

Beschlussvorlage der Verwaltung

Gremium	Sitzung am	Beratung
Kulturausschuss	13.03.2018	öffentlich

Beratungsgegenstand (Bezeichnung des Tagesordnungspunktes)

Aufbau eines Kulturmarketings für Bielefeld

Ggf. Frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, TOP, Drucksachen-Nr.)

Kulturausschuss, 30.11.2016, Drucksachen-Nr. 4004/2014-2020

Beschlussvorschlag:

Der Kulturausschuss beschließt die Gesamtkonzeption Kulturmarketing und empfiehlt, das Handlungskonzept im Kulturamt und bei der Bielefeld Marketing GmbH umzusetzen. Die Verwaltung wird beauftragt, die erforderlichen Bedarfe in Höhe von 100.000 € für den Stellen- und Haushaltsplan 2019 im Budget des Kulturamtes anzumelden. Die Geschäftsführung der BBVGmbH wird gebeten, als Hauptgesellschafter die Bielefeld Marketing GmbH zur Umsetzung der Gesamtkonzeption im erforderlichen Umfang mit zusätzlichen Finanzmitteln zu unterstützen.

Begründung:

Der Rat der Stadt Bielefeld hat am 12.12.2013 auf der Grundlage des Kulturentwicklungskonzepts die kulturpolitischen Handlungsempfehlungen beschlossen, die unter anderem den Aufbau eines Kulturmarketings beinhalten. Nachdem bislang priorisierte Themen der Kulturentwicklung bearbeitet worden sind (u. a. Neustrukturierung der Kulturförderung, Kulturelle Bildung, Spartengespräche) wurde jetzt der Aufbau des Kulturmarketings in Form eines Projekts erarbeitet.

Herr Beigeordneter Dr. Witthaus (Dezernat Schule / Bürger / Kultur) hat dazu am 21.11.2016 den Projektauftrag Kulturmarketing unterzeichnet und eine Projektgruppe eingesetzt, die aus Mitgliedern der städtischen Kultureinrichtungen, des Kulturpa@ts, der Kunsthalle, der Bielefeld Marketing GmbH und externen einschlägig erfahrenen Fachleuten besteht. Im Rahmen des Projekts sollten Ideen und Strukturen für eine bessere Positionierung und Wahrnehmung der Stadt Bielefeld mit ihren kulturellen Einrichtungen und Akteuren entwickelt werden. Der Kulturausschuss hat den Projektauftrag in seiner Sitzung am 30.11.2016 zur Kenntnis genommen (Drucksachen-Nr. 4004/2014-2020).

Bielefeld verfügt über eine breit aufgestellte Kulturszene. Neben etablierten Einrichtungen wie dem Theater Bielefeld, der Kunsthalle und der Rudolf-Oetker-Halle gibt es eine gut aufgestellte, spartenübergreifende freie Szene, die – und das ist das Besondere, das Bielefeld von den anderen Städten in der weiteren Region abhebt - dem Kulturangebot einen großstädtischen Charakter verleiht. Dies macht Bielefeld attraktiv und lebenswert, nicht nur für die Einwohnerinnen und Einwohner, sondern auch für auswärtige Gäste und potentielle Neubürgerinnen und Neubürger. Jedoch ist es bisher nicht gelungen, dieses gute und breite Kulturangebot entsprechend sichtbar zu machen.

Bisher vermarktet sich jeder Akteur selbst, es gibt keine gemeinsame Strategie. Das neue Kulturmarketing soll auf Grundlage des Handlungskonzeptes die Marketingaktivitäten der Kulturakteure bündeln und koordinieren, Ideen entwickeln und umsetzen, um die vorhandene Kulturvielfalt, ihre Qualität und Potenziale stadtbezogen, regional und überregional sichtbar zu machen. Auf diese Weise profiliert sich Bielefeld weiter als Kulturstandort und als attraktiver Wohn- und Lebensraum.

Die Marke Kultur soll so auch kommunikativ langfristig zu einer starken Stadtmarke Bielefeld beitragen und eine starke Bedeutung für die Innen- und Außendarstellung bekommen.

Das neu einzurichtende Kulturmarketing arbeitet in enger Abstimmung mit den Bielefelder Kultureinrichtungen und –akteuren und entwickelt mit ihnen gemeinsame Marketinginitiativen.

Für das Kulturmarketing ist die Einrichtung von zwei Fachstellen notwendig. Eine ist aufgrund der Fachlichkeit für die Vernetzung und Fortbildungen im Kulturamt anzusiedeln eine weitere bei der Bielefeld Marketing GmbH für die Kommunikation und Sichtbarkeit. Der Aufbau und die Umsetzung können weder fachlich noch vom Umfang her mit dem vorhandenen Personal des Kulturamts und der Bielefeld Marketing GmbH erfolgen. Dafür werden ausgebildete Marketingfachkräfte benötigt. Das Konzept sieht deshalb zwei zusätzliche Stellen vor, eine im Kulturamt und eine bei der Bielefeld Marketing GmbH. Für die Einrichtung einer Fachstelle inklusive entsprechender Sachbudgets werden 100.000 € im Haushalt 2019 des Kulturamts angemeldet. Die Geschäftsführung der BBVGmbH wird gebeten, als Hauptgesellschafter die Bielefeld Marketing GmbH zur Umsetzung der Gesamtkonzeption im erforderlichen Umgang mit zusätzlichen Finanzmitteln zu unterstützen.

Dr. Witthaus
Beigeordneter

Wenn die Begründung länger als drei Seiten ist, bitte eine kurze Zusammenfassung voranstellen.