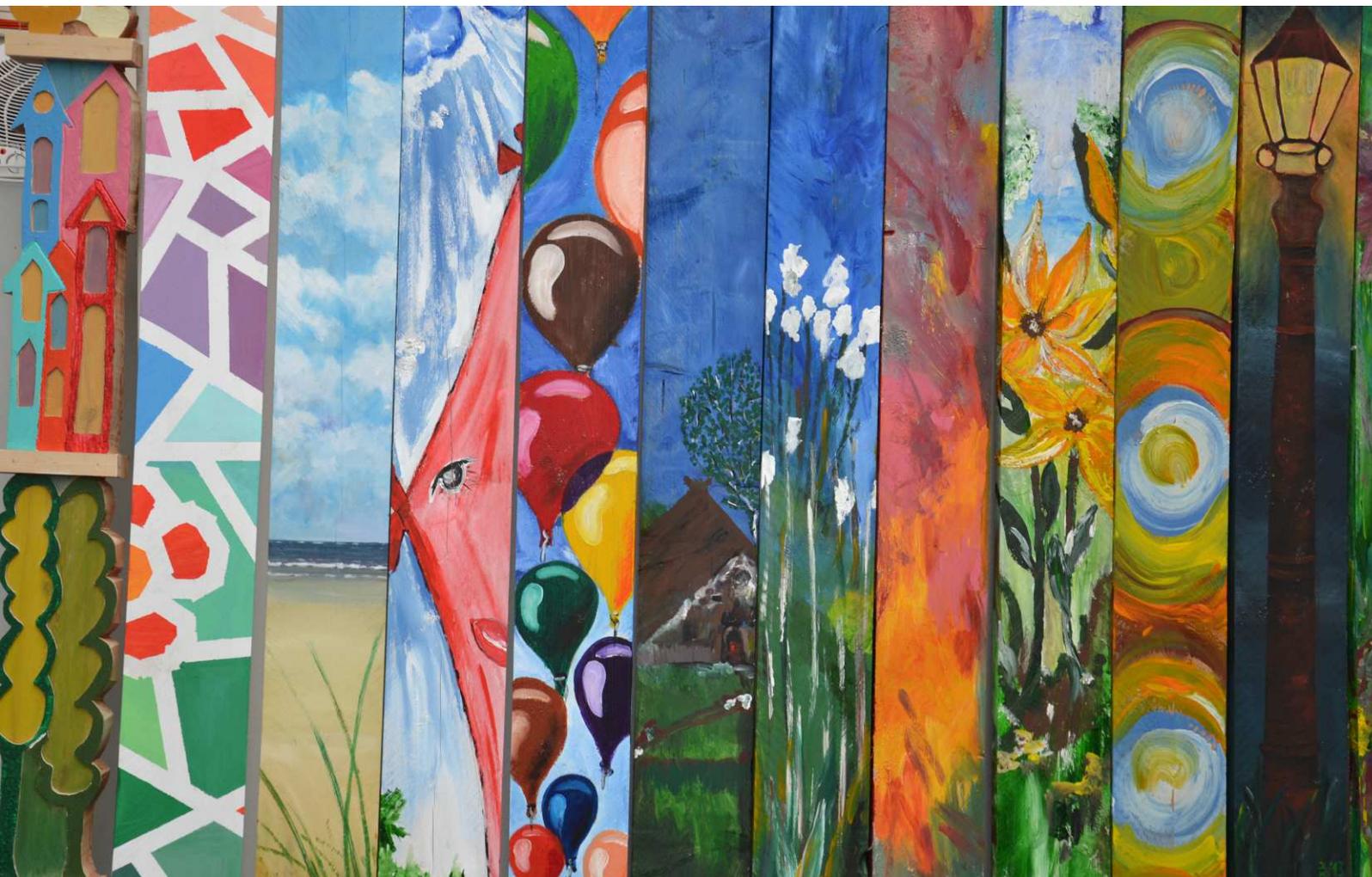


Stadtmarketingverein Offensive Lengerich e.V.

Geschäftsbericht 2015



	Seite
Inhaltsverzeichnis	2
1. Stadtmarketing – Gemeinsam aktiv für Lengerich	3
2. Vorwort	4
3. Organisation	5-6
Vorstand/Geschäftsstelle/Arbeitskreise	5
Mitglieder	6
Finanzen/Beitragsordnung	6
4. Tätigkeitsbericht	7-12
Vereinsintern	7-8
Projekte / Programme / Veranstaltungen	8-12
5. Ansprechpartner	13

1. Stadtmarketing – Gemeinsam aktiv für Lengerich

Stadtmarketing hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung in der Entwicklung einer Stadt gewonnen. Aber was macht Stadtmarketing aus?

