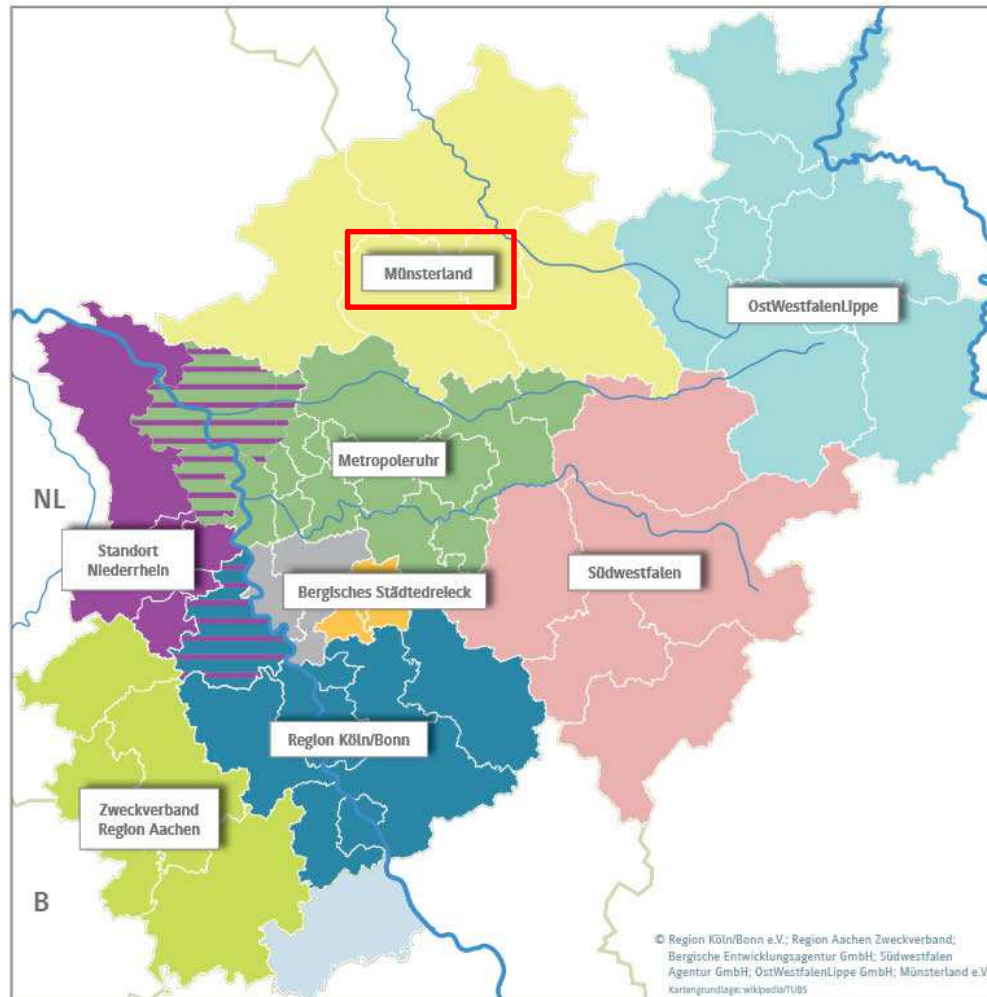




Münsterland e.V.

Münsterland



Regionalmanagements in Nordrhein-Westfalen

Stand: Juni 2013

Akteure

-  Bergische Entwicklungsagentur GmbH
-  hoch3
-  Münsterland e.V.
-  Münsterland
-  OstWestfalenLippe GmbH
-  Region Köln/Bonn e.V.
REGION KÖLN BONN
-  Regionalverband Ruhr
metropoleruhr
-  Südwestfalen GmbH

