")
- Münsterland-Kollektion
- Picknick-Angebote
- Willkommensevents
- Aufstellung Markenbänke/ Ausstattungselemente
- Promo-Events
- Kino-Werbung
- div. Gewinnspiele

... überregional

KOMMUNIZIEREN UND BEKANNT MACHEN.

u. a.

- Fachkräftekampagnen/ Willkommensservice
- Touristische Kampagnen (z. B. Das Gute erleben)
- Reisemagazin
- Contentproduktion (Bild- und Videomaterial, Audioinhalte)
- Reisemagazin
- Münsterland-Blog
- Podcast ("SO ODER SO")
- Schlösser- und Burgen-App

AKTIVITÄTEN

UND IHRE ERFOLGE UND WIRKUNGEN



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

VIER JAHRE MARKE MÜNSTERLAND.

WIR HABEN EINEN **KOMMUNIKATIONSMIX**

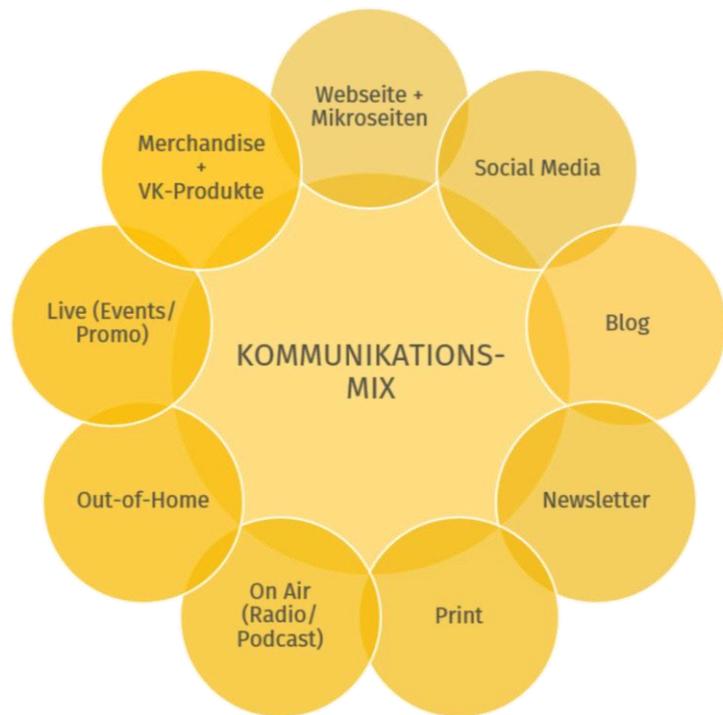
AUFGESTELLT UND AUSGEBAUT,

DER EINE **ZIELGRUPPENORIENTIERTE** UND

EFFEKTIVE KOMMUNIKATION

ERMÖGLICHT.





KOMMUNIKATIONSMIX DER MARKE MÜNSTERLAND

Mit dem breiten Kommunikationsmix und den hochwertigen Inhalten erreichen wir die Zielgruppen dort, wo sie sich befinden und erhöhen damit die Chance auf Mehrfachkontakte.

Auf den nächsten Folien werden einige Beispiele von Kommunikationsmaßnahmen dargestellt.

SOCIAL MEDIA

MULTICHANNELKOMMUNIKATION



- Mit der Marke haben wir eine starke Social-Media-Präsenz für das Münsterland geschaffen.
- Dafür ist eine tägliche Betreuung notwendig und es werden fortlaufend neue Inhalte entwickelt.
- Stetige Überprüfung und Anpassung der Social-Media-Strategie notwendig.
(Corona-Pandemie, Russisch-Ukrainischer Krieg, Social-Media-Plattformen im Wandel, Ausbau LinkedIn, Ausstieg Twitter)



Hauptkanäle



www.instagram.com/muensterland.dasguteleben

www.instagram.com/muensterland



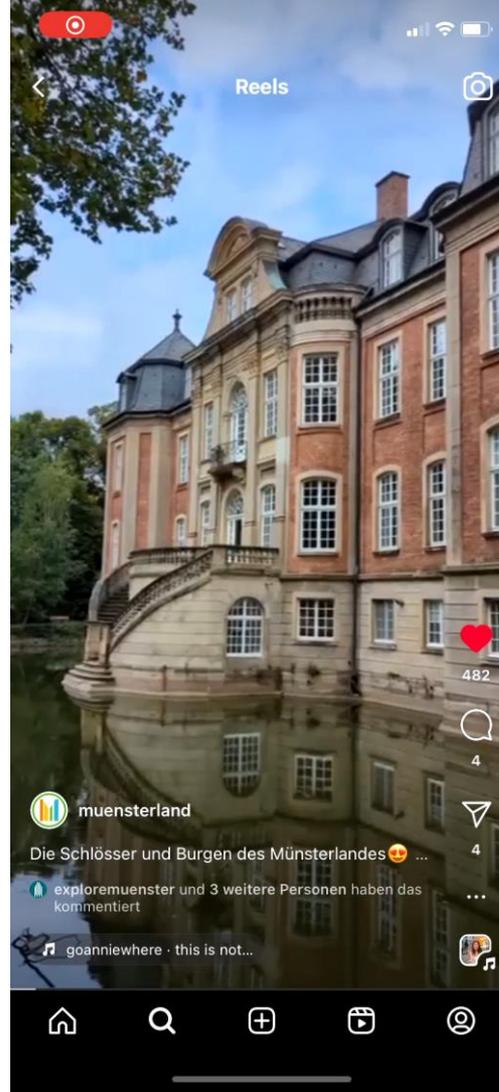
www.facebook.com/MuensterlandDasGuteLeben