In 2014 hat die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. - kurz „bcsd“ - eine Umfrage bei ihren 300 Mitgliedern durchgeführt. Bei der Frage nach den Aufgabenbereichen des Stadtmarketings belegen die drei Klassiker Events, Citymanagement und Tourismusmarketing die ersten Plätze. Hier lassen sich nach wie vor die Kernkompetenzen von Stadtmarketing verorten. Berücksichtigt man neben der federführenden Rolle auch die Beteiligung daran, ist ebenso die Öffentlichkeitsarbeit, Kulturmarketing und kooperative Stadtentwicklung von großer Bedeutung.

Bewerten die City- und Stadtmarketingorganisationen die Aufgabenbereiche des Stadtmarketings nach Wichtigkeit, so landet das Eventmarketing mit 75 % allerdings im Mittelfeld. Mit rd. 80 % liegen Tourismusmarketing, Citymanagement, Standortmarketing, Wirtschaftsförderung und Öffentlichkeitsarbeit darüber.

Bei der Frage nach den Zielen des Stadtmarketings zeigt sich, dass in den letzten 10 Jahren ein leichter Wandel vollzogen worden ist. Waren „Stadt attraktiver machen“ und „Handel fördern“ vor Jahren noch die bedeutendsten Ziele, so sind nun „Identität stärken“, Kooperation/Vernetzung lokaler Akteure vorantreiben“ und „Stadtmarke entwickeln und vermarkten“ an deren Stelle getreten. Auffällig ist, dass 13 von 15 Zielen von mehr als der Hälfte der Befragten als wichtig eingestuft werden. Auch hierin zeigt sich die Vielseitigkeit des Stadtmarketings.

Bei den wichtigsten Problemen werden in der Studie die fehlenden Ressourcen finanziell und auch personell am gravierendsten benannt.

Insgesamt stellt der bcsd fest, dass die Disziplin Stadtmarketing in der Gesellschaft angekommen ist und die nachrückende Generation von Bürgermeistern und Politikern die Möglichkeiten und Chancen eines ganzheitlichen Stadtmarketings erkennen.

Die Betrachtung macht sehr deutlich, dass Ziele und Aufgaben fast alle Bereiche der Stadtentwicklung berühren und zeigt zudem das Spannungsfeld auf, in dem Stadtmarketing agiert.

In Lengerich hat man sich schon vor 20 Jahren dieser Herausforderung gestellt und 1995 auf Initiative der Bürgerschaft sowie von Unternehmen und Institutionen den Stadtmarketingverein Offensive Lengerich e.V. gegründet.

Die Organisationsform „Verein“ wurde ganz bewusst gewählt, um die Partizipation zu fördern, aber die ehrenamtliche Wahrnehmung einer so komplexen Aufgabe stößt -wie auch die Studie des bcsd festgestellt hat - zunehmend an finanzielle und personelle Grenzen.

2. Vorwort

Nach über 20 Jahren meiner Vorstandstätigkeit in der Offensive habe ich als Bürgermeister eine neue Aufgabe übernommen. Hierbei ist meine neue Tätigkeit in vielen Bereichen eine Fortsetzung meines bisherigen Engagements für Lengerich.

Gemeinsam mit etlichen Lengerichern hatten wir uns bei der Gründung der Offensive Lengerich vorgenommen, die Attraktivität der Stadt für die Bewohner und Besucher Lengerichs zu verbessern. Als Ziel wollten wir das bedeutendste Mittelzentrum zwischen den Oberzentren Münster und Osnabrück werden.

Hierzu muss sich aber das Image der Stadt erheblich verbessern und es stellt sich mir die Frage: Welches Image hat denn unser Lengerich? Sind wir eine Ackerbürgerstadt, die es schon lange nicht mehr gibt oder sind wir nicht vielmehr ein Industriestandort in landschaftlich attraktiver Umgebung?

Wenn wir unsere Stadt zu einer Marke machen wollen, so müssen die Bürger die Botschafter unserer Marke Lengerich sein. Das erfordert aber eine große Übereinstimmung zwischen Markenpositionierung und der Zielgruppe Lengericher Bürgerschaft.