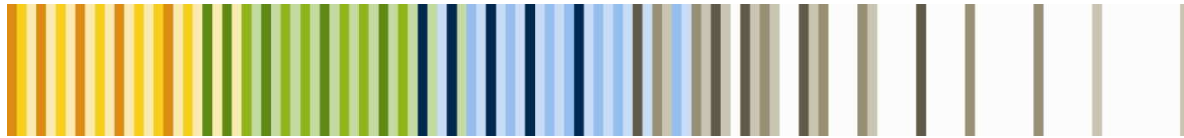
-  Zweckverband Region Aachen
region aachen
-  Standort Niederrhein GmbH
nieder rhein

© Region Köln/Bonn e.V.; Region Aachen Zweckverband; Bergische Entwicklungsagentur GmbH; Südwestfalen Agentur GmbH; OstWestfalenLippe GmbH; Münsterland e.V. Kartengrundlage: wikipedia/TUBS

Münsterland

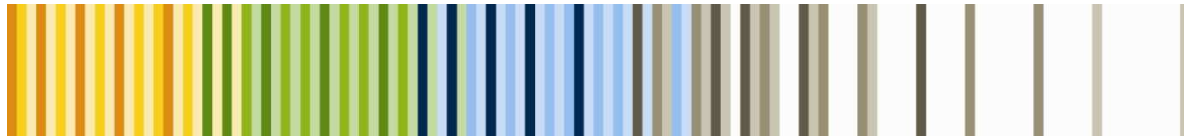
Regionalmanagement-Arbeitsbereiche

Einheit	Kultur	Tourismus/Naherholung/ Tourismusmarketing	(mit eigener Markenführung?)	Arbeitsmarkt / Beschäftigungsförderung	Fachkräfte	Frau und Beruf	Bildungsnetzwerke	Wirtschaftsförderung	Cluster / Brancheninitiativen	Innovationsförderung	Strukturpolitik	Standortmarketing / Regionalmarketing	(mit eigener Markenführung?)
Münsterland e.V.	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	REK ✓	✓	✓
OstWestfalenLippe GmbH	✓	✓	Teutoburger Wald (✓)	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓
Südwestfalen Agentur GmbH					✓			✓		✓	✓	✓	✓
Regionalverband Ruhr	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Berg. Entwicklungsagentur GmbH		✓						✓	✓	✓	✓	✓	
Zweckverband Region Aachen	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
Region Köln/Bonn e.V.	✓	✓						✓	✓	✓	✓	✓	✓



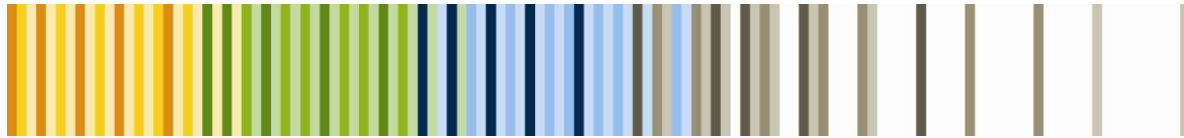
Struktur

- Region Münsterland wichtiger, auch emotionaler Bezugsrahmen in Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus und Kultur
 - Region im Ranking der einheimischen Bevölkerung hinter städtischem Bezugsrahmen, hat aber bei vielen externen Zielgruppen hohe Relevanz, dient als „Trichter“, der auf städtischen Bezugsrahmen hinlenkt
 - Je nach räumlicher Entfernung der Zielgruppe wird Relevanz einer Region größer bzw. ist selbst Region zu klein
 - Münsterland e.V. ist Regionalmanagement- und Wirtschaftsförderungsorganisation
 - Einzige operativ tätige Organisation des Regionalmanagements und der regionalen Wirtschaftsförderung für das gesamte Gebiet des Münsterlandes und darauf beschränkt
-



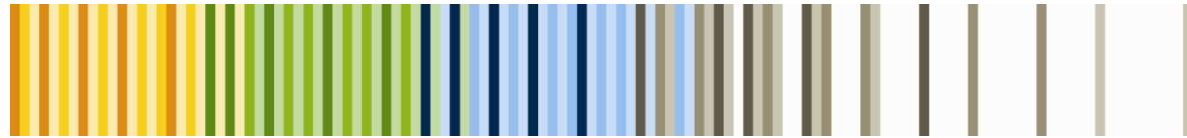
Eckdaten zum Münsterland e.V.