www.facebook.com/muensterland

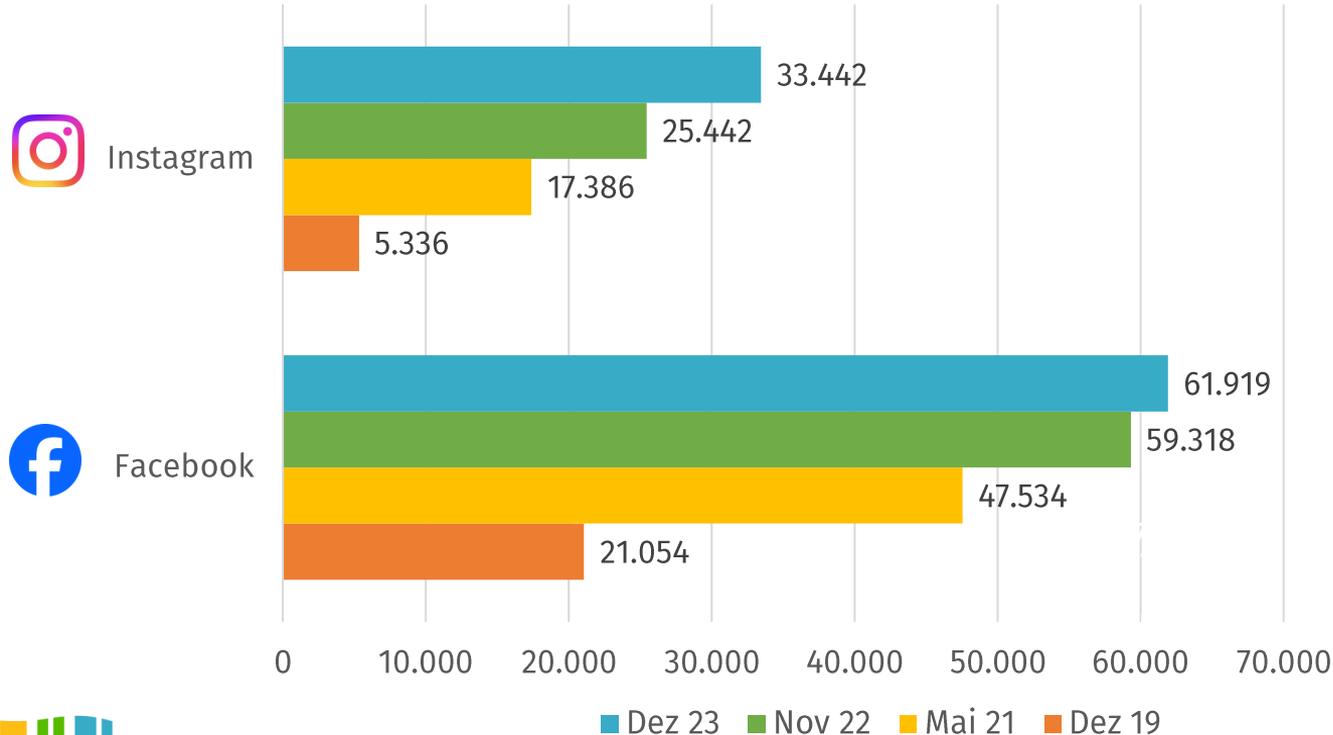
CONTENT-
BEISPIELE



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.



SOCIAL MEDIA | Follower KPI & METRIKEN





Regionsportal muensterland.com

- Inhalte zu allen Bereichen (Tourismus, Wirtschaft, Kultur)
- Starke Search-Engine-Optimierung
- Automatische Übersetzung in drei Sprachen

Insgesamt
über 12,5
Mio.
Seitenauf-
rufe

ZEITRAUM: 2020 - 2023

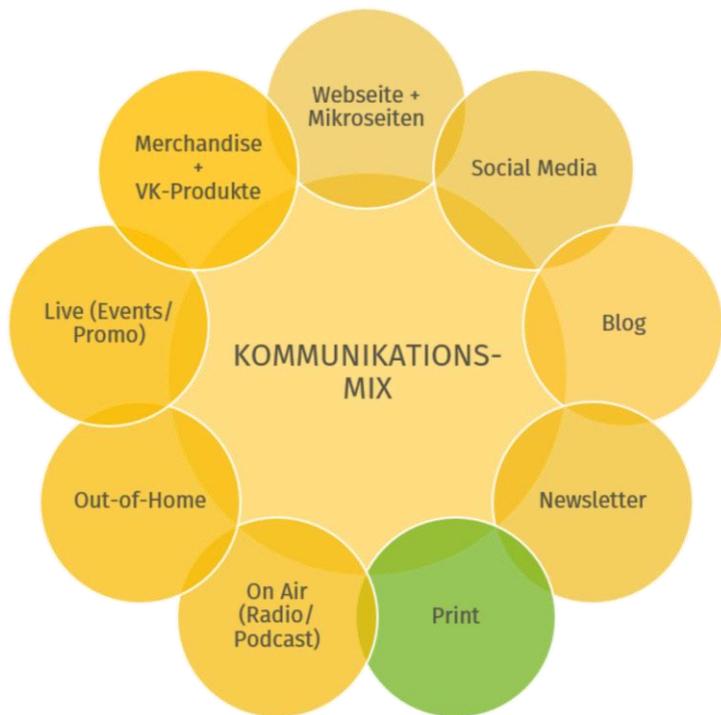
Live (Events / Promotion)



© Münsterland e.V. / Philipp Fölting
© Münsterland e.V.



