

Inhaltsverzeichnis

	Seite	
1	Vorbemerkung	2
2	Geschäftsbericht 2010	3-5
2.1	16. ordentliche Mitgliederversammlung	3
2.2	Mitgliederentwicklung	3
2.3	Finanzielle Situation	3
2.4	Spenden	3
2.5	Geschäftsstelle	3
2.6	Vereinsbezogene Aktivitäten	4-5
3	Projekte / Programme	6-12
3.1	Geschichte, Tradition, Denkmalschutz	6
3.2	Innenstadtbelebung / Einzelhandelsstandort / Stadtbild	6-8
3.3	Kunst im öffentlichem Raum / Natur gestalten	9-10
3.4	Kultur / Bildung / Freizeit / Events	11-12
4	Ansprechpartner in der Offensive	13

1 Vorbemerkung

2010 war wieder ein ereignisreiches Jahr mit Höhen und Tiefen. Die Weltwirtschaftskrise scheint überwunden. Deutschland hat dank seiner Anpassungskraft und Leistungsbereitschaft eine Vorreiterrolle beim Wirtschaftsaufschwung übernommen. Auch in Lengerich hat sich die Situation deutlich verbessert. Unsere Unternehmen konnten mit ihren innovativen Produkten nicht nur wichtige Marktpotentiale zurückerobern, sondern sogar noch ihre Position im internationalen Wettbewerb ausbauen und Arbeitsplätze für unsere Stadt sichern.

Ebenso kann der Stadtmarketingverein auf eine erfolgreiche Jahresbilanz zurückblicken. Der Vorstand konnte gemeinsam mit den Mitgliedern und Lengericher Akteuren wiederum eine Vielzahl von Projekten umsetzen und dies mit einem bemerkenswerten ehrenamtlichen Engagement.

Vor dem Hintergrund, dass der Verein Stadtmarketing rein ehrenamtlich betreibt, stößt er aber auch an seine Grenzen. Rd. 25 Projekte wurden geplant und durchgeführt. Da es sich vielfach um jährlich wiederkehrende Veranstaltungen handelt, sind die freien Kapazitäten begrenzt. Ein Beispiel sind die Lengericher Gartentage, die in 2010 wieder überaus erfolgreich verlaufen sind, aber auch einen enormen Aufwand bedeuten. „Nach den Gartentagen ist vor den Gartentagen“, so plant der Arbeitskreis bereits seit Herbst 2010 die Gartentage 2012.

Der Vorstand der Offensive sieht für Lengerich viele Potentiale, die nur mit einer großen Unterstützung der Lengericher Bevölkerung realisierbar sind.

Erfreulich ist, dass der Stadtmarketingverein wächst. Jedes Jahr nimmt die Mitgliederzahl zu und Ende 2010 konnte das 300. Mitglied aufgenommen werden. Dies ist Motivation, Ansporn und Verpflichtung.

Der nachstehende Geschäftsbericht gibt Ihnen einen Überblick über die geleistete Arbeit und steht den Mitgliedern sowie den am Vereinsgeschehen Interessierten zur Verfügung.

Hinweis zum Geschäftsbericht:

Das Spektrum der Themen, die der Stadtmarketingverein aufgreift, ist breit und es werden mit den Projekten unterschiedliche Ziele verfolgt. Um diese zu verdeutlichen, werden im folgenden Geschäftsbericht zu den einzelnen Projekten jeweils die damit verfolgten Ziele aufgeführt.

2 Geschäftsbericht 2010

2.1. 16. ordentliche Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung fand am 27.04.2010 im Veranstaltungsraum der Stadtparkasse statt. Der geschäftsführende Vorstand präsentierte den anwesenden Mitgliedern eine erfolgreiche Bilanz der in 2009 durchgeführten Projekte. Dies war nicht zuletzt auf das ehrenamtliche Engagement der Mitglieder zurückzuführen. Aufgrund der steigenden Mitgliederzahl und der damit verbundenen steigenden Einnahmen war es dem Stadtmarketingverein möglich, weitere neue Projekte auf den Weg zu bringen.

Der 1. Vorsitzende Wilhelm Möhrke bedankte sich für das entgegengebrachte Vertrauen.

Der Geschäftsbericht 2010 steht den Mitgliedern zur Verfügung. Eine Pressemappe ist bei der Geschäftsstelle bei Bedarf erhältlich.

