



W
BI

Geschäftsbericht 2024

Bielefeld Marketing GmbH | Verkehrsverein Bielefeld e.V.

Inhalt



Blick auf 2024

- ▶ Leuchtturm Wissenswerkstadt eröffnet
- ▶ Neue Räume für die Tourist-Information in der Wissenswerkstadt
- ▶ Beliebte Erlebnistouren durch Bielefeld und zum Wahrzeichen der Stadt
- ▶ Übernachtungsmarkt wächst weiter
- ▶ Positive Impulse für den Kongressmarkt
- ▶ Veranstaltungen „Summer Closing“ und „Bielefeld singt!“ feiern Premiere
- ▶ Großveranstaltungen von Nachtansichten über Leineweber Markt bis Weihnachtsmarkt
- ▶ City-Aktionen beleben die Innenstadt
- ▶ Crossmediales Marketing für Imagegewinn
- ▶ Starke Kampagnen für starke Stadtmarke
- ▶ 70 Unternehmen im Partner-Netzwerk
- ▶ Image-Studie: Gute Noten für die Marke BIE
- ▶ Verkehrsverein Bielefeld: Wir für die Stadt!
- ▶ Organe & Partner
- ▶ Dank an alle „Bielefeld-Partner“

Bielefelds neuer Leuchtturm: Wissenswerkstadt eröffnet

- ▶ 6.9.2024: Besonderer Ort für die Vermittlung von **Forschung und Wissenschaft** öffnet seine Türen für die Öffentlichkeit.
- ▶ Auf **2.800 Quadratmetern** finden Besucher:innen eine Werkstatt-Meile, Experimentier- und Kreativräume, Ausstellungsflächen, ein Escape-Game, Projekt- und Seminarräume sowie eine große Veranstaltungsfläche.
- ▶ Bis zum Jahresende zählt die Wissenswerkstadt mehr als **60.000 Besuchende**. Gerechnet hatte Bielefeld Marketing zurückhaltend mit rund 42.000 Besuchen – allerdings auf das ganze erste Betriebsjahr bezogen.



Workshops zum Mitmachen, Mitforschen, Mitdenken



- ▶ **Mehr als 100 Workshops** bereits in den ersten 100 Tagen – knapp die Hälfte davon für Schulklassen und Kinder- und Jugendgruppen.
- ▶ **Vielseitiges Workshop-Angebot:** von „Roboter-Arm-Werkstatt“, „Bubble Tea Science“ über Weltraum-Kurs „Kids in Space“ bis zu Einführungskursen für Siebdruck und 3D-Druck.
- ▶ Ein Renner ist das **Escape-Game** „COSMOmission“ im ehemaligen begehbaren Tresorraum des Gebäudes, in dem einst die Kreissparkasse Bielefeld zuhause war.
- ▶ Weitere Publikumsmagnete sind die kostenlosen und offenen Samstagnachmittage zum Tüfteln und Experimentieren für Familien. Auch die **Bühnenshows** am Abend zählen mehr als 1.000 Interessierte aus Bielefeld und Umland.

Wissenschaftskommunikation

- ▶ **FameLab:** Der Bielefelder Julian Neugebauer, Gewinner von „FameLab Germany 2024“, dem von der Wissenswerkstadt organisierten bundesweiten Wettbewerb für Wissenschaftskommunikation, sichert sich den zweiten Platz beim internationalen Finale.
- ▶ **29.10.2024:** „Brainstorm“ is coming home! Zum ersten Mal findet die Bühnenshow mit „Die Stereotypen“ in der neu eröffneten Wissenswerkstadt statt. Zum Thema Fußball stehen die Impro-Theater-Profis mit Prof. Andreas Zick und Dr. Milan Dransmann auf der Bühne.
- ▶ **7.12.2024:** „Die einzig wahre Fake-Show“! Premiere für die eigene Game Show der Wissenswerkstadt mit Forschenden der Universität Bielefeld zum Thema Fakes, Mythen und Vorurteile in der Biotechnologie.
- ▶ **Bielefelder Wissenschaftspreis 2024:** Professor Robert B. Pippin, US-Philosoph des Deutschen Idealismus, erhält den renommierten Preis, der von der Stiftung der Sparkasse Bielefeld vergeben wird.