Es gibt zahlreiche Besonderheiten in unserer Stadt, wobei die Offensive bei einigen mitgewirkt hat. Ich denke an die Vergegenwärtigung des Lengericher Conclusums, den Generationenpark, die Gempthalle, die Bürgerstiftung Gempt, die Helios-Klinik, den Canyon, die Krippenausstellung, den Römer, die Kirche, den ALVA-Skulpturenpark und vieles mehr. Aber wo wird dies alles zusammengetragen und positiv vermittelt?

Was muss geleistet werden, damit die Lengericher stolz auf ihre Stadt sind? Ich glaube, dass ein Imagewandel ein langfristiger Prozess ist, der vielleicht erst nach vielen Jahren zum Erfolg führt. Der Grund: Von den 100 % Informationen, die auf uns einströmen, beachten wir maximal nur 1 %. Deshalb verändern erfolgreiche Marken sich in ihrer Grundgestalt kaum und wiederholen ihre Marken-Botschaft permanent.

Zukünftig müssen wir noch mehr Mitglieder für unseren Verein gewinnen, denn erst durch den Einsatz vieler überzeugter Lengericher Mitbürger kann es uns gelingen, ein besseres Image zu bekommen.

Ich werde auch in meiner neuen Funktion als Bürgermeister hierzu meinen Beitrag leisten und die Arbeit des Stadtmakingvereins Offensive nach besten Kräften unterstützen.

Wilhelm Möhrke
1. Vorsitzender

3. Organisation

Vorstand

Der Vorstand des Stadtmarketingvereins setzte sich nach der Neuwahl in 2015 wie folgt zusammen:

1.Vorsitzender Wilhelm Möhrke
2.Vorsitzende Henrike Klein-Petzold
Schatzmeister Max Mews

Beisitzer/innen Elisabeth Braumann, Detlef Dowidat, Güseli Güney, Ulrike Höhenberger-Henze, Nina Lamprecht, Jendrik Peters, Michael Rottmann, Hans-Heinrich Tirp, Thomas Wiggers,

In 2015 fanden 7 Vorstandssitzungen statt, in denen strategische Themen erarbeitet und die Projekte geplant und koordiniert wurden. Darüber hinaus tagte der geschäftsführende Vorstand nach Bedarf.



Arbeitskreise

Zu den einzelnen Projekten wurden projektbezogene Arbeitskreise eingerichtet, die sich aus Mitgliedern des Vorstandes, der Geschäftsstelle und Mitgliedern der Offensive zusammensetzen.

Geschäftsstelle

Die Geschäftsführung wird satzungsgemäß von der Stadt Lengerich wahrgenommen. Geschäftsführer ist Jürgen Kohne, der bei der Stadt Lengerich das Bürgermeisterbüro leitet und damit das Bindeglied zur Stadt Lengerich ist.

Im Rahmen einer Fördermaßnahme beschäftigt die Offensive Iris Debbert als Bürokraft, die den Vorstand und die projektbezogenen Arbeitskreise unterstützt.

Die Geschäftsstelle befindet sich in der Stadtverwaltung, Tecklenburger Str. 2 und ist telefonisch unter 05481/33420 (Jürgen Kohne) und 05481/33416 (Iris Debbert) erreichbar.

Mitglieder

Die Mitgliederentwicklung verlief wie in den Vorjahren auf einem gleichbleibenden stabilen Niveau. Insgesamt konnten 10 neue Mitglieder aufgenommen werden, denen 8 Abgänge entgegenstehen. Daraus ergibt sich ein Mitgliederbestand am 31.12.2015 von 316 (im Vergleich zum Vorjahr Stand 31.12.2014 von 314).

Weiterhin hat der Stadtmakingverein Offensive mit 316 Mitgliedern im Vergleich zu vielen anderen Stadtmakingvereinen einen hohen Mitgliederbestand. Dennoch will die Offensive weiter wachsen und strebt einen kontinuierlichen Mitgliederzuwachs an. Hierzu ist es erforderlich, die Bedeutung des Stadtmakings noch stärker in der Lengericher Bevölkerung zu verankern.