- Gegründet zum 01.01.2009 durch Verschmelzung der Vorgängervereine Aktion Münsterland e.V. (gegr. 1990) und Münsterland Touristik Grünes Band e.V. (1971)
 - Gesellschaftsform: eingetragener Verein (e.V.)
 - Sitz und Geschäftsstelle am Flughafen Münster/Osnabrück in Greven
 - Gremien: Mitgliederversammlung, Aufsichtsrat (18 Mitglieder), Vorstand (2 Mitglieder)
 - Ca. 375 Mitglieder, u.a. alle Kreise mit kreisangehörigen Städte und Gemeinden, Stadt Münster, ca. 210 Unternehmen, Verbände, Kammern, ca. 75 Multiplikatoren
 - Vier Arbeitsbereiche: Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Tourismus
 - Grundfinanzierung (ohne Sponsoring, Fördermittel etc.) zu über 90 % kommunal
 - Zusatzeinnahmen durch Sponsoring, Provisionen/Margen sowie Förderprojekte
-



Grundverständnis, Ziele, Strategie

- Regionalmarketing basiert auf einem gemeinsamen Grundverständnis und einer langfristigen Strategie, die nicht immer wieder geändert werden darf
 - Strategie, Arbeitsbereiche, (profilierende) Themen, Ziele und Zielgruppen müssen mittel- bis langfristig Bestand haben, bei konkreten Maßnahmen und Projekten können Veränderungen auch kurzfristig(er) vorgenommen werden
 - Ziele:
 - Stärkung des Markenkerns und Etablierung einer Marke „Münsterland“
 - Fokussierung auf wenige Themen und klar definierte Zielgruppen
 - Identifikation der Menschen mit der Region und Stärkung des Regionalbewusstseins
 - Verbesserung von Image und Bekanntheit des Münsterlandes außerhalb der Region
 - Fokussierte und zielgruppenorientierte Projekte und Dienstleistungen hoher Qualität
 - Kerngeschäft: punktgenaue Ansprache der Zielgruppen mit unterschiedlichen Medien
-



Zielgruppen Münsterland e.V.

Wirtschaft & Wissenschaft



- Mitglieder des Vereins
- Absolventen von Unis und Hochschulen
- Junge Menschen (z.B. Schüler)
- Unternehmer und Investoren

Kultur & Lebensart



- Mitglieder des Vereins
- Kulturschaffende und Kulturträger im MSL
- Kulturinteressierte Einwohner, Touristen und Freizeitsuchende

Tourismus



- Mitglieder des Vereins
 - Touristen und Freizeitsuchende im Allgemeinen
 - Erwachsene Paare, Aktive Best Ager, Familien i. Sp.
 - Tourist. Leistungsträger
 - Bevölkerung, Medien
-

Übergeordnete Tätigkeitsfelder

- Vorstand (Geschäftsführung des Vereins)
 - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: 0,5 Vollzeitarbeitskräfte
 - Administration:
 - Office Management: 0,6 Vollzeitarbeitskräfte
 - Buchhaltung: 0,75 Vollzeitarbeitskräfte
 - Grafische Arbeiten (Katalog-/Anzeigengestaltung): 0,3 Vollzeitarbeitskräfte
 - Logistik/Transport: 0,15 Vollzeitarbeitsplätze
 - Regelmäßig Praktikanten und freie Mitarbeiter
-

Handlungsfelder

Profilierung der
Kulturregion Münsterland

Profilierung der Region über
Schwerpunktthemen und Produkte

Profilierung der Schwerpunk-
branchen und Wettbewerbsvorteile
des Münsterlandes

Förderung von Kommunikation
und Kooperation zwischen Kultur-
schaffenden im Münsterland

Qualitative und serviceorientierte
Weiterentwicklung der Tourismus-
destination Münsterland