C Wieviele Gene hat eine Tomate?

A: 15

C: 35.000

B: 20

D: Milliarden



WILKOMMEN WISSENSWERKSTADT
DIE EINZIG WAHRE
FAKE SHOW

Starke Partner

- ▶ Die Wissenschaftspartner:innen Universität Bielefeld und Hochschule Bielefeld (HSBI) sowie das Welthaus Bielefeld e.V. gestalten die Wissenswerkstadt und ihr Programm aktiv mit.
- ▶ Im Erdgeschoss stellen Studierende aus dem Fachbereich Gestaltung der **Hochschule Bielefeld** ihre Werke im Galerie-Raum „HSBI-Satellit“ aus. Im Obergeschoss wartet die technische Ideenwelt des Universalgenies Leonardo Da Vinci in der Ausstellung „DaVinci@HSBI“.
- ▶ **Die Universität Bielefeld** ist mit den Experimentierstationen der Teutolabs Mathematik, Biologie und Physik im Obergeschoss verortet.
- ▶ **Das Welthaus Bielefeld e.V.** lädt Besuchende in den „Erlebnisraum Globale Nachhaltigkeit“ in der Wissenswerkstadt ein. Zudem bietet das Welthaus ein Begleitprogramm mit Führungen und Workshops.



Neue Tourist-Information in der Wissenswerkstadt

- ▶ Neue Räume, gewohnter Service: Umzug der ersten Adresse für Gäste, Bielefelder:innen vom Neuen Rathaus am Niederwall in die neue Wissenswerkstadt an der Wilhelmstraße 3 am 6. September 2024.

Was die Tourist-Information bietet:

- Konzertkarten und Tickets bundesweit
- Ausflugs- und Erlebnis-Tipps
- Beratung, Reiseplanung, Hotelbuchung
- Stadtführungen – von der Bus-Rundfahrt bis zum kulinarischen Spaziergang
- Souvenirs und Bielefeld-Produkte
- 2025 eröffnet die im Gebäude liegende Gastronomie



Bielefelds Wahrzeichen nach wie vor beliebtes Ausflugsziel

- ▶ **Sparrenburg** lockt von April bis Oktober hinauf auf den Kamm des Teutoburger Waldes.
- ▶ **34.365 Besucher:innen** besteigen 2024 die 121 Treppenstufen hinauf auf den Turm (Vergleich Vorjahr: 33.149) und 13.623 nehmen an Kasematten-Führung teil (Vergleich Vorjahr: 13.633). Vor der Corona-Pandemie im Jahr 2019 waren es 39.150 Turmbesteigungen und 15.558 Teilnehmer:innen an Kasematten-Führung.
- ▶ Während der **Sanierung** bleibt das Sparrenburg-Restaurant zwar geschlossen, aber als Zwischenlösung bietet der Kiosk im Burghof regionale Speisen und Getränke.



40 unterhaltsame Erlebnistouren führen durch die Stadt



- ▶ Altstadtführungen, Stadtrundfahrten, kulinarische Spaziergänge, Blind-Dates, Kiez-Touren oder Challenge-Touren mit Rallye-Charakter – **40 verschiedene Führungen** bietet das Team der Bielefeld Marketing.
- ▶ 2024 nehmen **9.868 Menschen** an 556 Stadtführungen teil (Vergleich 2023: 9.676 Teilnehmer:innen, 2019: 11.630 Teilnehmer:innen).
- ▶ Mit dem **Online-Planungs-Tool** „plazy“ können Erlebnisse in Bielefeld geplant werden – individuell und zeitsparend: www.bielefeld.jetzt/tourist-information.
- ▶ **Aktionstag** „Der Teuto ruft!“: Fünf Rallye-Stationen bieten am Sonntag, 16. Juni 2024, eine Entdeckungstour für die ganze Familie zwischen City und Sparrenburg.