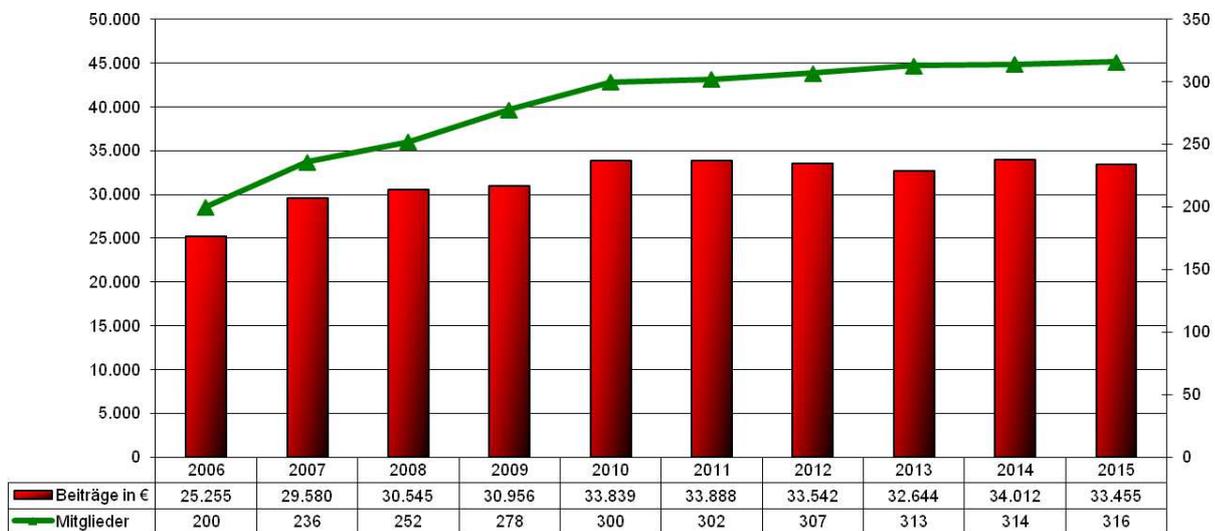


Tabelle Mitgliederentwicklung

Finanzen

Für das Geschäftsjahr 2015 waren Einnahmen i.H.v. 80.283,27 € und Ausgaben i.H.v. 72.014,19 € zu verbuchen.

Am 31.12.2015 betrug das Gesamtvermögen 23.600,16€ und war damit um 8.269,08€ höher als am Ende des Vorjahres. Der als gemeinnützig anerkannte Stadtmakingverein Offensive Lengerich e.V. hat im Jahr 2015 Einzelspenden i.H.v. insgesamt 7.842,24 € und Fördermittel von 15.960,00 € erhalten.

Beitragsordnung

Natürliche Personen Erwachsene	60 €
Kinder/Jugendliche	10 €
Vereine, Verbände, soziale Einrichtungen, Freie Berufe	125 €
Unternehmen, Körperschaften, Versicherungen, Kreditinstitute nach Zahl der Beschäftigten von	125 – 1000 €

4. Tätigkeitsbericht

Der Tätigkeitsbericht ist nach den Zielen der Offensive geordnet, um eine Reflexion der Projekte mit den satzungsgemäßen Vereinszielen zu ermöglichen.

Vereinsintern

22. ordentliche Mitgliederversammlung am 09.04.2015

Ziel: Mitgliederinformation

Im Rahmen der Mitgliederversammlung des Stadtmakingvereins Offensive haben sich mehrere Wechsel im Vorstand ergeben. Im Turnus von 2 Jahren wird der Vorstand neu gewählt.

Verabschiedet wurden die Beisitzer/innen Sonja Bender, Henrik Berlemann, Gerd Dallmüller und Michael Stenner. Neu in den Vorstand gewählt wurden Güseli Güney, Nina Lamprecht, Jendrik Peters, Michael Rottmann und Thomas Wiggers. Elisabeth Braumann gab die Position der 2. Vorsitzenden an Henrike Klein-Petzold ab. Sie verbleibt aber als Beisitzerin im Vorstand. Der Vorsitzende dankte allen Vorstandsmitgliedern für die ehrenamtlich geleistete Arbeit zum Wohle Lengerichs.

Der geschäftsführende Vorstand ließ das Jahr 2014 Revue passieren und stellte die einzelnen Projekte vor. Hierzu gehörten insbesondere die Landschaftskunstprojekte „Der Grüne Raum“ von Andreas Hetfeld und „Die Vision Weltkulturerbe Lengerich“ von Ralf Witthaus.

