



Antrag

Borken, 10.07.2019

Sitzungsvorlage Nr. 0196/2019/KREIS

Beratungsfolge	Datum	Status
Kreistag	11.07.2019	öffentlich

Zuständige Facheinheit: 15 - Stabsstelle	Berichterstatter/-in: Elisabeth Lindenhahn
---	---

**Beratungsgegenstand:**

Marke Münsterland - geänderter Beschlussvorschlag;  
Antrag der SPD-Fraktion v. 10.07.2019

**Beschlussvorschlag:**

1. Der bisherige Verlauf des Markenbildungsprozesses Münsterland wird zur Kenntnis genommen.
2. Die in der Sachdarstellung aufgezeigten weiteren Schritte zur Umsetzung der Marke „Münsterland“ werden **zur Kenntnis genommen**. Die angekündigte Bereitschaft der Industrie- und Handelskammer und der Handwerkskammer, den Markenaufbau „Münsterland“ weiterhin zu unterstützen, wird begrüßt.
3. Einer Erhöhung des jährlichen Zuschusses an den Münsterland e.V. um 0,75 € pro Einwohner/in **für die Zeit vom 01.01.2020 bis 31.12.2022** zur Finanzierung der Umsetzung der Marke „Münsterland“ wird zugestimmt.
4. **In 2022 findet eine Evaluation statt. Diese muss durch einen externen Anbieter erfolgen. Insbesondere muss die Wirksamkeit der bis dahin für die Marke „Münsterland“ veranlassten Marketingstrategien untersucht werden. Sowie eine Abrechnung, wofür die Zuschüsse bisher ausgegeben wurden, erfolgen. Erst nach Abschluss dieser Wirksamkeitskontrolle wird über eine Weitergewährung des Zuschusses entschieden.**

**Sachdarstellung:**

Das von Münsterland e.V. vorgelegte Marketingkonzept ist wenig überzeugend.

Die SPD-Fraktion ist davon überzeugt, dass das Münsterland eine „Marke“ braucht. Ob wir allerdings dafür den richtigen Weg beschreiten, ist fraglich.

Eine Marke kann als die Summe aller Vorstellungen verstanden werden, die ein Markenname oder ein Markenzeichen bei Kunden hervorruft bzw. beim Kunden hervorrufen soll, **um die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.**

Dass dies Ziel des Konzeptes ist, lässt weder Vorlage noch die Vorstellung des Konzeptes durch die Marketingagentur erkennen.

Der Imagefilm zeigt zum Teil sehr gegensätzliche Bilder aus dem Münsterland in schneller Abfolge. Aber eine aussagekräftige Botschaft, was das Münsterland ausmacht, lässt der Film vermissen.

Gute Arbeits- und Lebensbedingungen sowie Kultur- und Naturräume, die kaum Grenzen kennen – bei uns im Münsterland lässt es sich gut arbeiten und vor allem hervorragend leben. Das sollte die Devise sein.

Um Standortvorteile auch über die Grenzen des Landes hinaus bekannter zu machen, müssen Kampagnen mit aussagekräftigen Botschaften erarbeitet und gesendet werden.

Die Botschaften müssen jedoch so formuliert werden, dass jeder erkennen kann, was sich hinter dieser Botschaft verbirgt. Botschaften müssen auch Emotionen wecken.

Wir müssen uns darauf verlassen, wenn Herr Hans von der Agentur husare sagt, er sei erst seit Kurzem mit dem Auftrag befasst und konnte in der Kürze der Zeit noch nicht alles berücksichtigen.

Die SPD-Kreistagsfraktion hat sich daher nach mehreren langen Diskussionen mehrheitlich dazu durchgerungen, „**befristet für drei Jahre**“ dem Münsterland e.V. den beantragten Zuschuss zu gewähren. Nach diesen drei Jahren muss es möglich sein, die Kampagne mit allen Erfordernissen auf den Weg zu bringen und erste Erfolge zu erzielen, die dann auch messbar sind. Erst dann wollen wir darüber entscheiden, ob der Zuschuss weiterhin gewährt werden kann.

Eine weitere Begründung erfolgt mündlich.

Mit freundlichen Grüßen

Elisabeth Lindenhahn