Projektstart: Bielefeld auf dem Weg zur nachhaltigen Tourismusregion



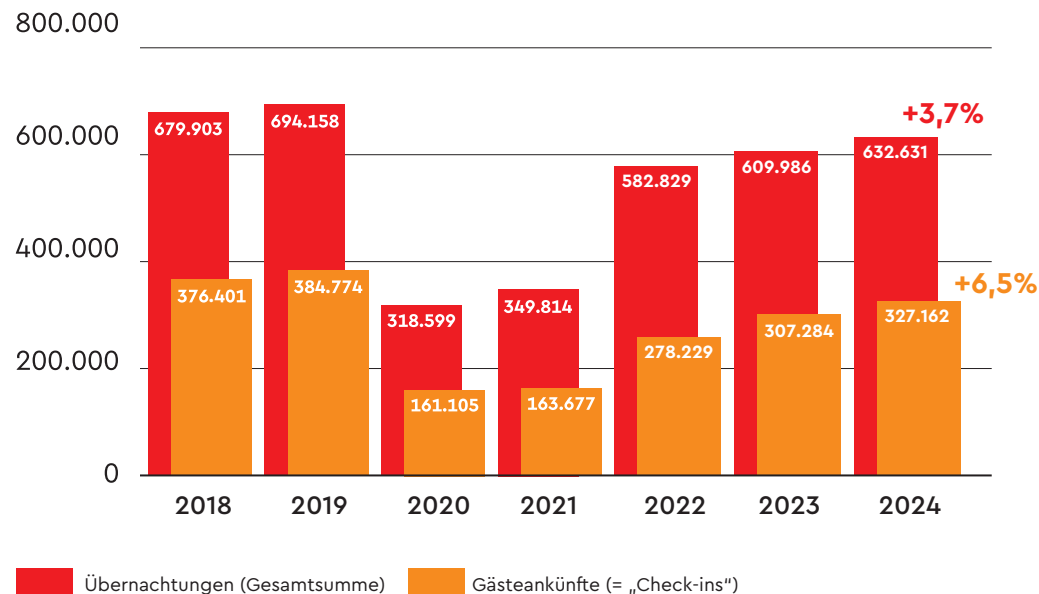
- ▶ Bielefeld nimmt teil am Projekt „Modellregion nachhaltiger Tourismus im Teutoburger Wald“ – kurz: MoNaTour.
- ▶ Das **EFRE-Projekt** verfolgt die Entwicklung der Region als nachhaltiges Reiseziel sowie eines abgeleiteten Leitbilds für die Urlaubsregion Teutoburger Wald.
- ▶ Das **Partnernetzwerk** besteht aus den Kreisen Lippe, Minden-Lübbecke, Paderborn, Gütersloh, der Stadt Bielefeld sowie dem assoziierten Partner Kreis Herford und wird vom Teutoburger Wald Tourismus koordiniert.
- ▶ Die Partner informieren gemeinsam mit dem Zertifizierungspartner TourCert während sechs **Auftaktveranstaltungen** über die Möglichkeit, wie sich Gastgewerbe, Hofläden oder Tourist-Informationen am Projekt beteiligen und die Auszeichnung „Partner Nachhaltiges Reiseziel“ erhalten können.

www.teutoburgerwald.de/monatour

Übernachtungsmarkt wächst weiter

Entwicklung der Gästezahlen in Bielefeld 2018–2024

Darstellung: Bielefeld Marketing | Datenbasis: Landesbetrieb Information und Technik NRW



- ▶ Trotz aller Krisen setzt sich der **Aufwärtstrend** bei den Gästezahlen 2024 weiter fort.
- ▶ **632.631** Übernachtungen (plus 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr mit 609.986).
- ▶ **327.162** Gästeankünfte (plus 6,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr mit 307.284).
- ▶ Der buchungsstärkste Monat war der September mit **63.220** Übernachtungen.
- ▶ Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste ist leicht zurückgegangen: 2024 gab es **84.662** Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland – ein Minus von 7,2 Prozent.
- ▶ In der Statistik werden Beherbergungsbetriebe mit mehr als zehn Betten erfasst – in Bielefeld 58 Betriebe mit insgesamt **4.310 Betten**.

Positive Impulse für Kongressmarkt Bielefeld

- ▶ Kongressbüro von Bielefeld Marketing organisiert 2024 diverse Veranstaltungen, die den Bielefelder Kongressstandort beleben:

Deutscher Anwaltstag am 5.-7.6.2024

Dreitägiger Kongress mit ca. 1.500 Besucher:innen und Aussteller:innen in der Stadthalle Bielefeld, feierliche Abendveranstaltung im Lokschuppen sowie diverse Rahmen- und Begleitprogramme.

