

An den
Stellvertretenden Vorsitzenden
des Kulturredsschusses
Herrn Michael Weber

Anfrage der FDP-Fraktion zum Kulturmarketing vom 23.02.2026

Sehr geehrter Herr Weber,

die Anfrage der FDP-Fraktion

„Wann wird die Verwaltung ein Konzept zum Kulturmarketing vorlegen, das den gescheiterten Ansatz der personellen und organisatorischen Trennung des Kulturmarketings (Aufteilung auf Kulturred und Bielefeld Marketing GmbH) überwindet?“

beantworten wir wie folgt:

Der Verwaltung liegt kein Auftrag vor, ein Konzept zur Aufhebung der personellen und organisatorischen Trennung des Kulturmarketings zu erstellen. Die bestehende Aufgabenverteilung zwischen dem Kulturred und der Bielefeld Marketing GmbH basiert auf einer seinerzeit getroffenen bewussten Entscheidung zur Bündelung fachlicher und marketingbezogener Kompetenzen und dient der funktionalen Differenzierung zwischen inhaltlich-fachlicher Steuerung und operativer Vermarktung. Die Zusammenarbeit wird fortlaufend evaluiert und bei Bedarf im operativen Geschäft weiterentwickelt. Hierzu treffen sich die Marketing-Mitarbeiter*innen beider Organisationen regelmäßig.

Die aktuelle Aufgabenverteilung zwischen dem **Kulturred** (inhaltlich-fachliche Steuerung) und der **Bielefeld Marketing GmbH** (operative Vermarktung) wird durch folgende Maßnahmen mit Leben gefüllt:

Fokus Kulturred: Beratung & Qualifizierung

- **Direkte Unterstützung:** Weiterbildungen und Coachings zu Themen wie Social Media oder KI. Im Rahmen der RadKulTour werden die beteiligten Kulturakteur*innen im Zuge einer vernetzten Kampagne gezielt präsentiert. Ergänzend erhalten sie Beratung in Marketingfragen.
- **Informationsfluss:** Newsletter für Akteur*innen, Social Media und ein Marketing-Merkblatt als Anlage zu Förderbescheiden.
- **Infrastruktur:** Pflege des „Raumfinders“ für Kulturtreibende.
- **Nachwuchsförderung:** Auswahl lokaler Bands als Opening Acts bei Sparrenburg-Konzerten.
- **Social Media und Marketing:** Regelmäßige Spotlights bewerben gebündelt Veranstaltungen der Kulturszene, Videografische und fotografische Begleitung und Veröffentlichung besonderer Projekte und Akteur*innen.

Gemeinsame Aktivitäten: Vernetzung & Strategie

- **Gremien:** Ein paritätisch besetzter Beirat (Kulturredverwaltung, BiMa, Kulturp©ct) steuert die strategische Ausrichtung 2-3 Mal pro Jahr.

- **Operative Ebene:** Regelmäßiger Austausch der Marketing-Mitarbeiter*innen beider Häuser.
- **Kampagnen:** Gemeinsame Planung der Kampagne „Kulturfunken“ (Start Herbst 2026) und weiterer Netzwerkprojekte.
- Monatliche Marketingsprechstunde für Kulturschaffende im Kulturhaus Ostblock e. V.

Fokus Bielefeld Marketing GmbH: Reichweite & Sichtbarkeit

- **Publikumsansprache:** Monatlicher Kulturnewsletter und Betreuung der Landingpage „Kunst und Kultur“ auf *bielefeld.jetzt.*, Kommunikation und netzwerkbasierende Zuarbeit für den (Kultur-) Veranstaltungskalender auf *bielefeld.jetzt.*
- **Präsenz im Stadtraum:** Sichtbarmachung von Events auf Werbeflächen.
- **Großprojekte:** Imagekampagne „Du gehörst in unser Museum“ (ab März 2026) und Umsetzung des Wettbewerbs „Deine Fan-Aktion“.
- **Events:** Kooperation bei Großformaten wie den „Nachtansichten“.
- **Marketing-Meetup** (Neues Format zum regelmäßigen Netzwerkaustausch unter Marketing-Operativen in kulturellen Einrichtungen und Vereinen/Kollektiven).
- Umsetzungsplanung zu einem neuen Community-Event zwischen Wirtschafts- und Kulturakteur*innen (Juni 2026).

Beide Organisationen binden über die beiden Marketing-Stellen hinaus weitere Strukturen und personelle Ressourcen in ihre Marketing-Aktivitäten ein.

Ziel bleibt es, die kulturellen Angebote der Stadt Bielefeld wirksam zu kommunizieren und vorhandene Ressourcen sowohl effektiv als auch effizient einzusetzen.