MK/ 24.11.2025

Fragen:

Welche konkreten Maßnahmen (Veranstaltungen etc.) der Bielefeld Marketing GmbH oder durch die Bielefeld Marketing GmbH unterstützt bzw. gefördert, fanden seit Gründung 1998 im Stadtbezirk Senne oder anderen Außenbezirken der Stadt Bielefeld statt?

Antwort:

Die Arbeit der Bielefeld Marketing dient grundsätzlich der gesamten Stadt und allen Bezirken. Lange Zeit galt ein Fokus der Arbeit vor allem der Außenwirkung der Gesamtstadt im Umland und der Förderung des Tourismus. Seit 2016 gilt die Arbeit auch verstärkt der Innenwirkung und der Einbindung der Bürgerinnen und Bürger. Dieses ist ein Ergebnis des strategischen Stadtmarkenansatzes.

Spezielles Stadtteilmarketing gehörte jedoch bislang nicht zu den Geschäftsfeldern der Bielefeld Marketing. Hierzu hat es bislang weder eine Beauftragung durch Politik, Verwaltung oder Stadtteile gegeben, noch eine Finanzierung.

Hintergrund: Die Bielefeld Marketing GmbH ist teilstädtisch. Neben dem Hauptgesellschafter BBVG (51%) sind Handelsverband, DEHOGA und Verkehrsverein weitere Gesellschafter. Die Arbeit der Bielefeld Marketing wird daher nur in Teilen über öffentliche Mittel finanziert. Diese decken im Wesentlichen die Personalkosten. Die weiteren Betriebskosten sowie Projekt- und Veranstaltungskosten müssen im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Geschäftsführung erwirtschaftet werden. Die Bielefeld Marketing verfügt also über keinerlei kommunale Projektmittel oder freie Personalressourcen!

Gleichwohl gab es eine Reihe von Maßnahmen, die auch den Außenbezirken galt und dort zum Einsatz kamen. Exemplarisch sind hier einige Maßnahmen genannt:

- Integration der Stadtbezirke in die Stadtmarke. Die Marke Bielefeld, sichtbar durch das bekannte BIE-Logo wird flächendeckend im gesamten Stadtgebiet eingesetzt. Den Stadtbezirken wird die kostenlose Nutzung des BIE-Designs gewährt. (Logo- und Stadtmarkenentwicklung wurden ausschließlich über Sponsoren finanziert, Rechteinhaber ist die Bielefeld Marketing)
- Veranstaltungskalender: Unter bielefeld.jetzt werden sämtliche Veranstaltungen, auch der Außenbezirke gelistet und vermarktet. Rund 10.000 Events werden hier jährlich von Veranstaltern gemeldet und hochgeladen, auch aus den Stadtbezirken. Eine explizite Filterung nach Stadtbezirken ist integriert.
- Soziale Medien: Veranstaltungen und Aktionen in den Außenbezirken werden anlassbezogen über die sozialen Kanäle der Bielefeld Marketing beworben bzw. geteilt.
- Finanzielle Unterstützung der Werbegemeinschaften: Die Werbegemeinschaften der Stadtbezirke sind überwiegend Mitglieder des Bielefelder Verkehrsverein e.V., der zugleich Gesellschafter der Bielefeld Marketing ist. Vertreter der Werbegemeinschaften werden zu den Veranstaltungen des Verkehrsvereins

eingeladen und nehmen an Sitzungen teil. Zugleich werden Veranstaltungen in den Außenbezirken über den Verkehrsverein nach Antragsstellung finanziell bezuschusst.