Hinterland of Things am 13.6.2024

Eintägige Veranstaltung mit ca. 2.500 Besucher:innen in der Stadthalle Bielefeld, diverse Rahmen- und Begleitprogramme, aufwendige und medienwirksame Veranstaltung mit mehreren Aufbau Tagen.

KommDIGITALE 17.-19.11.2024

Dreitägige Veranstaltung mit ca. 2.000 Besucher:innen und 300 Aussteller:innen in der Stadthalle Bielefeld.

1Live Krone am 5.12.2024

Eintägige Veranstaltung mit ca. 1.000 Besucher:innen im Lokschuppen Bielefeld, Verleihung des größten Musikpreises Deutschlands, Empfang für Hörer:innen in der Stadthalle Bielefeld, aufwendige und medienwirksame Veranstaltung mit mehreren Aufbau Tagen.



„Summer Closing“ feiert Premiere im Wiesenbad

► Von Rap und Pop bis Kindermusik – zum ersten Mal verwandeln die Stadtwerke Bielefeld, unterstützt von Bielefeld Marketing, das **dreitägige Open-Air-Event** und verwandeln das Freibad-Gelände in eine große Konzert-Bühne. Insgesamt feiern **7.700 Menschen** mit Live-Musik im Wiesenbad.

- Freitag, 27.9.2024: Auftakt mit 257ers, Rap-Duo aus Essen
- Samstag, 28.9.2024: Singer-Songwriter Rea Garvey
- Sonntag, 29.9.2024: 13 Uhr: Kinder-Liedermacher Volker Rosin
- Sonntag, 29.9.2024: Folk-Pop-Band Bukahara zum Abschluss



Strahlende Nachtansichten 2024



- ▶ Zum **22. Mal** laden die Bielefelder Nachtansichten am 27. April 2024 zur erlebnisreichen Kulturnacht ein.
- ▶ Mit **15.000** verkauften Eintrittsbändchen bei der 22. Auflage der Bielefelder Nacht der Museen, Kirchen und Galerien ist 2024 nach 2018 und 2016 (mit jeweils mehr als 16.000 verkauften Tickets) das drittstärkste Besuchsjahr. Die Zahl der Besuche liegt bei 80.000 bei 50 teilnehmenden Kulturorten.
- ▶ **Publikumsbeliebte:** Altstädter Nikolaikirche (9.000 Besucher:innen), Wiesenbad (6.553 Besucher:innen), Samuelis Baumgarte Galerie (5.700 Besucher:innen), Kunsthalle Bielefeld (5.250 Besucher:innen), Historisches Museum (4.346 Besucher:innen).
- ▶ **Neues Angebot:** In der Neustädter Marienkirche wurden während der Nachtansichten 10 Paare getraut und 200 Segnungen durchgeführt.

50 Jahre Leineweber-Markt

- ▶ **Leineweber-Markt:** 2024 feiert Bielefeld die 48. Auflage des beliebten Stadtfestes – 50 Jahre nach dem ersten großen Stadtfest 1974 anlässlich des 25. Jahrestages des Grundgesetzes. Im Jahr 1975 erhielt das Fest seinen Namen mithilfe eines Preisausschreibens mit Vorschlägen aus der Bevölkerung.
- ▶ **29.5.–2.6.2024:** Fünf Tage Kirmes-Rummel, Familienprogramm und Live-Musik in der Innenstadt.
- ▶ **Open-Air-Konzerte:** „Welshly Arms“ und „Loi“ sind die Top-Acts auf der Sparkassen-Bühne auf dem Jahnplatz.
- ▶ **Neue Bühne** „Jahnplatz Süd“ sorgt mit DJ-Sets für Atmosphäre.
- ▶ **Premiere** für „Nordic Tower“: Das Kettenkarussell gilt mit 90 Metern Höhe als eines der höchsten transportablen der Welt.