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.





1_Wunderschoen_Urlaub_rund_um_Muensterland
©WDR/Beate Höfener

Veröffentlichungen in regionalen und überregionalen Medien

u. a. ZDF Länderspiegel, DB
Mobil, WDR Wunderschön!,
Merian, WDR Westart,
Apotheken-Umschau

Insgesamt
über 2350
Veröffent-
lichungen

ZEITRAUM: 2020 - 2023

GROßE KAMPAGNEN 2020 – 2023

Dein MünsterLand Moment

2020 – 2021 – 2022



390 Mio.

Kampagnen zur
Bewerbung
der Picknicktage

2021 – 2022 - 2023



18,4 Mio.

Rückkehrer- und
Fachkräfte-Kampagne

2021 – 2022 - 2023



39,7 Mio.

Kurz Urlaub, lange
Träumen
(Schlösser- und
Burgenregion)

2021



44,9 Mio.

DAS GUTE ERLEBEN
(REACT-EU)

2022 – 2023



50 Mio.

Radkampagne
(Schlösser- und
Burgenregion)

2023



57 Mio.

GESAMTREICHWEITE MARKETING & PR

2020 bis
einschl.
2023

ÜBER **793 MILLIONEN** KONTAKTE

Kontakte sind Mehrfachkontakte. Eine Person kann mehrfach von einem Werbeeintrag erreicht werden.



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

ERFOLGE & WIRKUNG

ERFOLGSMESSUNG DER MARKE

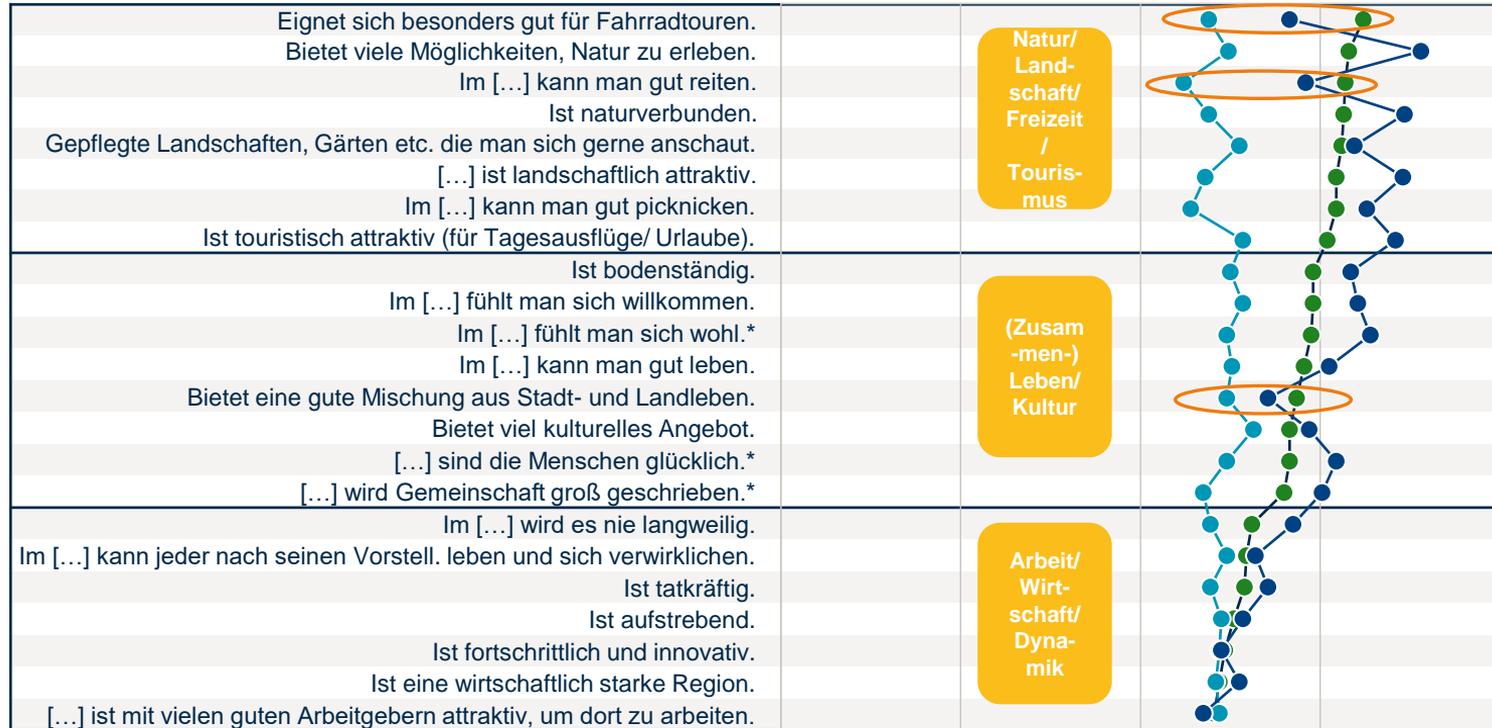
REGELMÄßIGE MARKENSTUDIEN

- Nullpunktmessung: Frühjahr 2020
- Zwischenmessung: Mitte November 2020
- Folgemessung 1: Frühjahr 2022
- Folgemessung 2: Frühjahr 2024
- Quantitative Online-Befragung
- Marktforschungsinstitut Interrogare GmbH