2.2 Mitgliederentwicklung 2010

Die Mitgliederentwicklung verlief im Jahr 2010 weiterhin positiv. Insgesamt konnten 23 neue Mitglieder gewonnen werden.

Dr. Beate Wacker, Michael Hartnauer, Manfred Dohe, Kerstin Schürbrock, Hella Huchtman, Heinrich Schallenberg, Friedrich Altekrüger, Dieter Vahrenhorst, Klaus Altevogt, Gerald Hummel, Helmut Becker, Mechthild Krebber, KBF-Steuerberatungsgesellschaft, Gerd Altevogt, Dieter Budke, Alfons Hüttermann, Werner Kappus, Rüdiger Upmann, Firma Frank Nietiedt, AWO-Pflegedienst, Holger Bruns, Johannes Helwig-Löllmann Montageservice Boris Webers

2 Mitglieder sind ausgeschieden.

Der Verein hatte am Ende des Geschäftsjahres 2010 300 Mitglieder.

2.3 Finanzielle Situation 2010

Für das Geschäftsjahr 2010 waren Einnahmen i.H.v. 121.841,36 € und Ausgaben i.H.v. 128.458,02 € zu verbuchen. Die Mitgliedsbeiträge betragen 33.839,32 €.

Am 31.12.2010 betrug das Gesamtvermögen 22.035,56 € und war damit um 6.616,66 € niedriger als am Ende des Vorjahres.

2.4 Spenden

Der als gemeinnützig anerkannte Stadtmarketingverein Offensive Lengerich e.V. hat im Jahre 2010 Einzelspenden in einer Höhe von insgesamt 37.700,00 € erhalten.

2.5 Geschäftsstelle

Iris Debbert stand der Offensive weiterhin als angestellte Bürokräft im Rahmen einer von der Agentur für Arbeit geförderten Stelle zur Verfügung. Sie unterstützt den Vorstand und die projektbezogenen Arbeitskreise. Die Geschäftsstelle befindet sich in der Stadtverwaltung und ist Anlaufpunkt für die Lengericher Bürgerinnen und Bürger.

2.6 Vereinsbezogene Aktivitäten

2.6.1 Sitzungen des Vorstandes und der Arbeitskreise

Der Vorstand hat in 10 Vorstandssitzungen die Projekte und Aktivitäten des Vereins geplant und koordiniert. Darüber hinaus fanden Sitzungen des geschäftsführenden Vorstandes nach Bedarf statt. Für die einzelnen Projekte wurden projektbezogene Arbeitsgruppen eingerichtet, u.a. die Arbeitskreise Image-Kampagne, Maibaum, Himmelfahrtsgottesdienst, ALVA-Park, Gartentage, Entente Florale, Generationenpark, Niederländisches Jugendorchester, Vereinsfest, Schafstag, Krippenmarkt. Viele Projekte wurden von einzelnen Vorstandsmitgliedern als Projektleiter übernommen.

Der Vorstand führt alle 2 Jahre einen Workshop für die zukünftige Ausrichtung des Stadtmarketings durch. In einem dreitägigen Wochenend-Workshop (auf eigene Kosten) hat der Vorstand vom 26.02. – 28.02.2010 seine Arbeit und Zielerreichung reflektiert und die zukünftigen Handlungsfelder abgesteckt. Es wurden kurz-, mittel- und langfristige Ziele formuliert und Arbeitsstrukturen innerhalb des Vorstandes festgelegt.

2.6.2 Pressearbeit und Internetauftritt Offensive Lengerich e.V.

Ziel: Mitgliederinformation

Die Westfälischen Nachrichten haben in 2010 über die Aktivitäten des Stadtmarketingvereins durch viele Ankündigungen und Presseberichte informiert. Hierfür gilt unser besonderer Dank.

Auf der Homepage der Offensive (www.offensive-lengerich.de) werden die Aktivitäten des Vereins dargestellt. Für das Jahr 2011 ist eine Anpassung der Homepage auf das neue Corporate Identity „Stadt mit Weitblick“ vorgesehen.