Und noch mehr Events in Bielefeld

- ▶ **Abendmarkt-Revival** (4.7.–22.8.2024): Live-Musik und Gastro-Stände an acht Donnerstagen im Sommer auf dem Klosterplatz.
- ▶ **Sparrenburgfest** (26.–28.7.2024): Drei Tage Mittelalter-Markt rund um die Sparrenburg.
- ▶ **41. Weinmarkt** (3.–8.9.2024): Gemütliche Weinverkostung in der Altstadt mit 28 Ständen – darunter Winzer aus fünf deutschen Weinregionen.
- ▶ **„Stadtwerke run & roll City“** (8.9.2024): Beliebtes Lauf-Event (seit 2004) von Bielefeld Marketing und Stadtwerke Bielefeld führt zum dritten Mal vom Kesselbrink rund um das Altstadt-Hufeisen – statt über die Stadtautobahn.
- ▶ **Weihnachtsmarkt** (21.11.–30.12.2024): Weihnachtspyramide, Glühweinbuden, Kunsthandwerkstände und Karussells – mehr als 110 dekorierte Stände verleihen der Bielefelder Innenstadt Weihnachtsstimmung.



Bielefeld singt Weihnachtslieder im Stadion

- ▶ **21.12.2024:** Bielefeld Marketing und DSC Arminia Bielefeld veranstalten zum ersten Mal „Bielefeld singt! So klingt Weihnachten“ in der SchücoArena.
- ▶ Mehr als **18.000 Menschen** kommen zur Premiere und genießen die besondere Stadion-Atmosphäre.
- ▶ Auf der Terrasse der **Osttribüne** stimmen Sänger und Musiker klassische und moderne Weihnachtslieder an – als programmatischer Leiter hat Tobias Richter ein abwechslungsreiches Programm zusammengestellt.
- ▶ Die evangelischen und katholischen Bielefelder Kirchen beteiligen sich an der Programm-Gestaltung.



to be
continued
in 2025...



Start für „Kulturrausch“

- ▶ Kultur-Management bei Bielefeld Marketing wirbt mit der **Kampagne** „Kulturrausch“ für das vielseitige Kulturangebot in der Stadt.
- ▶ Die Kampagne richtet sich an junge Zielgruppe (unter 30-Jährige) und bietet durch eine Gamifizierung **Anreize** für neue Kulturtrips.
- ▶ **Idee hinter der Kampagne:** Bekannte Pfade verlassen und auf neue kulturelle Formate und Orte aufmerksam werden.
- ▶ Online-Kampagne bedient sich an Inhalten aus Bielefelder **Kulturveranstaltungskalender**. Kulturakteure sind stets aufgerufen, Veranstaltungen zu melden: www.bielefeld.jetzt/termine/melden.



KULTUR RAUSCH



E
BI

CityLife-Aktionen beleben die Innenstadt

- ▶ Mit dem **Eventformat CityLife**, das Begegnung, Gemeinschaftsgefühl und Identifikation fördert, belebt das City-Management der Bielefeld Marketing über das ganze Jahr die Innenstadt. Dazu zählen 17 zielgruppenspezifische Aktionen und eine Kommunikationskampagne in 2024.
- ▶ Mit Imagekampagnen und gezielter Öffentlichkeitsarbeit trägt das City-Management zur **Stärkung des Innenstadtbildes** und zur positiven Aufladung der City bei.
- ▶ Entwicklung des Bausteins **„City für Kinder“** zur zielgerichteten Ansprache von Familien – zum Auftakt Irrgarten mit Bielefeld-Motiven: City-Management beklebt den Bunnemannplatz mit Spielfeld für Kinder und feiert mit einer kleinen Einweihungsaktion.
- ▶ **„Streetart im Großstadt-Dschungel“**: das City-Management und das Kultur-Management verschönern zwölf Stelen zwischen Jahnplatz und Bahnhof mit Bildern von Künstlerin Marla, um Kunst und Kultur im öffentlichen Raum erlebbar zu machen.