Ziel der Studie ist es, Erkenntnisse über die Bekanntheit und die Wahrnehmung des Münsterlandes im Selbstbild (Einwohner des Münsterlandes) und Fremdbild (Einwohner anderer Regionen außerhalb des Münsterlandes) zu erlangen.

Veröffentlichung: www.muensterland.com/markenstudie

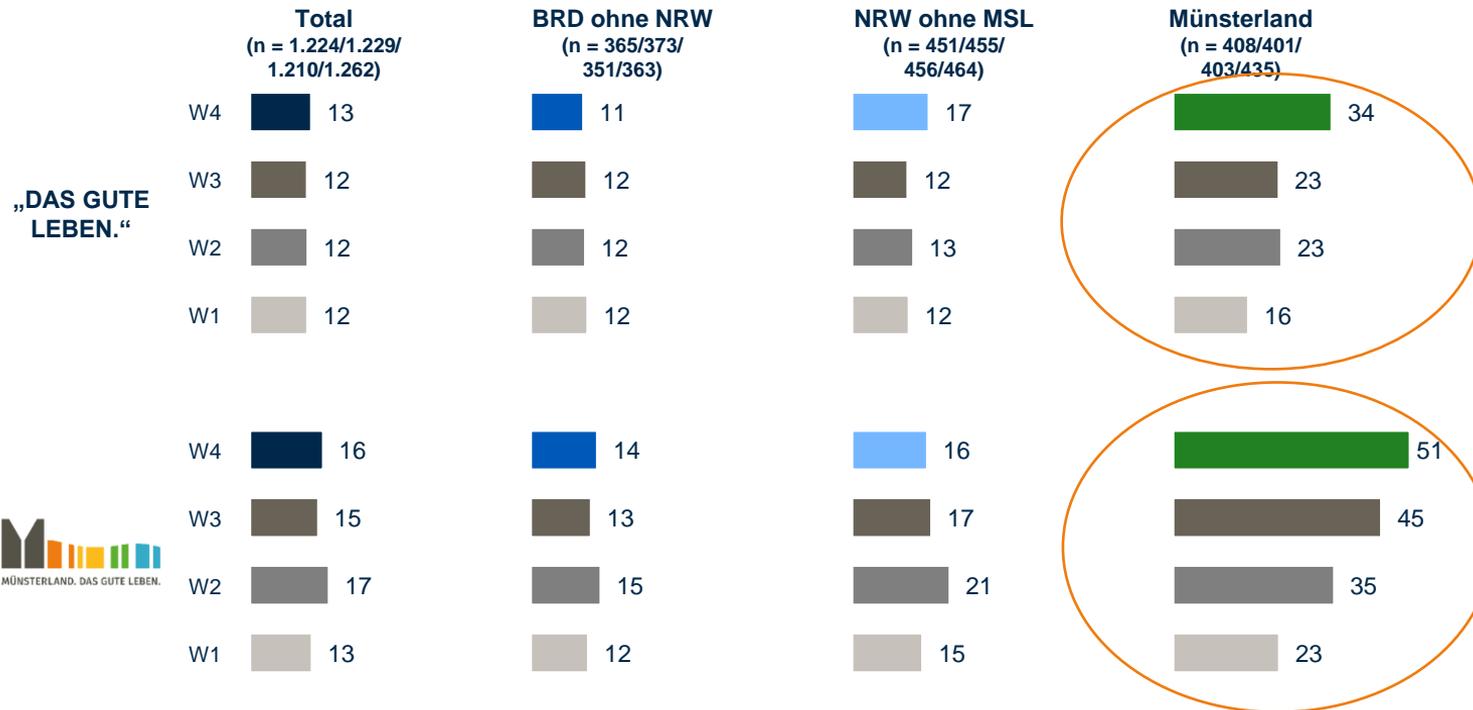
Explizites Image der Regionen Welle 4 – Wettbewerbsregionen



5 4 3 2 1

Basis: Alle Befragten, die das Münsterland (W4: n=1.224) / Region Aachen (W4: n=660) / Allgäu (W4: n=698) kennen und bewertet haben; Mittelwerte; Skala von 1 – Trifft voll und ganz zu bis 5 – Trifft überhaupt nicht zu.; Frage: Wie sehr treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf [...] zu? *Item nur in W4 abgefragt.

Bekanntheit von Logo und Slogan des Münsterlandes 1/2



Basis: Befragte, die das Münsterland kennen (W4: n=1.224/ W3: n=1.229/ W2: n=1.210/ W1: n=1.262); Anteil „Ja“ Bekanntheit; Angaben in %
 Frage: Kennen Sie den Slogan des Münsterlands "DAS GUTE LEBEN."? / Haben Sie das oben gezeigte Logo des Münsterlands schon einmal gesehen?