2.6.3 Offensive-Newsletter

Ziel: Mitgliederinformation

An die Mitglieder sind 3 Offensive - Newsletter versandt worden, in denen die Mitglieder über die einzelnen Projekte und Aktivitäten des Vereines informiert worden sind. Der überwiegende Teil der Mitglieder erhält den Newsletter mittlerweile per Email. Dies spart Zeit und Kosten. Die Geschäftsstelle will daher den Versand insgesamt auf eine Mail-Verteilung umstellen. Darüber hinaus wurden die Mitglieder zu aktuellen Veranstaltungen per Mail informiert.

2.6.4 Info-Stände

Ziel: Präsentation des Vereins, Mitgliederwerbung

Im Rahmen von Veranstaltungen wie z.B. Gartenmesse, „Tag der offenen Tür“ in der Helios –Klinik, Gemeindefest der ev. Kirchengemeinde und Krippenmarkt war der Stadtmarketingverein mit einem eigenen Stand präsent und konnte mit den Bürgerinnen und Bürgern die Ziele und Projekte diskutieren.

2.6.5. NDR Präsentation

Ziel: Förderung positiver Außendarstellung, Imagewerbung für Lengerich

Am 21.05.2010 war die Offensive im Hörfunk. Dem Verein wurde die Gelegenheit gegeben, in der Hörfunksendung „Plattenkiste“ des NDR 1 einem breiten Publikum die Aktivitäten und die Vorzüge Lengerichs vorstellen.

2.6.6 Neujahrsempfang

Ziel: Förderung Kommunikation Mitglieder, Interessengruppen und Lengericher Akteure



Der Neujahrsempfang -veranstaltet von der Stadt Lengerich, dem Stadtmarketingverein Offensive und der Werbegemeinschaft- wurde in diesem Jahr von der Werbegemeinschaft ausgerichtet. Stefan Leugermann, Mitglied des Vorstandes der Werbegemeinschaft stimmte mit einem Grußwort auf das vor uns liegende Jahr 2010 ein.

Die Agentur Core Idea informierte über die Aktion „Lengerich – Stadt mit Weitblick“. Über 300 Teilnehmer nahmen die Gelegenheit wahr, sich in gemütlicher Atmosphäre zu informieren und auszutauschen.

2.6.7 Vereinsfest

Ziel: Kommunikation Mitglieder, Förderung Vereinsleben

Unter dem Titel „Kennen Sie Brahms?“ fand das Vereinsfest am 18.09.2010 in den Räumen der Kulturbühne „Brahms1“ statt. Susanne Drerup-Christenhuß stellte das Angebot der Chorwerkstatt vor. Neben musikalischen Einlagen der Chorwerkstatt konnten die Teilnehmer im Rahmen einer „Mitmachaktion“ ihre Chorqualitäten prüfen.

3. Projekte / Programme

3.1 Geschichte, Tradition, Denkmalschutz

3.1.1 Maibaumrichten am 01.05.2010

Ziel: Förderung der Tradition und des Vereinslebens, identitätsstiftendes Volksfest, Stärkung Wir-Gefühl



Der Test, das Maibaumrichten am 1. Mai als „Frühschoppen“ durchzuführen, war ein voller Erfolg. Bei strahlend blauem Himmel verfolgten Hunderte von Besuchern das Einhängen des Maikranzes und das folgende Programm auf dem Rathausplatz. Bei leckerer Erbsensuppe und der schmackhaften Mai-Vesper, die schon bald ausverkauft war sowie Maibowle und anderen erfrischenden Getränken verweilte das Publikum noch lange auf dem Rathausplatz. Das Duo „Two for You“ sorgte mit flotten Rhythmen für Unterhaltung. Insgesamt waren. Mittlerweile zieren den imposanten Maibaum 36 Wappenschilder von Vereinen, Verbänden und Einrichtungen.

3.1.2 5.Schafttag im Tecklenburger Land am 12.09.2010

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



Der "Schafttag im Tecklenburger Land" hat sich zu einem Publikums-magneten entwickelt. Zum dritten Mal war die Brochterbecker Straße zwischen der Akademie Talaue/Prigge-Nordhausen und der Bodelschwingh-Kirche der Standort dieser in ihrer Art einmaligen Veranstaltung. Den Besuchern bot sich ein imposantes Bild, als die geführte ANTL-Schafherde vorbeizog. Neben Köstlichkeiten aus der Region gab es auch wieder ein umfangreiches naturnahes Programm für Kinder und Erwachsene. Die Verbindung von regionaltypischen Angeboten und Produkten sowie der durch das Megalithgrab offenkundigen langen Geschichte der Bauernschaft zeigt die Besonderheit des Schafttages. Organisatoren des Schafttages sind die Arbeitsgemeinschaft für Naturschutz Tecklenburger Land e.V., die Offensive Lengerich e.V., die Interessengemeinschaft Teutoburger Wald e.V. und der Trägerverein Bodelschwingh-Kirche e.V..