Im Anschluss hielt Herr Jürgen Block, Geschäftsführer der Bundesvereinigung City- und Stadtmaking Deutschland e.V. einen Vortrag über Entwicklungen im Stadtmaking.

Pressearbeit / Information / Medien / Info-Stände

Ziel: Präsentation des Vereins, Mitgliederinformation, Mitgliederwerbung

Die Printmedien „Westfälischen Nachrichten“, das Wochenblatt „Wir In“ und das Monatsmagazin „mittendrin“ haben in 2015 die Aktivitäten der Offensive begleitet und dargestellt. Die Offensive bedankt sich bei den Redakteuren für ihre positive und umfassende Berichterstattung. In Fachzeitschriften wurden Presseartikel zu einzelnen Projekten veröffentlicht.

Neben den klassischen Printmedien bedient der Stadtmakingverein Offensive zunehmend auch die digitalen Medien. Neben der homepage www.offensive-lengerich.de ist die Offensive auch bei facebook präsent. Verstärkt werden zudem Anzeigen über facebook und google geschaltet, um ein breiteres Publikum und andere Zielgruppen zu erreichen.

Neujahrsempfang am 14.01.2015

Ziel: Kommunikation Mitglieder, Interessengruppen und Lengericher Akteure

Der Neujahrsempfang, der traditionell am 2. Mittwoch im Januar stattfindet, wird weiterhin gemeinschaftlich von der Stadt Lengerich, der Werbegemeinschaft Lengerich und dem Stadtmakingverein veranstaltet. Am 14.01.2015 war der Stadtmaking Offensive Ausrichter des Neujahrsempfanges. In seiner Ansprache richtete der 1.

Vorsitzende Wilhelm Möhrke den Blick auf die Ereignisse in der weiten Welt verbunden mit dem Geschehen vor Ort. Musikalisch wurde der Empfang durch Uwe Seyfert und Co. begleitet.

Vereinsfest am 16.08.2015

Ziel: Kommunikation Mitglieder, Förderung Vereinsleben

Die herrliche Kulisse des Schollbrucher Tals und die idyllische Hofanlage des Hofes Schlamann sorgten für eine schöne Atmosphäre beim Vereinsfest des Stadtmakingvereins Offensive Lengerich. Über 120 Vereinsmitglieder, Freunde und Gäste hatten sich auf den Weg nach „Schloman achtern Biärg“ gemacht. Viele nahmen die Gelegenheit wahr, die auf dem Hof ansässige Firma „Unternehmensberatung entra“ zu besichtigen.

Projekte / Programme / Veranstaltungen

Geschichte, Tradition und Denkmalschutz

Maibaumrichten am 01.05.2015

Ziel: Förderung der Tradition, Identitätsstiftendes Volksfest, Stärkung Wir-Gefühl

Aufgrund der ständigen Terminwechsel ist der Stadtmakingverein seit 2014 dazu übergegangen, das Maibaumrichten regelmäßig am 1. Mai durchzuführen. Auf ein umfangreiches Rahmenprogramm wird allerdings verzichtet. Am 01. Mai 2015 nahmen zahlreiche Besucher das Angebot an, den Rathausplatz als Ziel oder Zwischenstation für einen Maiausflug anzusteuern. Es herrschte ein reges Treiben in der Mitte Lengerichs. Die Restauration hatte Peter Schöckel mit seiner Gaststätte „Der Römer“ übernommen, für die Aufstellung des Maibaumes war das technische Team der Offensive verantwortlich. Musikalisch wurde die Veranstaltung von dem Duo „Glengar“ begleitet.

Himmelfahrtsgottesdienst am 14.05.2015

Ziel: Förderung des kirchlichen Lebens und der Ökumene

Der ökumenische Himmelfahrtsgottesdienst vor der alten Friedhofskapelle des LWL ist einzigartig in der Region. Er ist ein gutes Beispiel für eine gelebte Ökumene in Lengerich. Der Stadtmakingverein Offensive hat nach der Restaurierung der Kapelle diese besondere Veranstaltung initiiert und organisiert sie gemeinsam mit den Kirchengemeinden und dem Heimatverein. Auch in 2015 war der Gottesdienst gut besucht. Anschließend fand ein Austausch bei einer Tasse Kaffee bzw. Tee statt. Die Teilnehmer erlebten einen besonderen Gottesdienst an einem besonderen Ort.