LEITPROJEKTE DER MARKE

- PICKNICK³
- SERVICE ONBOARDING@MÜNSTERLAND



PICKNICK – AUSDRUCK UNSERES LEBENSGEFÜHLS



DAS PROJEKT „PICKNICK³“

Picknick-Netzwerk

aufbauen, stärken und ausbauen

6 Picknickdialoge

540 Teilnehmer

Picknickkollektion

Verkauf und Verleih von
Liegen, Decken, Kisten usw.

7824 Kisten
verteilt

1144 Liegen mit Regionslogo

3745 Mal Liegen
verliehen

Erlebnisse

besondere Picknickerlebnisse entwickeln und vermarkten

20 Erlebnisse

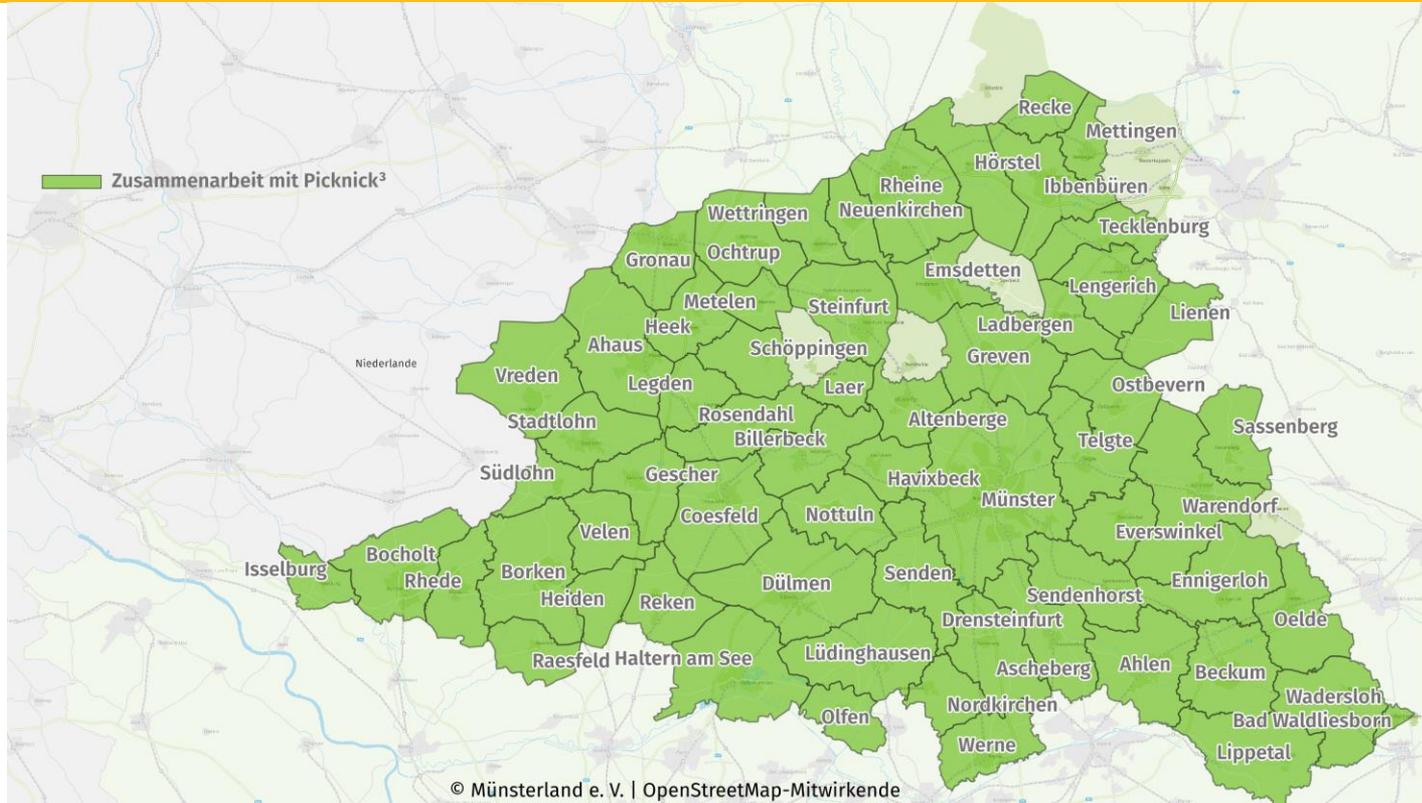
22 Gastronomiepartner

Picknickplätze

auswählen und kommunizieren

42 Picknickplätze

PICKNICK-NETZWERK IN DER REGION



PICKNICK ALS GANZJÄHRIGES FORMAT ETABLIERT.



© Münsterland e.V./Philipp Fölting

KAMINPICKNICKS

Seit 2023 im Winter

Mit Kulturprogramm

4-5 Veranstaltungen pro Jahr



© Münsterland e.V./Philipp Fölting

MÜNSTERLÄNDER PICKNICKTAGE

Jedes Jahr rund um den 18. Juni

Bewerbung mit Kampagne

Um die 40 Veranstaltungen und Angebote pro Jahr



© Bever Deele Lütke Zutelgte

VERSCHENKE EIN PICKNICK

Jedes Jahr in der Weihnachtszeit

Bewerbung mit Kampagne

Um die 50 Teilnehmer pro Jahr



**ARBEITGEBER VERNETZEN –
FACHKRÄFTE SICHERN
SERVICE ONBOARDING@MÜNSTERLAND**

© Fotos: Münsterland e.V. / Fötting



ANKOMMEN. WOHLFÜHLEN. HIERBLEIBEN.

