

# Edvard Munch Bilder aus Norwegen

2. Oktober 2004 – 16. Januar 2005

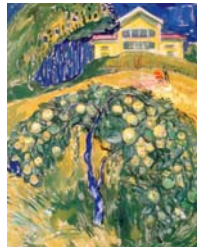
Das Ausstellungsmarketing



**Konzept**



**Sponsoren  
und Partner**



**Kommuni-  
kation**

# Konzept: die Ausgangsbasis

**Organisation**  
durch ein internes Arbeitsteam

**Finanzrahmen**  
80.000,- €

**Konzept**  
auf Faktenbasis:

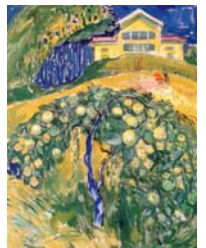
- vorliegende Kassendaten und Statistiken
- aktuelle Studien zu touristischen Besuchern und Kulturtouristen in der Region
- eigene Besucherbefragung



**Konzept**



**Sponsoren  
und Partner**



**Kommuni-  
kation**

# Konzept: die Ziele

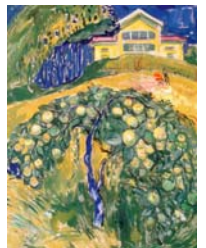
- **Besucherzahlen**
- 40.000 plus
- Wunsch: mehr als ‚Nolde‘ (1987: 46.044 Besucher)
  
- **Finanzen**
- volle Finanzierung durch Einnahmen und Sponsoring
- Wunsch: Polster durch Eintritte und Katalogverkauf
  
- **Image und Netzwerk**
- Marke Kunsthalle festigen
- Sponsoren und Partner überzeugen und binden



**Konzept**



**Sponsoren  
und Partner**



**Kommuni-  
kation**

# Konzept: die Zielgruppen

**Priorität 1:  
die Nummer sicher**



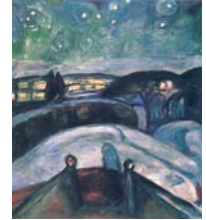
**Priorität 2:  
da lässt sich mehr  
draus machen...**



**Priorität 3:  
Irgendwann kriegen  
wir euch alle!**



**Information**

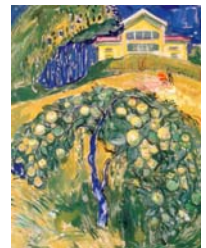


**Konzept**



**Sponsoren  
und Partner**

**Event**



**Zielgruppen-  
spezifische  
Interessen**

**Kommuni-  
kation**



## Die Botschaften:

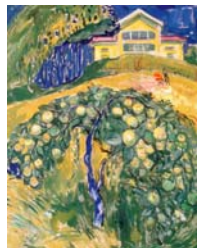
- Die Ausstellung ist ein „Muss“ für Kunst- und Kulturinteressierte
- Die Ausstellung bietet auch für Kenner spannende Entdeckungen
- Die Ausstellung ist ein Coup der Emdener Kunsthalle



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

# Unsere „Verbündeten“: Sponsoren und Partner



Sowie die BEB und  
die Commerzbank-Stiftung



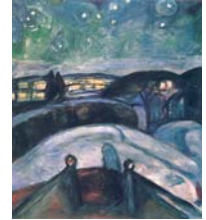
Oldenburgische  
Landesbank



Medienpartner:



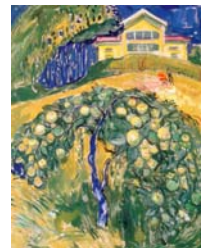
kulturtouristische Vermarktung:



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

(...hier folgen hoffentlich noch einige Wunschkandidaten...)

# Unsere Verbündeten: Sponsoren und Partner

## Projekte

Realisierung nur dank Sponsoring möglich

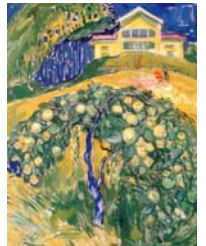
### 1. Zu Besuch bei Edvard Munch: Munchs Haus steht für 60 Tage in Emden