3.1.3 Bachelorarbeit „Lengericher Conclusum“

Ziel: Förderung positiver Außendarstellung, Geschichte

Zum Lengericher Conclusum wurde auf Empfehlung der Offensive von Mario Braksiek aus Münster eine Bachelorarbeit am Historischen Seminar der Westf.-Wilhelms-Universität Münster angefertigt. Die Gutachter der Universität PD Dr. Michael Sikora und Prof. Dr. Barbara Stollberg-Rilinger bestätigen in ihrer Beurteilung die Bedeutung des Lengericher Conclusums für den Westfälischen Frieden. Die Bachelorarbeit kann von Interessierten in der Geschäftsstelle eingesehen werden.

3.2 Innenstadtbelebung, Einzelhandelsstandort, Stadtbild, Standortstärkung

3.2.1 Musik am Rathausplatz

Ziel: Belebung und Stärkung der Innenstadt

Jugendliche bis 18 Jahren hatten in den Sommermonaten wieder die Gelegenheit, auf dem Rathausplatz ihr musikalisches Können einem breiten Publikum zu präsentieren. Die Aktion dient der Belebung der Innenstadt, ist aber auch eine Werbepattform für die Musikschule Tecklenburger Land.

3.2.2 Umgestaltung des Rathausplatzes

Ziel: Belebung und Stärkung der Innenstadt



Der Stadtmarketingverein hat sich in das Bürgerbeteiligungsverfahren zur Umgestaltung des Rathausplatzes mit einer eigenen ausführlichen Stellungnahme eingebracht. Besonderer Wert wurde auf die Bedeutung des Ortes im Rahmen des Westfälischen Friedens 1645 gelegt. Die auf Initiative des Stadtmarketingvereins im Jahr 2003 aufgestellte Friedensreiterskulptur des Künstlers Volker Johannes Trieb wurde in das neue Platzkonzept integriert und weist weiterhin auf das in Lengerich abgehaltene „Lengericher Conclusum“ hin. Erfreulicherweise wurde die Offensive durch eine großzügige Spende der Firma Bischof+Klein in die Lage versetzt, den Platz durch ein Wasserspiel künstlerisch aufzuwerten. Die beiden Reihen Wasserfontänen stehen sich unversöhnlich gegenüber, ebenso wie es 1645 die Vertreter der katholischen und evangelischen Lager taten. Wasser als Lebenselixier steht auch für Beharrlichkeit und Ausdauer („steter Tropfen höhlt den Stein“) und ermöglicht auch, dass Betonköpfe zu politischen Einsichten kommen und einen Friedensbeschluss ermöglichen.

3.2.3 Generationenpark Gempt

Ziel: Steigerung Lebensqualität, Stärkung Innenstadt, Maßnahme zum demographischen Wandel, Attraktivitätssteigerung



Der Generationenpark ist weiterhin ein wichtiges Projekt des Stadtmarketingvereins. Der Park konnte seit seiner Eröffnung in 2007 Stück für Stück weiterentwickelt werden.

3.2.3.1 Wettbewerb

Ziel: Förderung positive Außendarstellung, Maßnahme zum demographischen Wandel



Der Stadtmarketingverein hatte in 2009 mit dem Generationenpark an dem bundesweiten **Wettbewerb „Deutschland – Land der Ideen“** erfolgreich teilgenommen. Die Idee eines innerstädtischen Platzes mit einem generationenübergreifenden Angebot war neu und führte zu der Aufnahme als einer der „365 Orte der Ideen“. Zu dem Wettbewerb ist im Buchhandel und in der Geschäftsstelle der Offensive ein Dumont-Führer erhältlich, in dem der Generationenpark ebenfalls aufgeführt ist. Ursprünglich war die Preisübergabe im Rahmen des Generationenfestes geplant, das aber aufgrund des Unwetters „Cathleen“ im Sommer abgesagt werden musste. Im Rahmen des Römermarktes am 10.10.2010 wurde die Feier mit der Einweihung des Kletterfelsens nachgeholt.