Lichtprojekte in der City



- ▶ Das City-Management Bielefeld initiiert Lichtprojekte in der Fußgängerzone für ein positives **Stadtgefühl**.
- ▶ Eine farbenfrohe **Projektion** mit Bielefeld-Bezug setzt die ehemalige Karstadt-Fassade in Szene.
- ▶ Die Licht-Tier-Kampagne „Von hier wech“ sorgt für neue **Highlights** in der Fußgängerzone:
- ▶ Von November 2024 bis Februar 2025 strahlen bis zu **5,5 Meter** große Leuchttiere mit hochwertiger, warm-weißer LED-Technik mitten in der Innenstadt – vom Jahnplatz bis zum Bahnhof.
- ▶ Tiere aus dem **Heimat-Tierpark Olderdissen** wie Eichhörnchen, Hirsche, Wölfe und Rehe holen den Tierpark in die City.
- ▶ Projekt wird finanziert von dem Bundesprogramm **„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“**.

Crossmediales Marketing

- ▶ **Moderner Medienmix** ist bei der Imagearbeit für Bielefeld sowie bei der tagtäglichen Kommunikation und Information das Ziel.
- ▶ **Ziel ist**, den überregionalen Bekanntheitsgrad kontinuierlich zu steigern und dafür zu sorgen, dass Bielefeld sympathisch und natürlich „rüberkommt“. Einheimische, Gäste, Studierende, Unternehmer:innen und potenzielle Arbeitskräfte sollen gleichermaßen für das urbane Zentrum Ostwestfalens begeistert werden.
- ▶ **Mix aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Mediaplanung (Print-Anzeigen, Radiospots, Plakat-Werbung in Bielefeld und Region), Social Media, Online-Marketing (www.bielefeld.jetzt).
- ▶ **Neues Unternehmenslogo** mit Slogan entwickelt: Bielefeld Marketing. Für dich. Für die Stadt.



**Bielefeld
Marketing**
Für dich.
Für die Stadt.



Einige Zahlen für 2024 im Überblick

- ▶ **2,6 Millionen** Zugriffe auf www.bielefeld.jetzt (Zuwachs von 14,1 Prozent) plus 385.500 Seitenaufrufe auf weiteren Seiten wie www.bielefeld-marketing.de (ohne www.wissenwerkstadt.de)
- ▶ **Verweildauer** auf den Seiten ist um 1,9 Prozent gestiegen, durchschnittliche Verweildauer: 1:45 Minuten pro Sitzung/User
- ▶ **38.200** Follower bei Instagram, 18.731 bei Facebook, 4.583 auf LinkedIn
- ▶ **3.600** Plakatflächen im Out-of-Home-Bereich werben über das Jahr im Stadtgebiet für Events
- ▶ **14.152** Spot-Sekunden bei NRW-Lokalradios geschaltet – mit neuem Soundlogo: Bielefeld Marketing. Für dich. Für die Stadt.
- ▶ **61** Pressemeldungen verschickt



German Brand award für „match your future“

- ▶ Bielefeld Marketing erhält im Juni 2024 den renommierten Marketingpreis **German Brand Award 2024** in der Kategorie „Employer Branding Activities & Campaigns“ für die digitale Fachkräfte-Kampagne „match your future“ des Jahres 2023.
- ▶ **„match your future“** zeigt 300.000 jungen Menschen zwischen Rheinland und Magdeburg: Bielefeld liegt im Teutoburger Wald, hat eine starke Wirtschaft, exzellente Hochschulen, ein erstklassiges Freizeit- und Kulturangebot und viel Geschichte im Stadtbild.



german
brand
award
24
winner



Image-Kampagne: „Bielefeld. City deiner Wahl“



- ▶ **Frühlingskampagne** wirbt für Bielefeld in der Stadt und in der Region – unterstützt vom Bielefeld-Partner-Netzwerk.
- ▶ Motive setzen auf den **Kontrast** von Großstadt- und Landschaftsimpressionen. Die Kombination scheinbarer Gegensätze macht klar: Bielefeld lässt täglich die Wahl zwischen Großstadt und Idylle, Erlebnis und Erholung.
- ▶ **Online-Gewinnspiel** als Teil der Kampagne mit Bielefeld-Preisen wie Event-Gutscheine, Stadtführungen und Bielefeld-Artikel.
- ▶ **Crossmediale Kampagne** mit Großflächenplakaten, Radio-Spots, Anzeigen sowie Videos im Netz und auf Social-Media.