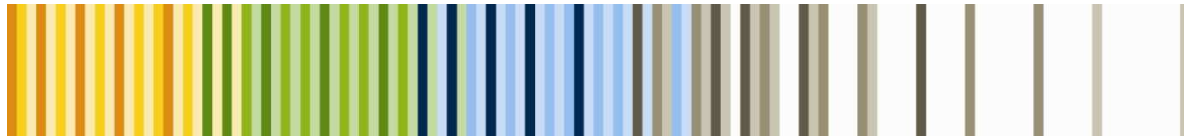
Förderung und Nutzung
von Innovationspotenzialen

Festigung kultureller Strukturen
und Sicherung der kulturellen
Versorgung im Münsterland durch
eigene Projekte

Vermarktung, Vertrieb, Vernetzung

Unterstützung bei der
Gewinnung und Bindung von
Fach- und Führungskräften

Regionalagentur Münsterland:
regionalisierte Arbeitsmarktpolitik



Mehrwerte für das Münsterland

- Der Fokus der Arbeit des Münsterland e.V. liegt satzungsgemäß auf dem Münsterland und damit mit tendenziell überwiegend mittelbaren und somit schwer messbar positiven Auswirkungen auf die Kommunen und Leistungsträger
 - Münsterland e.V. ersetzt kein/e lokale/s Marketing/Wirtschaftsförderung/Kulturarbeit, ganz im Gegenteil ergänzen sich diese. Nur durch ein Zusammenwirken auf den unterschiedlichen räumlichen Ebenen, also betrieblich, lokal, regional, landes- und sogar bundesweit, funktioniert eine erfolgreiche Standortmanagement- und -marketingarbeit
 - Daher ist es auch nicht zielführend und sinnvoll „Mehrwerte“ auf Ebene der Kreise/der Städte und Gemeinden „herunterzuberechnen“
-



Finanzstruktur (Ø Jahre 2012-2014)

€ 1.432.500,-- Grundfinanzierung (Mitgliedsbeiträge und Verlustausgleich)

Abzgl. € 731.500,-- Personalkosten „Kern“ (ohne Förderprojekte): 51 %

Abzgl. € 82.500,-- Miete, Nebenkosten, EDV „Kern“ (ohne Förderprojekte)

Abzgl. € 103.000,-- Sonstige betriebliche Aufwendungen „Kern“ (ohne Förderprojekte)

Abzgl. € 36.500,-- Mitgliedschaften, insb. Tourismus NRW e.V.

Abzgl. € 59.000,-- Porto/Versand (saldiert)

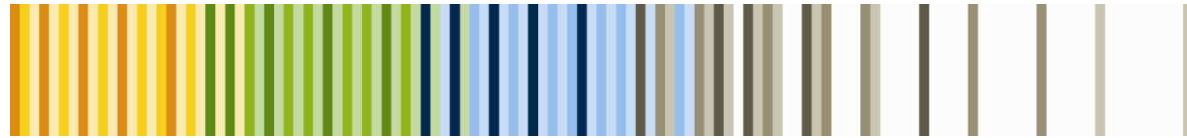
Abzgl. € 35.500,-- Abschreibungen

Abzgl. € 107.500,-- Nicht-abziehbare Vorsteuern (Rückstellung)

Abzgl. € 165.000,-- Eigenanteile Förderprojekte

€ 112.000,-- Zwischensumme nach Abzug Geschäftsbetrieb u. Eigenanteile

7,8 % Prozentualer Anteil



Finanzstruktur (Ø Jahre 2012-2014)

€ 112.000,-- Zwischensumme nach Abzug Geschäftsbetrieb u. Eigenanteile

Zzgl. € 8.000,-- Projektsporing saldiert (inkl. zweckgebundene Ausgaben)

Zzgl. € 62.000,-- Touristisches Buchungsgeschäft saldiert (Provisionen, Margen)

Zzgl. € 222.000,-- Erträge aus Marketing und Projekten

€ 404.000,-- Summe, die in Marketing und Projekte fließt

→ d.h. die nach Abzug des Geschäftsbetriebes und der Eigenanteile zur Verfügung stehende Summe wird mehr als verdreieinhalbfacht