3.2.3.2 Kletterfelsen

Ziel: Stärkung Innenstadt, Steigerung Lebensqualität, Schaffung von Angeboten für Kinder



Seit dem Frühjahr 2010 steht der Kletterfelsen im Generationenpark und wird auch rege genutzt. Der Kletterfelsen stand bereits von Beginn an auf der Agenda für den Generationenpark. Dank der Unterstützung der Gesellschaft zur Förderung gemeinnütziger Zwecke des Kreises Steinfurt konnte das Projekt nun realisiert werden. Am 10.10.2010 wurde er feierlich eingeweiht. Die Firma Bischof+Klein hatte es sich nicht nehmen lassen, den Kletterfelsen kunstvoll in Geschenkfolie mit Schleife einzupacken. Das Ensemble „Cafe“ der Musikschule Tecklenburger Land begleitete die Veranstaltung musikalisch.

3.2.4 Weitblick

Ziel: Förderung positive Außendarstellung, Stärkung Wir-Gefühl



Am 09.06.2010 haben sich in der Gempthalle viele Vertreter der Lengericher Vereine und Schulen über die Möglichkeiten für die Anwendung des neuen Lengerich-Logos informiert. Der neue Auftritt kann auch von Vereinen, Schulen u.a. genutzt werden, um damit ein einheitliches Auftreten mit hohem Wiedererkennungswert für Lengerich zu erreichen. Mit der Aktion „Lengerich in Zahlen“ besteht darüber hinaus die Möglichkeit, die Vorzüge Lengerichs mithilfe des Mediums „Zahlen“ auszudrücken. So trägt die neue Stadtinformation, die druckfrisch ausliegt, den Titel „9077 ha pure Lebensqualität“. Der Stadtmarketingverein Offensive unterstützt die Imagekampagne. Aber allein mit einem neuen Logo ist es nicht getan. Um ein besseres Image nach Außen und eine Identifikation zu erreichen, ist es erforderlich, dass alle, ob Bürger/innen, Vereine, Schulen und Unternehmen ihre Ideen einbringen und die vielen guten Potenziale Lengerichs unter dem neuen Label darstellen.

3.2.5 Projektarbeit Gempt-Bistro

Ziel: Unterstützung der Bürgerstiftung Gempt

Eine Schülergruppe der kaufmännischen Schulen Ibbenbüren hat in 2010 mit Unterstützung des Stadtmarketingvereins eine Projektarbeit „Wirtschaftsanalyse und konzeptionelle Nutzung des Gempt-Bistros und der Gempthalle“ erstellt. Im Rahmen einer Präsentation wurde das Ergebnis am 27.09.2010 in der Gempthalle der Öffentlichkeit vorgestellt. Einzelne Ergebnisse können für die weitere Arbeit der Bürgerstiftung von Interesse sein.

3.2.6 Hausärztliche Notfallpraxis

Ziel: Steigerung der Lebensqualität, Stärkung der mittelzentralen Funktion



Seit dem 01.09.2009 ist die Hausärztliche Notfallpraxis in der Helios-Klinik in Betrieb und hat sich auch bewährt. Nicht zuletzt dem Engagement des Stadtmarketingvereins und der Ärzteschaft ist es zu verdanken, dass der Notdienst in Lengerich gesichert werden konnte.

Der Stadtmarketingverein Offensive war während des „Tages der offenen Tür“ am 08.05.2010 in der Helios-Klinik präsent und klärte über die Hausärztliche Notfallpraxis auf.

3.2.7 Gemeindefest zur Dachsanierung

Ziel: Erhalt denkmalgeschützter, stadtprägender Gebäude



Anlässlich der erforderlichen Dachsanierung der ev. Stadtkirche fand am 22.05.2010 ein großes Gemeindefest rund um die Stadtkirche statt. Mit vielen Aktionen und Ständen hat der Arbeitskreis Dachsanierung informiert und auf die Situation aufmerksam gemacht. Die Kirchengemeinde kann aus eigener Kraft die Dachsanierung nicht finanzieren und hat daher eine große Spendenaktion ins Leben gerufen.