Starke Stadtmarke

- ▶ **8.10.2024:** Der 7. Bielefelder Markentag steht unter dem Titel „Zukunftsfreude“. 200 Gäste kommen zum Familientreffen der Bielefelder Stadtmarke in die neu eröffnete Wissenswerkstadt. Professor Dr. Pero Mičić, Experte für Zukunftsmanagement, spricht als Gastreferent über Eigenschaften zukunftssicherer Unternehmen.
- ▶ **Bielefeld-Partner-Netzwerk:** Dank des partizipativen Ansatzes und des breiten Fördernetzwerks gilt das Bielefelder Stadtmarketing als Best-Practice-Beispiel für andere Städte in Deutschland. Was anderswo nur mithilfe gewichtiger öffentlicher Etats möglich ist, wird in Bielefeld als Schulterchluss von Wirtschaft und Stadtgesellschaft realisiert.
- ▶ Mittlerweile stärken **77 Bielefeld-Partner** die starke Stadtmarke.
- ▶ Für die herausragende **Weiterentwicklung** der Stadtmarke erhält Bielefeld Marketing den Sonderpreis des Marketing Clubs OWL.



Repräsentative Umfrage: Gute Noten für die Marke BIE

► Bielefeld Marketing stellt im Juli die Ergebnisse der Umfrage zum Image Bielefelds des Marktforschungsinstituts „rc – research & consulting GmbH“ vor.

Repräsentative regionale Umfrage zeigt:

- Bielefelds Image verbessert sich weiter.
- Befragt wurden Menschen, die sowohl in Bielefeld als auch in der Region leben.
- 68 Prozent der Menschen im Umland antworten auf die Frage, wie sie die Bielefelderinnen und Bielefelder einschätzen mit „freundlich“, „aufgeschlossen“, „gut gelaunt“.
- 69 Prozent der Menschen in der Region und 83 Prozent der Bielefelder:innen finden Bielefeld attraktiv oder sehr attraktiv.
- Verbesserungen werden bei Shopping- und Gastronomieangeboten gesehen sowie bei der Entwicklung der Grünflächen.
- Mit einem Bekanntheitsgrad von 99 Prozent gilt das Stadtlogo BIE als allseits bekannt unter den Menschen in Bielefeld. Aus dem Umland kennen 62 Prozent das Logo.



Verkehrsverein Bielefeld: Wir für die Stadt



- ▶ **Jahresversammlung** am 8.4.2024 mit 200 Gästen im CITEC-Gebäude der Universität Bielefeld. Gastgeberin Prof. Dr. Angelika Epple, seit Oktober 2023 Rektorin der Universität Bielefeld, machte unter dem Titel „Spitzenforschung, Bildung, gesellschaftliche Verantwortung: die Reformuniversität Bielefeld“ deutlich wie wichtig Mitglieder sind, um neue Ideen nach vorne zu bringen.
- ▶ **Capyttel-Abend** am Abend vor Christi Himmelfahrt mit Tourismus-Botschafter Burkhard Schmidt-Schönefeldt von Tourismus NRW als Gastredner im Rochdale-Saal im Alten Rathaus mit Impuls-Vortrag „Tourismus: Wirtschafts- und Standortfaktor auch für Bielefeld“.

Erfolgreiches Format des Verkehrsvereins: „Bielefelder Stadtgespräche“

- ▶ Bei der Veranstaltungsreihe diskutieren Mitglieder des Verkehrsvereins mit Akteuren aus der Stadtgesellschaft in den Räumen des Founders Clubs:

18. März 2024: „Sind wir noch ganz sauber?“

Sauberkeit in der Innenstadt ist das Thema der dritten Auflage der „Bielefelder Stadtgespräche“. Verkehrsvereinsvorsitzende Ursula Pasch begrüßt acht Experten und Innenstadt-Akteure, darunter Professor Dr. Sebastian Zenker, die ihre Sicht auf die Situation in der Innenstadt schildern.

11. November 2024: „Wie sicher ist Bielefelds Innenstadt?“

Thema Sicherheit in Bielefeld steht im Mittelpunkt der Gespräche von Moderator Timo Fratz mit Ordnungsamtsleiter Maik Maschmeier, Polizeipräsidentin Dr. Sandra Müller-Steinhauer, Jan-Gert Hein, Geschäftsführer Drogenberatung e.V. und Verkehrsvereinsvorsitzende Ursula Pasch.