- Integration von zugezogenen Fach- und Arbeitskräften sowie Rückkehrenden
- Employer Branding – Regional Branding
→ gemeinsame Aufgabe von Region und Arbeitgebenden

ARBEITGEBERNETZWERK ONBOARDING@MÜNSTERLAND

208 Arbeitgeber gesamt

WILLKOMMENSEVENTS

23 Events in allen Landkreisen +
Stadt Münster

BERATUNGEN FACHKRÄFTE

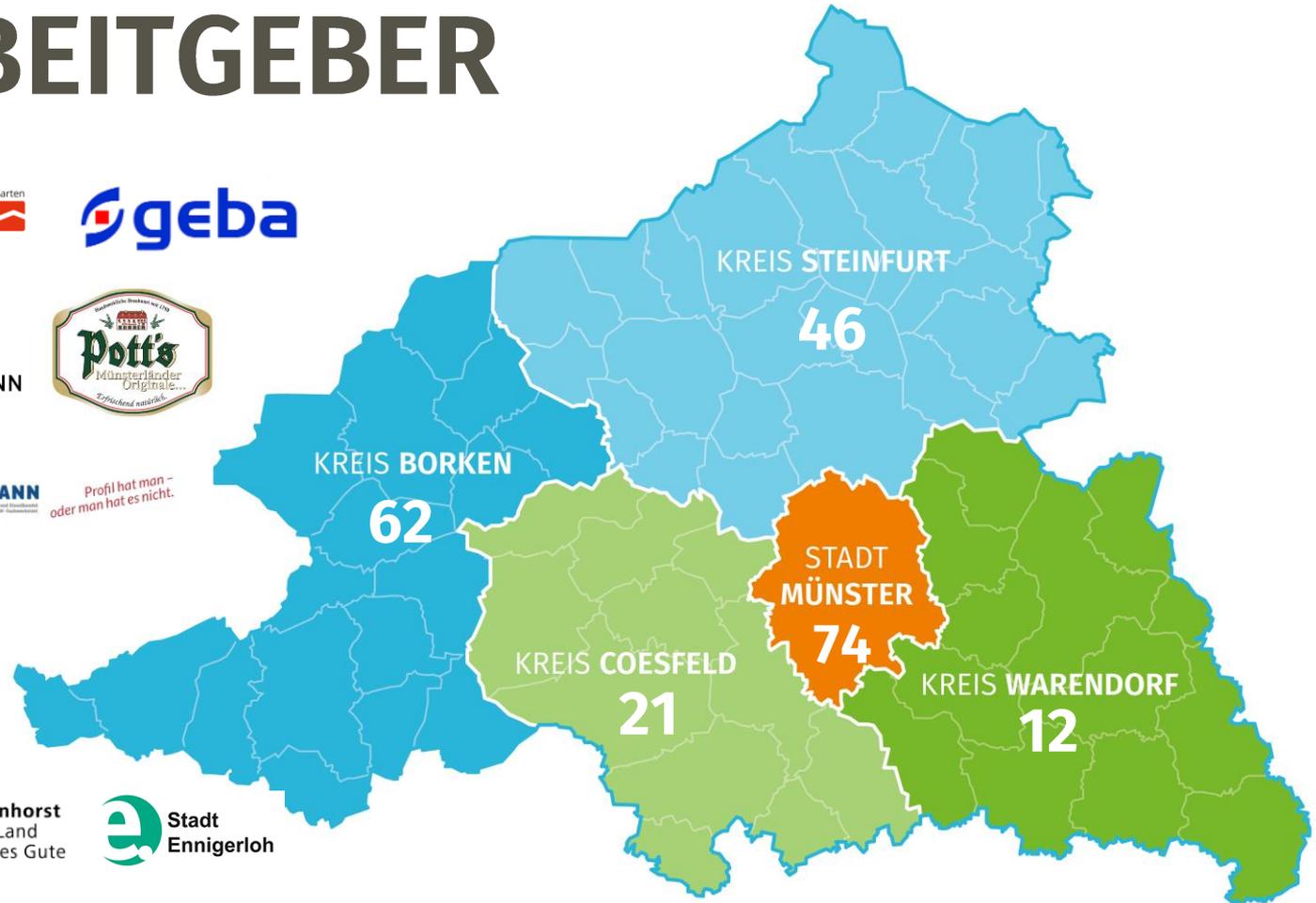
1.4.2021 – 31.12.23

1318 Kontakte

493 Beratungen

TOP-ARBEITGEBER

hygi.de



2024

LET'S START ONBOARDING INTERNATIONALS.

