SPD-Fraktion im Rat der Stadt Wuppertal

CDU-Fraktion im Rat der Stadt Wuppertal

Fraktion BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN im Rat der Stadt Wuppertal

FDP-Fraktion im Rat der Stadt Wuppertal

Vorsitzenden des Ausschusses für Kultur
Herrn Dr. Rolf Köster

Gemeinsamer Antrag

Datum 21.02.2023

Drucks. Nr. **VO/0002/23/Neuf.**
öffentlich

Zur Sitzung am	Gremium
01.03.2023	**Ausschuss für Kultur**

Kulturmarketing für Wuppertal optimieren und verbessern
Gemeinsamer Antrag vom 21.02.2023

Sehr geehrter Herr Dr. Köster,

die Fraktionen von SPD, CDU, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP beantragen, der Ausschuss für Kultur möge folgenden Beschluss fassen:

1. Wuppertal Marketing und das Kulturbüro werden beauftragt, einen Workshop mit ausgewählten, über die Stadt hinausstrahlenden Einrichtungen (wie z.B. börse, Wuppertaler Bühnen, Gasometer/Viseodrom, Von der Heydt-Museum, Historische Stadthalle, TIC) zu organisieren, um sich über die Chancen, Erwartungshaltungen, Möglichkeiten und Wünsche der künftigen Vermarktung als „Kulturstadt Wuppertal“ auszutauschen. Ziel sollte dabei auch eine bessere regionale Kooperation und Vernetzung sein.

2. Über die bisherigen Konditionen hinaus wird die Verwaltung gebeten zu prüfen und ggf. mit der Ströer Medien GmbH zu verhandeln, ob weitere Möglichkeiten für eine Unterstützung und Vermarktung der Wuppertaler Kulturangebote möglich sind.

3. Um vor allem für auswärtige Kulturinteressierte eine Vereinfachung für den Ticketkauf zu erreichen, bitten wir die Verwaltung zu prüfen, ob und wie die beiden zur Zeit konkurrierenden Ticketbuchungsysteme (Eventim, Kulturkarte und Wuppertal-Live) zusammenarbeiten und es Kulturinteressierten einfacher machen können, **alle** Karten für Wuppertaler Kulturangebote im Idealfall auf **einer** Plattform buchen zu können.

4. Die z.B. von Wuppertal-Live abgebildete Veranstaltungsübersicht könnte Grundlage für eine übersichtliche Darstellung der Kulturangebot in der Stadt sein. Dabei sollte

sichergestellt werden, dass alle relevanten Kultureinrichtungen, die es in unserer Stadt gibt, wenn möglich kuratiert, mit ihren Angeboten abgebildet werden.
Dabei sollte sowohl eine analoge Printversion als auch eine digitale und damit tagesaktuell mögliche Lösung geprüft und gegenübergestellt werden. Sowohl der notwendige Personalaufwand als auch die Kosten einer (kuratierten) Analogversion sollten genannt werden.

5. Es sollte zudem geprüft und dargestellt werden, ob vom Kulturbüro in Zusammenarbeit mit Wuppertalmarketing ein auch überregional adressierter Verteilservice für Kulturpublikationen (wie z. B. in Essen, die mit der DSM und der Publicity Werbung GmbH bestückten „City Boards“), in Kooperation mit Werbepartnern möglich ist.
Dabei sollte auch die preisgekrönte, derzeit von Mitgliedern des)) freies netz werk)) KULTUR in Kooperation mit dem Kulturbüro und dem Katasteramt der Stadt Wuppertal erarbeitete, "Culture - Digitale KULTURkarte", einbezogen und berücksichtigt werden.

6. Ferner sollte geprüft werden, ob eine handliche Übersichtsbroschüre (ggf. auch im Magazinformat) mit kurzen Selbstdarstellungen aller relevanten Kultureinrichtungen unserer Stadt erstellt werden kann, die sowohl in allen Wuppertaler Clubs, Gaststätten, Hotels, Infopoints und öffentlichen Einrichtungen ausgelegt wird, als auch im Einzugsbereich der umliegenden Städte (ca. 80 km Umkreis) verteilt wird.
Geprüft werden sollte in diesem Kontext auch, ob dies z.B. als Weiterentwicklung der jährlichen Kulturberichte erfolgen und in höhere Auflage gedruckt und breiter verteilt ermöglicht werden kann. Das könnte mit einer Klammer „Kulturstadt Wuppertal“ als wiederkehrendes Logo genutzt werden.
Eine Finanzierung sollte über Anzeigen und / oder Sponsoren erfolgen.

7. Die Ergebnisse sollen auch dem Aufsichtsrat Wuppertal Marketing GmbH zur Verfügung gestellt werden.

Begründung:
Die Stadt Wuppertal ist reich an vielfältiger Kultur, sowohl die städtischen Kultureinrichtungen als auch die freie Kulturszene in ihren vielfältigen Ausprägungen leisten hervorragende Arbeit. Deutlich wird aber auch immer wieder, dass es oft nicht einfach ist Menschen aus den umliegenden Städten für unsere Kulturangebote zu begeistern und Zuschauer*innen nach Wuppertal zu locken. Ein Aspekt ist sicherlich auch ein großes Angebot in den Metropolen Düsseldorf und Köln; darüber hinaus gibt es allerdings aus unserer Sicht auch ein „Wahrnehmungsproblem“.

Außerdem ist für uns wichtig, dass die Arbeit der Wuppertaler Kulturinitiativen und Einrichtungen mit ihrem nachhaltigen, soliden und vielfältigen Kulturangebot für möglichst viele Menschen bekannt gemacht wird. Dazu sollten entsprechende Marketingaktivitäten entwickelt werden. Für die Aktivitäten der noch weniger bekannten Kultureinrichtungen für die Wuppertaler:innen sollten möglichst niedrigschwellige und vollständige Übersichten über die große Vielfalt der Wuppertaler Kulturszene zur Verfügung gestellt werden.
Ebenso sollte die vom)) freies netz werk)) KULTUR erarbeitete "Culture - Digitale KULTURkarte", in der ebenfalls kulturelle Veranstaltungen in Wuppertal abgebildet und detaillierte Informationen zunächst auf einer Website verfügbar gemacht werden sollen einbezogen werden. Diese Informationen sollen in einem zweiten Schritt zusätzlich als mobile Anwendung per App bereitgestellt werden.

Mit freundlichen Grüßen

Heiner Fragemann	Erhard Buntrock	Marcel Gabriel Simon	Karin van der Most
Stadtverordneter	Stadtverordneter	Stadtverordneter	Stadtverordnete