In der **Abteilung Kommunikation (Sparten Oper und Orchester)** ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt folgende Position zu besetzen:

Social Media Management für Oper und Orchester (m/w/d)

- Vertrag NV Bühne -

Die Hamburgische Staatsoper vereint drei Sparten unter einem Dach: die Staatsoper Hamburg, das Hamburg Ballett und das Philharmonische Staatsorchester Hamburg. 1678 als erstes bürgerliches Opernhaus Deutschlands gegründet, zählt sie heute zu den führenden Opernhäusern Europas. Unter der Intendanz von Tobias Kratzer und Generalmusikdirektor Omer Meir Wellber verbindet die Staatsoper Hamburg große Werke des Repertoires mit mutigen Neuproduktionen, zeitgenössischen Erzählweisen und neuen Formaten. Sie versteht sich als offenes Haus für die ganze Stadt, als Ort der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Fragen und mit CLICK in auch als Bühne für junges Publikum. Pro Spielzeit zeigen Staatsoper und Hamburg Ballett über 240 Vorstellungen. Hinter jeder davon stehen Menschen aus Kunst, Handwerk, Technik und Verwaltung, die gemeinsam dafür sorgen, dass sich der Vorhang hebt. Mit dem Jubiläum „350 Jahre Oper für Hamburg“ 2028 und dem geplanten Opernneubau in der HafenCity blickt das Haus in eine spannende Zukunft.

Wir suchen eine kreative, digital denkende Persönlichkeit für die Sparten Oper und Orchester, die Lust hat, Musiktheater und Konzert auf Social Media sichtbar, nahbar und relevant zu machen – mit einem sicheren Gespür für Bild, Bewegtbild, Ton und Timing.
Für diese Aufgabe braucht es beides: echte Begeisterung für Oper, Konzert und die Menschen, die sie machen, ebenso wie ein tiefes Verständnis für Plattformlogiken, Community-Dynamiken und digitale Trends. Konkret wünschen wir uns ein waches Auge für Geschichten hinter der Bühne, Freude daran, neue Zielgruppen für die Kunstform zu begeistern, und die Bereitschaft, nah am Geschehen zu sein – auch außerhalb üblicher Bürozeiten, etwa bei Proben, Premieren, Konzerten und Veranstaltungen.

Aufgaben:

- Konzeption, Planung und Umsetzung der Social-Media-Kommunikation für Oper und Orchester auf Social Media – in enger Abstimmung mit der übergreifenden Redaktionsplanung
- Entwicklung plattformgerechter Formate, Serien und Kampagnenideen für Neuproduktionen, Konzerte, Vermittlungsangebote und Sonderveranstaltungen
- Produktion von Content vor Ort: Fotos, Reels, Stories und kurze Videos bei Proben, Vorstellungen und hinter den Kulissen – inklusive Schnitt und Nachbearbeitung
- Zusammenarbeit mit Künstler:innen, Ensembles, Musiker:innen und Gästen sowie Entwicklung von Formaten, in denen sie selbst zu Wort kommen
- Community Management: Moderation, Dialog mit Follower:innen und Beobachtung von Stimmungen und Diskussionen im Netz
- Steuerung und Briefing externer Fotograf:innen, Videograf:innen, Creator:innen und Kooperationspartner:innen
- Enge Zusammenarbeit mit Redaktion, Presse, Web, Vertrieb, Vermittlung und den Dramaturgien
- Mitwirkung bei der Planung und Aussteuerung von Paid-Social-Kampagnen
- Regelmäßiges Monitoring, datenbasierte Auswertung und Optimierung der Kanäle und Formate
- Beobachtung von Trends, Plattformentwicklungen und Best Practices im Kultur- und Kommunikationsbereich sowie Weiterentwicklung der Social-Media-Strategie im Rahmen der übergeordneten Corporate Identity

Voraussetzungen:

- Abgeschlossenes Studium in Kommunikations- oder Medienmanagement, Medienwissenschaften, Kulturmanagement, Musik- oder Theaterwissenschaften oder vergleichbare Qualifikation – erfahrene Quereinsteiger:innen sind herzlich willkommen
- Mehrjährige Berufserfahrung (idealerweise 2–3 Jahre) im Social Media Management, bevorzugt in einem Kultur-, Musik- oder Veranstaltungsbetrieb, einer Agentur oder einem Medienunternehmen
- Begeisterung für Oper und Konzert sowie Interesse an aktuellen Entwicklungen der Musik- und Kulturszene
- Ausgeprägtes Gespür für visuelles Storytelling, Hooks und zielgruppengerechte Ansprache – auch unter Zeitdruck und im Live-Moment
- Sichere Kenntnisse in Content-Produktion und -Bearbeitung (z. B. Adobe Premiere Pro, Photoshop, CapCut, Canva) sowie Erfahrung im Fotografieren und Filmen mit dem Smartphone
- Fundiertes Wissen über Plattformen, Algorithmen und Analytics-Tools sowie Erfahrung mit Social-Media-Management- und Planungstools; Erfahrung mit Paid Social von Vorteil
- Sehr gutes Zeitmanagement, Belastbarkeit, Teamfähigkeit, Eigeninitiative und Aufmerksamkeit für Details – auch wenn mehrere Dinge gleichzeitig laufen
- Begeisterung für schlanke und effiziente Abstimmungsprozesse
- Wissen um die organisatorischen und zeitlichen Abläufe eines künstlerischen Betriebes und Bereitschaft zu unregelmäßiger Arbeit an Abenden, Wochenenden und Feiertagen
- Stilsicheres Deutsch in Wort und Schrift; gute Englischkenntnisse, weitere Fremdsprachen von Vorteil
- Offenheit für neue Tools und Arbeitsweisen, einschließlich KI-gestützter Anwendungen

Benefits:

- ein aufregendes, abwechslungsreiches Arbeitsfeld in einem internationalen Kulturbetrieb
- Firmenfitnesskooperation EGYM Wellpass
- gute Anbindung an den ÖPNV
- eine betriebseigene Kantine
- betriebliche Altersvorsorge gem. Versorgungsanstalt der deutschen Bühnen

Die Hamburgische Staatsoper GmbH fördert aktiv die Gleichbehandlung aller Mitarbeiter:innen. Wir begrüßen Bewerbungen ausdrücklich unabhängig von Alter, ethnischer oder sozialer Herkunft, Religion, sexueller Orientierung oder geschlechtlicher Identität. Schwerbehinderte Bewerber:innen werden bei gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung vorrangig berücksichtigt.

Wir bitten um Zusendung der Bewerbung als **ein** PDF-Dokument bis zum **10. Dezember** an die:

Hamburgische Staatsoper GmbH
Vanessa Brockhaus, Personalabteilung
bewerbung@staatsoper-hamburg.de

Kosten, die Ihnen durch die Einladung zum Vorstellungsgespräch entstehen, können durch uns leider nicht übernommen werden.