- Beratungen bei Veranstaltungen: Regelmäßig finden Beratungsgespräche mit Veranstaltern in den Bezirken statt. Diese werden sowohl individuell sowie i.d.R. jährlich in Sitzungsform durchgeführt (zuletzt Frühjahr 2025). In den letzten Jahren hat aber keine Vertretung aus Senne mehr dieses Angebot angenommen. In früheren Jahren gab es einen Austausch mit den Veranstaltern von „Rock on the beach“ sowie Unterstützung über soziale Medien. In den letzten Jahren hat es hier keine Nachfragen mehr gegeben.
- Austausch und Gespräch: Geschäftsführung und Mitarbeitende stehen mit Stadtbezirken im regelmäßigen Austausch, stehen für Nachfragen zur Verfügung und besuchen Stadtteilfeste. Aktiv wurde im Rahmen der letzten Jahreshauptversammlung des Verkehrsvereins zu Gesprächen eingeladen. Ein aktuelles Beispiel ist die Pressekonferenz am 8. Juli 2025, bei der Bielefeld Marketing und Vertreter verschiedener Stadtteile aktiv auf die Herausforderungen der Stadtteilfeste und der Idee eines Stadtteilmarketings hingewiesen haben.
- Logistische Unterstützung bei Veranstaltungen: Auf Nachfrage werden Veranstaltungen in den Bezirken logistisch unterstützt, z.B. durch Verleih von Funkgeräten, Indutainern oder der mobilen Veranstaltungsbühne tu:bie.
- Fanaktion für Bielefeld: Seit 2017 werden ca. alle zwei Jahre eigene Förderprogramme ausgeschrieben. Initiativen und Veranstalter bewerben sich bei der Bielefeld Marketing um finanzielle und beratende Unterstützung. Jeweils drei Projekte werden von einer Fachjury ausgewählt und begleitet. Diese Fanaktion für Bielefeld richtet sich u.a. auch an Akteure in den Stadtbezirken.
- Beratung und Unterstützung bei Sonderprojekten, z.B. BIE-Logo-Betonskulptur für Sennestadt.
- Bielefeld-Gutschein: Einzelhändler in allen Bezirken werden bei der Einführung und Umsetzung des Bielefeld-Gutscheins unterstützt. Dieses Instrument gilt der Unterstützung des Handels vor Ort über gezielte Kaufkraftbindung. Bislang haben neben der City auch Händler in Schildesche und Brackwede von diesem Angebot Gebrauch gemacht. Ein Interesse in anderen Stadtteilen wurde trotz entsprechender Akquisebemühungen nicht wahrgenommen.
- Kampagne „Ein Teil von Bielefeld“: Über das ZIZ-Förderprojekt wurde im Sommer 2025 die Stadtteilkampagne „Ein Teil von Bielefeld“ durchgeführt. Neben Videospots und Großflächenwerbung gab es in Hillegossen, Ummeln und Jöllenbeck auch eigene Stadtteilevents.

Zusatzfrage:

Beabsichtigt die Geschäftsführung künftig auch die Außenbezirke -insbesondere Senne- systematischer in ihre Maßnahmen einzubeziehen?

Antwort:

Die Geschäftsführung der Bielefeld Marketing GmbH spricht sich ausdrücklich und seit längerer Zeit für ein explizites Stadtteilmarketing aus. Dabei geht es vor allem um die aktive Unterstützung der Werbegemeinschaften vor Ort. Hier hat es in den vergangenen Monaten eine Reihe von Gesprächen mit Werbegemeinschaften, Politik und Verwaltung gegeben. Zudem gibt es einen intensiven Austausch mit der Vertreterin der Stadtteilwerbegemeinschaften im Vorstand des Verkehrsvereins Friederike von Spiegel.

Wünschenswert wäre der systematische Aufbau eines strategischen Stadtteilmarketings, gemeinsam mit den Vertretungen und Werbegemeinschaften der Bezirke. Zusätzlich sollte die Bielefeld Marketing eine Rolle als Service-Agentur für die Stadtteile und ihre Werbegemeinschaften übernehmen.

Voraussetzung wäre dazu eine Beauftragung der Bielefeld Marketing GmbH und die notwendige Ausstattung mit Personal und Marketingbudget.

Eine erste Schätzung über notwendige Ressourcen liegt der Bielefelder Stadtführung vor.