Der Stadtmarketingverein hat sich in der Vergangenheit immer wieder für die Stadtkirche als eines der bedeutendsten Gebäude Lengerichs eingesetzt und unterstützt die Kirchengemeinde. Auf dem Gemeindefest war der Stadtmarketingverein mit einem eigenen Stand vertreten.

3.3 Kunst im öffentlichen Raum/ Natur gestalten

„Gartenstadt Lengerich“

3.3.1 ALVA-Skulpturenpark

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

Der ALVA-Skulpturenpark ist ein wichtiges Element im Rahmen der Positionierung Lengerichs als „Gartenstadt“ und Naherholungsstandort am Teutoburger Wald.

Die Verbindung von Kunst, Landschaftsgestaltung und Naherholung erfreut sich einer großen Beliebtheit. So ist der Bereich zwischen den Kliniken ein attraktives Ziel für Naherholungssuchende.

Im Rahmen der Lengericher Gartentage wurde der Jones-Garten als zentraler Bestandteil des ALVA-Parkes grundlegend renoviert.

Insgesamt wurden 8 Pflegegänge unter Beteiligung der Stadt Lengerich, der Ledder Werkstätten, der LWL- Klinik Lengerich und Mitgliedern der Offensive durchgeführt.

In 2010 ist es gelungen, eine verbindliche Vereinbarung mit dem Landschaftsverband Westfalen-Lippe zur Pflege des ALVA-Skulpturenparks abzuschließen. Der Landschaftsverband hat sich darin verpflichtet, die regelmäßige Pflege des Parks sicherzustellen. Die Stadt Lengerich wird weiterhin jährlich einen Pflegegang durchführen.

3.3.2 4. Lengericher Gartentage 2010

Ziel: Steigerung der Lebensqualität, Förderung von Kunst und Kultur, Förderung positive Außendarstellung



Mit dem Motto „120.000 bunte Blüten während der Lengericher Gartentage 2010“ hat der Stadtmarketingverein für die wichtigste und auch arbeitsintensivste Veranstaltung im Jahr 2010 geworben. Der Höhepunkt war die Gartenmesse am 13.06.2010 im Innenhof der LWL - Klinik Lengerich. Über 50 Aussteller zeigten hier ihr Angebot rund um den Garten. Rd. 2000 Besucherinnen und Besucher genossen im Innenhof der LWL-Klinik Lengerich kurzweilige Stunden mit vielen Informationen rund um den Garten. Die Veranstaltung war nur durch die Unterstützung von mehr als 30 Helferinnen und Helfern zu bewältigen, die an vielen Stationen – sei es

Kasse, Info-Stand, Getränkestand, Fahrradverleih u.a. - ihren Dienst versahen. Sehr gut angenommen wurde wiederum die Möglichkeit, private Gärten zu besichtigen. In 5 offenen Gärten konnten sich die Besucher über praktisch umgesetzte Gartengestaltung informieren.

Zu den weiteren Programmpunkten der Gartentage gehörten:

20.06.2010 Führung durch den ALVA-Skulpturenpark

26.07.2010 Tagesfahrt nach Bad Driburg

24.09.2010 Mondscheinspaziergang (wegen schlechter Witterungsverhältnisse ausgefallen)

3.3.2.1 Staudensammelaktion und Staudenpflanztag

Ziel: Stärkung Wir-Gefühl

Eine Arbeitsgruppe konnte mit Unterstützung des Gärtnermeisters der LWL- Klinik Lengerich Christian Jenner, den Jones-Garten neu gestalten. In einer gemeinschaftlichen Pflanzaktion, die den Teilnehmern gleichzeitig viele hilfreiche Tipps für die Gestaltung des eigenen Gartens gab, konnte die Planung realisiert werden. Die Staudenpflanztag fanden am 16. und 17. April 2010 statt. Im Vorfeld gab es am 9. April 2010 eine Staudentauschaktion auf dem Hof Röttger.

3.3.2 Schaufensterwettbewerb

Ziel: Attraktivitätssteigerung Innenstadt



Aus Anlass der Gartentage wurde ein Schaufensterwettbewerb ausgeschrieben, an dem 11 Geschäfte mit ideenreichen Gestaltungen teilgenommen haben. Den 1. Platz hat das Stilhaus erzielt, den 2. Platz Goldschmiede Anders und 3. Platz teilen sich das Reformhaus Klatt und das Handarbeitsstudio Lenzing.