10. Schaftag im Tecklenburger Land am 06.09.2015

Ziel: Förderung positiver Außendarstellung, regionaltypischer Besonderheiten, Geschichte, Zusammenarbeit unterschiedlicher Interessengruppen

Der Schaftag in der Bauernschaft Wechte hat sich zu einem Alleinstellungsmerkmal in der Region entwickelt und ist ein Beispiel für die Vielfalt, die Lengerich und das Tecklenburger Land zu bieten hat. Die Hauptattraktion war wiederum der Durchzug der Bentheimer Schafherde. Viele regionale Produkte, gedrechselte Kunstwerke aus Holz, Flachsanzbau und Leinenherstellung, Oldtimer-Trecker, ein attraktives Kinderprogramm und nicht zu vergessen ein Kuchenbuffet der Wechter Frauen erwartete die Besucher des Schaftages.

Veranstalter sind die ANTL (Arbeitsgemeinschaft Naturschutz Tecklenburger Land), der Stadtmakingverein „Offensive“, die Ig Teuto, die Oldtimerfreunde Wechte und der Trägerverein der Bodelschwingh-Kirche.

Lichterfest im Generationenpark am 11.11.2015

Ziel: Förderung der Tradition, Förderung der Identität

Gemeinsam mit dem AWO-Familienzentrum und der Bürgerstiftung Gempt plante die Offensive das 3. Lengericher Lichterfest im Generationenpark. Viele Kindergartenkinder mit ihren Angehörigen nahmen an dem Sternmarsch teil, der im Generationenpark endete. Dort erwartete die Besucher ein kurzweiliges Programm, zu dem natürlich auch das Singen von Laternenliedern gehörte.

Innenstadtbelebung / Einzelhandelsstandort / Stadtbild / Standortstärkung

Hausärztliche Notfallpraxis - Gesundheitsversorgung

Ziel: Steigerung der Lebensqualität, Sicherung der mittelzentralen Funktion

Die in der Helios-Klinik 2009 eingerichtete Hausärztliche Notfallpraxis wird vom Stadtmakingverein weiterhin unterstützt. Sie wurde auf Initiative der Offensive eingerichtet und ist dem Engagement der Ärzteschaft zu verdanken.

Der Stadtmakingverein freut sich besonders über die überaus positive Entwicklung im Bereich der Gesundheitsversorgung in Lengerich. Mit der Helios-Klinik, der LWL-Klinik und den niedergelassenen Ärzten verfügt Lengerich über eine sehr gute Gesundheitsversorgung verbunden mit hervorragender Kompetenz. Die aktuellen Diskussionen über Krankenhausschließungen im Umfeld zeigen, dass das damalige Engagement des Stadtmakingvereins zum Erhalt des Krankenhauses Lengerich weitsichtig war. Mit der Helios Klinik wurde ein starker Partner im stationären Gesundheitsbereich gefunden, der das Lengericher Krankenhaus kontinuierlich weiterentwickelt. Vor dem Hintergrund, dass die Gesundheitsversorgung ein bedeutender Standortfaktor ist, wird der Stadtmakingverein die Veränderungen im Gesundheitswesen weiterhin genau beobachten und mit den Klinikleitungen im engen Kontakt bleiben.

Hortensien in der Innenstadt

Die „Hortensienkübelaktion“ sorgte in den Sommermonaten für farbige Akzente in der Lengericher Innenstadt. In 2015 wurde die Aktion fortgesetzt.

Weihnachtsbeleuchtung in der Adventszeit

In der Adventszeit wurde die Innenstadt bislang ergänzend mit Lichterketten in den Straßenbäumen illuminiert. Aufgrund von zunehmenden Ausfällen hat sich die Werbegemeinschaft gemeinsam mit dem Stadtmakingverein und der Stadt für eine Ergänzung der Beleuchtung entschieden. Anstatt der störanfälligen Baumbelichtungen wurden für die Straßenlaternen Sternbögen installiert. Die Beleuchtung hat eine schöne atmosphärische Wirkung und ist bei der Bevölkerung gut angekommen. Zunächst wurden 35 Sternbögen von der Altstadt bis zum Rathausplatz angeschafft. Die Stadtwerke unterstützen die Aktion, indem sie das Auf- und Abhängen übernehmen.