**NEUER BERATUNGSSERVICE FÜR UNTERNEHMEN
SEIT APRIL 2024**

ONBOARDING INTERNATIONALER FACHKRÄFTE SERVICE FÜR ARBEITGEBER IM MÜNSTERLAND:

INFOPORTAL UND PERSÖNLICHER BERATUNGSSERVICE MIT LOTSENFUNKTION

- FACHKRÄFTEEINWANDERUNGSGESETZ
- PERSONALSUCHE IM AUSLAND
- BERUFLICHE ANERKENNUNG
- ONBOARDING IM UNTERNEHMEN

GUT INFORMIERT DIE RICHTIGE ANLAUFSTELLE
AUF SUCHEN

muensterland.com/internationals



MEHRWERTE FÜR KOMMUNEN UND UNTERNEHMEN

- **TRANSPARENZ** schaffen über Unterstützungsangebote u. Anlaufstellen im Münsterland
- **BERATUNGSSERVICE** für Arbeitgeber bei individuellen und themenübergreifenden Fragen zum Thema internationale Beschäftigung
- **BÜNDELUNG VON INFORMATIONEN** entlastet Kommunen und unterstützt Arbeitgeber

FAZIT



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

**EIN MARKENPROZESS IST
KEIN SPRINT, SONDERN EIN
MARATHON.**



ERSTE ETAPPE GESCHAFFT.

DIE **MARKE HAT SICH** IN DER REGION
ETABLIERT UND DAS
STANDORTMARKETING VERFÜGT
ÜBER EINE **BASIS MIT STABILEN**
STRUKTUREN.



**DAMIT TRÄGT DIE
MARKE MÜNSTERLAND DAZU BEI,
DAS GUTE LEBEN
HEUTE UND IN ZUKUNFT
IN DER REGION ZU FÖRDERN
UND ZU SICHERN.**



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

NEUIGKEITEN AUS DEM MÜNSTERLAND E.V.



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

AUSSTATTUNGSELEMENTE

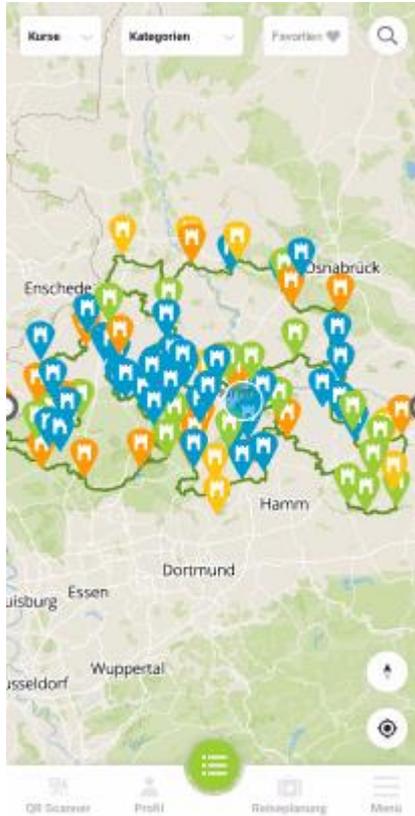
Im Rahmen des EFRE-Projekts „Schlösser- und Burgenregion Münsterland wurden insgesamt **circa 250 Ausstattungselemente** in der Region aufgestellt.

Z.B. Fotorahmen, Picknickplattformen, Logobänke, Infotafeln und Tisch-Bank-Kombinationen.



©Münsterland e.V./Philipp Fölting

DIE APP „SCHLÖSSER & BURGEN MÜNSTERLAND“



APP IN DIE SCHLÖSSER- UND BURGENREGION MÜNSTERLAND!

Mit Mini-Games, persönlichen Führungen durch AR-Guides, handverlesenen Insider-Tipps und spannenden Hörreisen.

Hier geht's zur kostenlosen App - „Schlösser & Burgen Münsterland“

MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

Das Projekt „Schlösser- und Burgenregion Münsterland“ wird gefördert durch:

EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

2024

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

EFRE.MNW
Ministerium für Wirtschaft und Beschäftigung

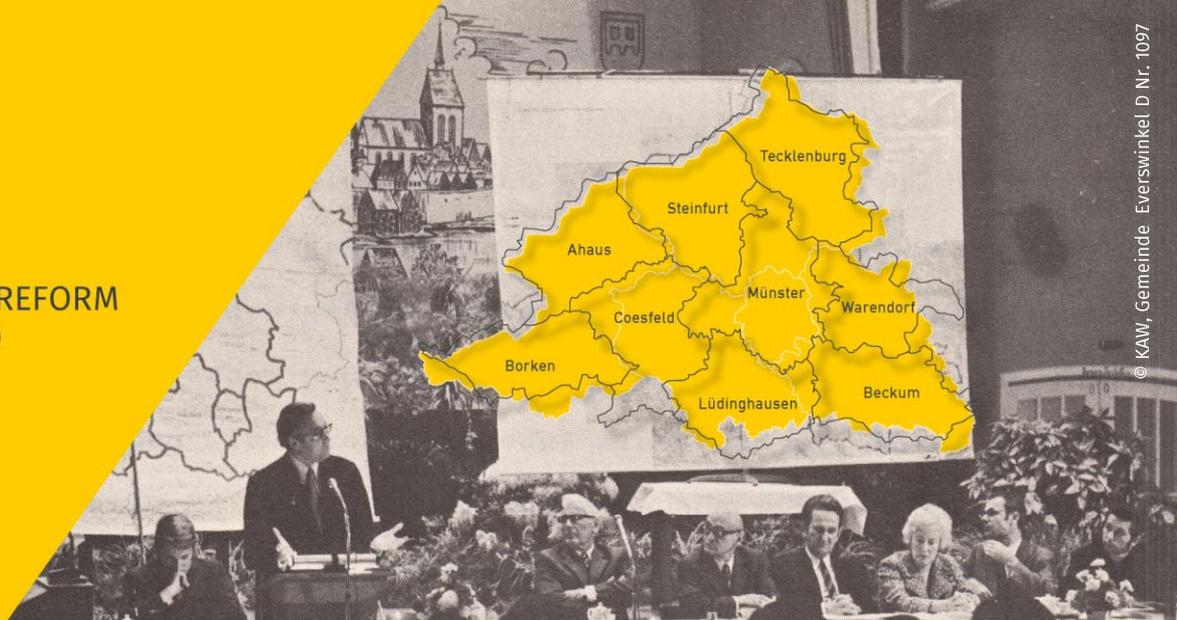
NORTH RHEIN WEST FALEN



MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.

Schilder wechsel

50 JAHRE GEBIETSREFORM
IM MÜNSTERLAND



- Anlässlich des 50. Jubiläums der kommunalen Gebietsreform blickt das Kulturbüro des Münsterland e.V. unter künstlerischer Perspektive auf die Auswirkungen der Neugliederung im Münsterland.
- Die ausgewählten Projekte werden am 10. Oktober mit einer Auftaktveranstaltung vorgestellt und im ersten Quartal 2025 regionsweit umgesetzt.
- Für Anfang Mai 2025 ist als Höhepunkt und Abschluss eine Präsentationswoche mit allen Beiträgen geplant.

MÜNSTERLAND IST KLIMALAND



© Münsterland e.V./ Philipp Fölting

- Schirmherr der regionalen Kampagne ist Regierungspräsident Andreas Bothe
- Motto „Gemeinsam auf lokaler Ebene für den regionalen Klimaschutz“
- Unterstützung durch Landesagentur NRW.Energy4Climate mit zwei regionale Klimanetzwerkern
- Regelmäßige Kampagnenworkshops und Weiterentwicklung mit neuen Materialien (z.B. **Sanierungsleitfaden Münsterland**)
- „Klimagipfel Münsterland“ am 15. Mai in Münster mit Unterzeichnung des **Kommuniqués** „Münsterland ist Klimaland – Wir sind dabei!“ von 65 Kommunen

muensterland.com/klimaland

ÖKOMODELLREGION MÜNSTERLAND



- Feierlicher Auftakt am 11.03.2024 mit Ministerin Silke Gorißen, Landräten und Oberbürgermeister der Stadt Münster.
- Netzwerktreffen „Treffpunkt bioregional!“ mit Unternehmensnetzwerk.
- 2023 zum ersten Mal bioregionale Nachzielverpflegung beim Münsterland Giro. Weiterführung im Jahr 2024.
- Präsentation auf dem Tag der Landwirtschaft in Telgte am 09.06.2024 mit Stand auf der Wiese vom Kreis Warendorf.
- Planung einer gemeinsamen Veranstaltung im Bereich Schulverpflegung mit Gesundheitsamt Kreis Warendorf.
- Förderung der digitalen Sichtbarmachung von bioregionalen Zutaten aus dem Münsterland mit Open Data.
- Workshops „Social Media“ und „Verkaufsgespräche erfolgreich führen“ zur Absatzsteigerung für landwirtschaftliche Betriebe in Kooperation mit LVÖ und Landservice.



© Münsterland e.V./ Philipp Fölting
© Münsterland e.V.

Über 5 Millionen Euro Förderungen für nachhaltige Innovationen und Start-Ups im Münsterland



1

Grünes Gründen Münsterland

Gründerinnen und Gründern den Zugang zu Wissen im Bereich der ökologisch nachhaltigen Technologien zu ermöglichen

2

Sustainable Innovation Münsterland

Etablierung von Open Innovation Formaten zur nachhaltigen Transformation im Münsterland

3

Kreislaufwirtschaftsregion Münsterland

Aufbau einer zentralen Anlaufstelle und Kompetenznetzwerk zum Thema Kreislaufwirtschaft in der Region

Volumen:
ca. 5,4 Mio. Euro

Laufzeit:
2027



SCHLUSSWORTE

- Voraussetzung für Förderung ist primär regionale Wirksamkeit
- Wir brauchen überzeugende Konzepte und Menschen mit Anziehungskraft
- Lokale Bedeutsamkeit funktioniert in Zukunft nur mit regionaler Bedeutsamkeit und Verbundenheit



Wir brauchen Menschen mit mehr Selbstbewusstsein für unsere Region:
MÜNSTERLAND. DAS GUTE LEBEN.



Copyright: Freepik.com

WIR HALTEN SIE AUF DEM LAUFENDEN.

Mit dem Newsletter des
Münsterland e.V. und
bei LinkedIn.

muensterland.com/newsletter

COPYRIGHT

Bildmaterial

Titelfolie: Münsterland e.V./Christoph Steinweg

Alle in dieser Präsentation enthaltenen Strategien, Modelle, Medien, Konzepte und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme bei Quellenangaben) von Münsterland e.V. und urheberrechtlich geschützt. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung. Personen außerhalb des Münsterland e.V. sind nicht berechtigt diese Präsentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung vom Münsterland e.V. abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.