3.3.3 Wettbewerb „Entente Florale“

Ziel: Förderung positive Außendarstellung, Stärkung Wir-Gefühl



Der Stadtmarketingverein hatte sich in 2010 mit der Stadt Lengerich an dem Bundeswettbewerb „Entente Florale“ beteiligt. Die Jury, die Lengerich am 06.07.2010 bereiste, war beeindruckt vom bürgerschaftlichen Engagement in Lengerich. Das Gremium besichtigte die Gempthalle mit dem Generationenpark, den Atriumgarten des Seniorenzentrums, das Heimathaus, die LWL-Klinik Lengerich, den ALVA-Skulpturenpark, das Grüne Klassenzimmer und erhielt bei der Firma Dyckerhoff einen Überblick über den Vertragsnaturschutz.

Zu der Abschlussveranstaltung am 24.08.2010 nahm Lengerich mit einer Abordnung teil. Lengerich konnte stolz eine Bronze-Medaille entgegennehmen. Nach dem Urteil der Jury verfügt Lengerich über viel Potenzial, das planerisch strukturiert und kommuniziert werden sollte. Die Offensive würde es begrüßen, wenn die Stadt Lengerich die Anregungen der Jury aufgreift.

3.3.4 Gottesdienst an der Kapelle der LWL- Klinik am 13.05.2010

Ziel: Förderung des kirchlichen Lebens und Ökumene, Steigerung der Lebensqualität



Die Organisation des Gottesdienstes erfolgte in Kooperation mit dem Heimatverein Lengerich und der ev. Kirchengemeinde. Leider war es für einen Gottesdienst unter freiem Himmel viel zu kalt, so dass in den Festsaal der LWL-Klinik Lengerich ausgewichen werden musste. Der Gottesdienst war dennoch gut besucht. Pastoralreferent Norbert Brockmann und Pfarrer Berthold Deecken zelebrierten den Gottesdienst unter musikalischer Begleitung des Bläserchors unter Leitung von Kantor Christoph Henzelmann.

3.3.5 Beleuchtung der „Tasche“ am Antruper Kreisel

Ziel: Förderung positive Außendarstellung, positive Imagewerbung



In 2006 wurde die Tasche am Antruper Kreisel eingeweiht. Sie symbolisiert die Verbindung zwischen der Lengericher Verpackungsmittel- und Maschinenbauindustrie mit der Stadt Lengerich als Gartenstadt am Südhang des Teutoburger Waldes. Nun ist es gelungen, die Tasche in den Abendstunden anzustrahlen. Der Stadtmarketingverein hat dies in Zusammenarbeit mit der Stadt Lengerich und den Stadtwerken realisiert.

3.4 Kultur, Bildung, Freizeit, Events

3.4.1 Niederländisches Jugendorchester

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



Bereits zum 5. Mal gastierte in 2010 das Jeugt Orkest in Lengerich. Von Montag, 16.08., bis Mittwoch, 18.08.2010 machte das Orchester im Rahmen seiner Sommertournee unter Leitung des renommierten Wieder konnten alle jugendlichen Musiker/innen in Gastfamilien untergebracht werden. Als Dankeschön an Lengerich führte das Orchester am 17.08.2010 in der Gemphalle sein Tourneekonzert auf.

Nach 5mal in Folge soll nun der Besuch in einem 2-Jahres-Rhythmus stattfinden. Auf jeden Fall will das Orchester eine enge Freundschaft zu Lengerich beibehalten.

3.4.2 Lorient's Abgezapft & Originalverkorkt

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



Am Sonntag, den 26.09.10, haben der bekannte Regisseur Karlheinz Angermeyer und sein Team das Publikum mit den unvergleichlichen Sketchen Lorient's, alias Victor von Bülow, begeistert. Die Bürgerstiftung Gempt und der Stadtmarketingverein Offensive haben als Kooperationspartner diese besondere Veranstaltung unterstützt.