Kunst im öffentlichen Raum / Natur gestalten

Ziel: Steigerung der Lebensqualität, Förderung von Kunst und Kultur, Förderung positiver Außendarstellung, überregionale Werbung, Tourismus

ALVA-Skulpturenpark

Als der ALVA-Skulpturenpark im Rahmen der Skulpturenbiennale Münsterland 2001 konzipiert und mit dem Jones-Garten als erstes Element realisiert wurde, war noch nicht abzusehen, dass das Gebiet am Südhang des Teutoburger Waldes so an Attraktivität und Anziehungskraft gewinnen wird. Der Jones-Garten mit den neuen Wegführungen war hier ein erster und wichtiger Schritt. Verbunden mit den Wegen zu den Aussichtsplattformen des Canyons ist hier ein einzigartiger Landschaftspark entstanden.

Der Eingang in den ALVA-Skulpturenpark an der LWL-Kapelle ist gleichzeitig auch Startpunkt der Wanderroute „Canyonblick“. Er gehört zu den schönsten Wanderrouten im Rahmen des Wandernetzes „Teutoschleifen“.

Die Ausdauer der Offensive, den ALVA-Skulpturenpark weiter zu qualifizieren, trägt somit Früchte. Die zuletzt erstellte Landschaftsskulptur „Der Grüne Raum“ wird gut angenommen und mit dem in der Planung befindlichen Projekt „Hortensienpark“ wird ein weiteres besonderes Alleinstellungsmerkmal angestrebt.

Gartentage 2016

Schal-Brett-Kunst

In 2015 wurde zur Bewerbung der Gartentage 2016 das Projekt „Schal-Brett-Kunst“ begonnen und in 2016 fortgesetzt.

Die Schalbretter sollen als Werbeträger für die Gartentage dienen und gleichzeitig ein Mit-Mach-Kunstprojekt für alle Bürgerinnen und Bürger sein. Jeder kann sich beteiligen. Die Form der Gestaltung der Kunstschalbrettes steht jedem Teilnehmer frei: Bemalen, Bekleben, Bestriicken oder einfach im Garten aufstellen. Vom Verkauf jedes Kunstschalbrettes geht je ein Euro an einen wohltätigen Zweck. Der Erwerb

eines Kunstschalbrettes kostet acht Euro. Zudem kann jeder, der sich mit dem Kauf eines Schalbrettes an dem Projekt beteiligt, attraktive Preise gewinnen. Das Kunstprojekt ist ein großer Erfolg. Bis zum Frühjahr 2016 wurden rd. 300 Bretter von Bürgern, Schülern, Kindergartenkindern, Unternehmen künstlerisch gestaltet. Einige Bretter sind bereits im öffentlichen Raum präsent.

Kultur / Bildung / Freizeit / Events

Irish Folk im Gempt-Bistro 31.01.2015

Ziel: Förderung von Kunst und Kultur, Kulturvielfalt, Unterstützung der Gempt-Halle
Die Veranstaltungsreihe „Irish Folk“ im Gempt-Bistro wurde am 31.01.2015 mit der Berliner Band Cobblestones fortgesetzt. Die Veranstaltung ist fast schon ein Geheimtipp und innerhalb weniger Tage ausverkauft.

Lengericher Jazz-Picknick am 14.06.2015

Im jährlichen Wechsel mit der Gartenmesse lädt die Offensive Lengerich alle zwei Jahre im Sommer zum Jazz-Picknick im Innenhof der LWL-Klinik ein. Ganz nach dem Vorbild eines englischen Musik-Picknicks wird Jazz- und Dudelsackmusik präsentiert. Viele Stände, Oldtimer und weitere Programmpunkte sorgen für eine abwechslungsreiche Atmosphäre. Dazu kommen typische britische, teils skurrile, Einlagen wie z.B. das Gummistiefelweitwerfen.

Die Veranstaltung ist einzigartig in der Region und hat eine große Fangemeinde. Auch in 2015 waren wieder ca. 300 Besucher zu verzeichnen. Der jährliche Wechsel mit den Gartentagen soll fortgesetzt werden.

Filmschauplätze NRW am 24.07.2015

Ziel: Förderung von Kunst und Kultur, Kinoangebot

Lengerich war zum 3. Mal Austragungsort der Filmschauplätze NRW. Am Freitag, den 24.07.2015 war Lengerich wieder der nördlichste Filmschauplatz NRW. In diesem Jahr wurde im Generationenpark der Film "Der 100jährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand" präsentiert. Es handelt sich um ein Roadmovie nach dem Weltbestseller von Jonas Jonasson um einen rüstigen Alten, der einst die Weltgeschichte veränderte. Über 500 Besucher kamen in den Generationenpark und erlebten einen kurzweiligen Kinoabend.