Danke an alle Bielefeld-Partner

★★★★★ Partner



★★★★★ Partner



★★★★ Partner



Unterstützer:



Organe und Partner

Bielefeld Marketing GmbH

Gesellschafterversammlung

- ▶ Pit Clausen (Vorsitzender), Vertreter der BBVG
- ▶ Andreas Rüther, Vertreter der BBVG
- ▶ Birol Keskin, Vertreter der BBVG
- ▶ Gudrun Henneke, Vertreterin der BBVG
- ▶ Jennifer Erdmann, Vertreterin des Verkehrsvereins Bielefeld e.V.
- ▶ Regine Tönsing, Vertreterin des Verbandes für das Gaststätten- und Hotelgewerbe Ostwestfalen e.V.
- ▶ Thomas Kunz, Vertreter der Pro Einzelhandel OWL GmbH

Geschäftsführer

- ▶ Martin Knabenreich

Mitgliedschaften

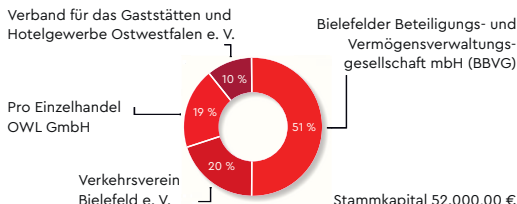
- ▶ Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (BCSD)
- ▶ Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
- ▶ European Science Events Association (EUSEA)
- ▶ German Convention Bureau (GCB)
- ▶ Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V.
- ▶ Universitätsgesellschaft Bielefeld, Verein der Freunde und Förderer der Universität Bielefeld e.V.

Kooperationen

- ▶ Fördernetzwerk Bielefeld-Partner
- ▶ OWL GmbH / Teutoburger Wald Tourismus
- ▶ Konferenz Tourismus beim Deutschen Städtetag
- ▶ Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
- ▶ Bielefeld Convention
- ▶ Verein Bielefelder Konsens – Pro Bielefeld e.V.
- ▶ Filmstiftung NRW GmbH
- ▶ Bielefelder Bürgerstiftung

sowie viele weitere Partner und Dachorganisationen auf bundes- und landesweiter, regionaler oder lokaler Ebene.

Gesellschafter



Verkehrsverein Bielefeld e.V.

Vorstand

- ▶ Ursula Pasch (Vorsitzende), Dipl.-Ing. Architektin BDA
- ▶ Pit Clausen (stv. Vorsitzender), Oberbürgermeister der Stadt Bielefeld
- ▶ Thomas Kunz (stv. Vorsitzender), Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Ostwestfalen-Lippe e.V.
- ▶ Frank Wulfmeyer (stv. Vorsitzender), Kreishandwerksmeister
- ▶ Jennifer Erdmann (Schatzmeisterin), Vorstandsmitglied der Sparkasse Bielefeld
- ▶ Andreas Büscher, Vorsitzender des Verbandes für das Gaststätten- und Hotelgewerbe Ostwestfalen e.V.
- ▶ Johannes Göke, Vorsitzender Werbegemeinschaft City e.V.
- ▶ Regine Tönsing, Hauptgeschäftsführerin des Verbandes für das Gaststätten- und Hotelgewerbe Ostwestfalen e.V.
- ▶ Henner Zimmat, Kaufmannschaft Altstadt e.V.
- ▶ Mike Bartels, Vorsitzender der Werbegemeinschaft Jöllenbeck e.V.
- ▶ Prof. Dr. Olaf Kruse, wiss. Direktor des Centrum für Biotechnologie (CeBiTec), Universität Bielefeld

Geschäftsführer

- ▶ Martin Knabenreich

Mitglieder

Am 31.12.2024 verzeichnete der Verkehrsverein Bielefeld 320 Mitglieder, davon 10 Werbegemeinschaften mit 1.222 Mitgliedern.

Impressum



**WE
BI**

Herausgeber

Bielefeld Marketing GmbH
Verkehrsverein Bielefeld e.V.

Gestaltung

deteringdesign.de

Redaktion

Tanja Babic

Bildnachweis

Bielefeld Marketing GmbH, Tim Fröhlich,
Teutoburger Wald Tourismus | D. Ketz,
Sarah Jonek, Veit Mette, Adrian Stein