3.4.3 Irish Folk im Gempt-Bistro

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



Der zum 3. Mal geplante Irish Folk Abend mit der Band „Connemara Stone Company“ im Gempt-Bistro musste aus Krankheitsgründen eines Bandmitgliedes vom 06.11.2009 auf den 05.03.2010 verlegt werden. Am 12.11.2010 fand ein weiterer Irish Folk Abend mit der Gruppe Núa im Gempt-Bistro statt. Beide Konzerte waren bereits lange vor dem Termin ausverkauft. Mit dem Irish Folk Abend hat der Stadtmarketingverein ein weiteres kulturelles Angebot geschaffen, das überregional gut angenommen wird.

3.4.4 Blues-Session im Gempt-Bistro

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



Die Blues-Session wird von der Bürgerstiftung Gempt seit Jahren erfolgreich veranstaltet. Die Veranstaltung im Gempt-Bistro hat sich etabliert und erfreut sich einer wachsenden Fangemeinde. Jeden 1. Mittwoch im Monat spielen die Bluescasters um Kai Strauß mit wechselnden Gästen aus der Blues-Szene auf. Der Stadtmarketingverein unterstützt die Veranstaltung.

3.4.5 Blue Night at Gempt

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



Achim Reichel gastierte am 31.10.2010 im Rahmen der Blue-Night in der Gempthalle in Lengerich. Reichel hat dort sein Programm „Solo mit Euch – Mein Leben, meine Musik“ vorgestellt. Als einer der Urgesteine der deutschen Rockmusik hat er durch Stücke wie „Ribbeck, Kuddel Daddel Du“ oder „Der Spieler“ für Furore gesorgt.

Neben seiner Musik präsentierte Achim Reichel Geschichten und Bilder seines spannenden Lebens. Über 500 Besucher (viele von weit her) waren in die Gempthalle gekommen, um Reichel live zu erleben.

3.4.6 Krippenmarkt und Krippenausstellung vom 26.11. – 29.11.2010

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



Der Krippenmarkt wird seit 8 Jahren als Gemeinschaftsprojekt des Stadtmarketingvereins, der Werbegemeinschaft und der Stadt Lengerich rund um die Stadtkirche organisiert. Unterstützt wird der Krippenmarkt durch die Ev. Kirchengemeinde, das Kulturforum der Stadtparkasse, den CVJM, die Chorgemeinschaft und viele andere Vereine und Einrichtungen.

Die Krippenausstellung war wie in den vergangenen Jahren mit über 100 Exponaten ein Publikumsmagnet. Insgesamt präsentierte sich der Krippenmarkt durch den umgestalteten Rathausplatz mit einer neuen Aufteilung. Die Öffnung zum Rathausplatz kam bei den Besucherinnen und Besuchern gut an, so dass auf diesen Erfahrungen für den Krippenmarkt 2011 aufgebaut und das Konzept weiterentwickelt werden kann. Am Gemeinschaftsstand der WGL, Bürgerstiftung Gempt und Offensive fanden die Weihnachtskugel und die Lose der neuen Losaktion reißenden Absatz. Der von der Offensive ausgeschriebene Wettbewerb für die neuen Motive der Weihnachtskugel hatte eine gute Resonanz. Die eingereichten Bilder hat eine Jury bewertet und ausgezeichnet. Da eine Rangfolge schwer war, hat sich die Jury auf 4 Motive geeinigt, die in den nächsten Jahren die Weihnachtskugel zieren werden.

4 Ansprechpartner in der Offensive

Geschäftsführender Vorstand

1. Vorsitzender Wilhelm Möhrke
☎ 05481/5648

2. Vorsitzende Elisabeth Braumann
☎ 05481/7591

Schatzmeister Max Mews
☎ 05481/802-102

Beisitzer/innen

Henrik Berlemann, Detlef Dowidat, Sigrid Elling-Augé, Annegret Engelhardt,
Ulrike Höhenberger-Henze, Henrike Klein-Petzold, Kristin Steinbeck,
Hans-Heinrich Tirp

Geschäftsführung

Jürgen Kohne

Tecklenburger Straße 2
49525 Lengerich

☎ 05481 / 33-420
☎ 05481 / 33-7420
☎ 05481 / 8 41 81

Vertretung
Frauke Wallmann
Tecklenburger Straße 2
49525 Lengerich
☎ 05481 / 33-418
☎ 05481 / 33-7418

Hauptberufliche Mitarbeiterin

Iris Debbert
☎ 05481/33-416
☎ 05481 / 33-7416

Lengerich, im März 2011