Die Offensive veranstaltet die Filmschauplätze gemeinsam mit der Stadt Lengerich und der Stadtparkasse Lengerich. Ein regelmäßiges Kinoangebot mit einem Kinobetreiber ist leider in Lengerich nicht zu realisieren. Umso wichtiger sind Veranstaltungen wie das open-air-Kino, das mit Unterstützung der Filmstiftung NRW in Lengerich organisiert wird.

Blue-Night@Gempt am 06.11.2015

Ziel: Förderung von Kunst und Kultur, Kulturvielfalt, Unterstützung der Gempt-Halle

Die Offensive hält weiterhin an der Blue-Night fest. Die Gempt-Halle bietet mittlerweile ein vielfältiges Veranstaltungsprogramm. Dennoch hält es die Offensive

für wichtig, dass das Engagement der Bürgerstiftung Gempt durch Veranstaltungen der Lengericher Akteure unterstützt und ergänzt wird. In 2015 wurde das Veranstaltungsformat „hochwertige Coverband“ fortgesetzt.

Mit der Gruppe „The Queen Kings“ konnte eine der besten Queen Tribute Bands Europas verpflichtet werden. Sie stand dem Original in nichts nach. Rd. 500 Besucher erlebten ein beeindruckendes musikalisches Live-Erlebnis. Das Publikum war begeistert.

Blues-Session im Gempt-Bistro

Ziel: Förderung von Kunst und Kultur, Kulturvielfalt, Unterstützung der Gempt-Halle
Seit Jahren findet immer am 1. Mittwoch im Monat die Blues-Session mit wechselnden Gästen im Gempt-Bistro statt. Der Bürgerstiftung ist es mit Unterstützung der Offensive gelungen, die Veranstaltung fest zu etablieren.

Krippenmarkt und Krippenausstellung vom 27.11.-29.11.2015

Ziel: Steigerung der Lebensqualität, Förderung von Kunst und Kultur, Förderung der Tradition und des Vereinslebens, Überregionale Werbung, Außendarstellung

Gemeinsam mit der Werbegemeinschaft Lengerich und der Stadt Lengerich organisiert der Stadtmakingverein am ersten Adventswochenende den Krippenmarkt rund um die Stadtkirche. Höhepunkt ist die große Krippenausstellung im Inneren der Kirche.

Die Krippenausstellung ist mittlerweile eine der größten ihrer Art im Münsterland. Die Exponate variieren jedes Jahr und werden von Privatpersonen zur Verfügung gestellt. Als idealer Ausstellungsraum hat sich der Kirchenraum erwiesen.

Die erfolgreiche Krippenausstellung hat dazu geführt, den ehemaligen Weihnachtsmarkt in „Krippenmarkt“ umzubenennen und damit ein Alleinstellungsmerkmal in der Region zu schaffen. 40 Hütten und Stände, eine Hobbykünstlerausstellung im Foyer der Stadtparkasse, musikalische Darbietungen und eine Feuershow locken alljährlich viele Besucher in die Stadt.

Die Lengericher Weihnachtskugel – in diesem Jahr mit dem Motiv Gut Erpenbeck – war wieder ein Verkaufsschlager.

Erstmals präsentierte sich die Offensive mit einem Weinzelt in dem „Novello“ ausgeschenkt wurde. Das „Novello-Zelt“ wurde von vielen Besuchern des Krippenmarktes und Mitgliedern der Offensive besucht und fand Dank einer guten Bewirtung großen Anklang.

5. Ansprechpartner in der Offensive

Geschäftsführender Vorstand

1. Vorsitzender Wilhelm Möhrke

☎ 05481/5648

2. Vorsitzende Henrike Klein-Petzold

☎ 05481/ 9033131

Schatzmeister Max Mews

☎ 05481/802-102

Beisitzer/innen

Elisabeth Braumann, Detlef Dowidat, Ulrike Höhenberger-Henze, Gülseli Güney, Nina Lamprecht, Jendrik Peters, Michael Rottmann, Hans-Heinrich Tirp, Thomas Wiggers

Geschäftsführung

Jürgen Kohne
Tecklenburger Straße 2
49525 Lengerich

☎ 05481 / 33-420

☎ 05481 / 33-7420

Hauptberufliche Mitarbeiterin

Iris Debbert

☎ 05481/33-416

☎ 05481 / 33-7416