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

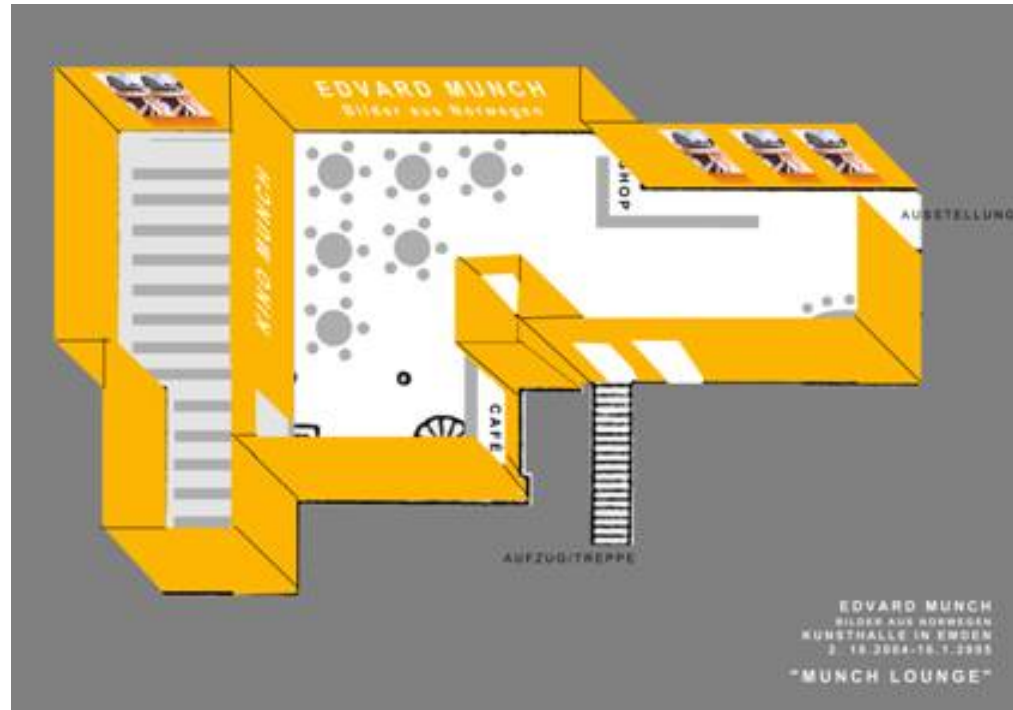
# Unsere Verbündeten: Sponsoren und Partner

## Projekte

Realisierung nur mit Sponsorenhilfe möglich, noch offen

## 2. Den Künstler kennen lernen:

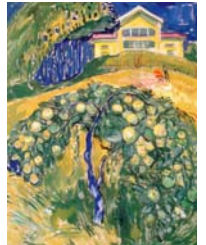
Lesen,  
hören,  
sehen,  
entspannen  
in der  
Munch-  
Lounge



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

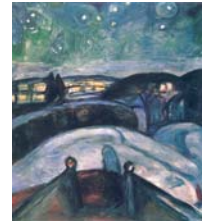
# Unsere Verbündeten: Sponsoren und Partner

## Sach-Sponsoring

1. Breite Außenwerbungs-Kampagne



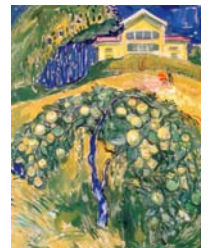
2. Fährkosten für Transporte minimieren, Ostseefahrten und Kreuzfahrten



Konzept



Sponsoren und Partner



Kommunikation

# Kommunikation: die Maßnahmen

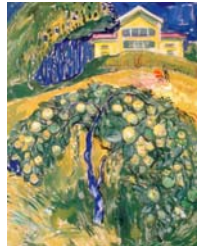
- Klassische Werbung
- Presse- und Medien
- Zielgruppenmarketing
- Vermittlung und Rahmenprogramm
- Service



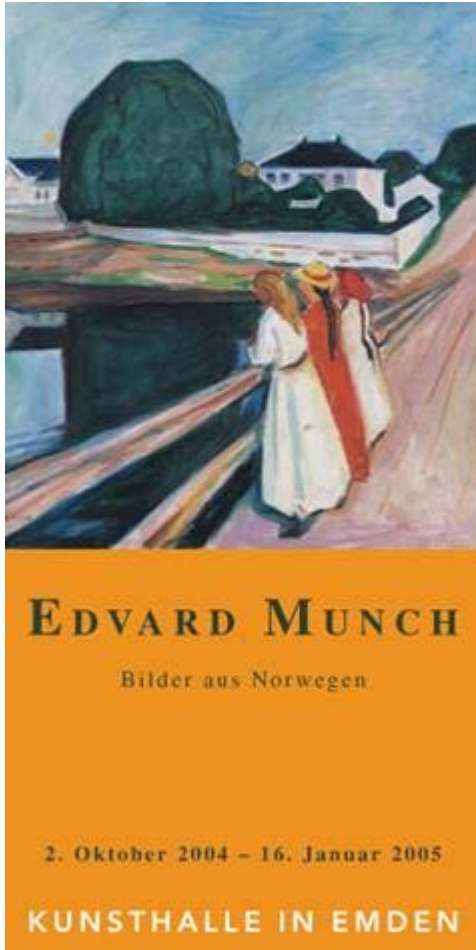
Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation



## Drucksachen: Flyer

1. Vorabflyer

2. Kurzflyer

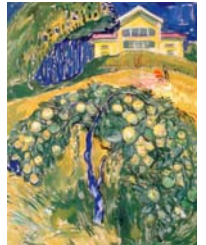
3. ausführliche  
Darstellung Leporello



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

## Drucksachen: Plakate

### Werbeplakate

- DIN A 1
- DIN A 3

### Verkaufsplakate DIN A 1



### Plakatierung im Einzugsgebiet:

1. Plakatierungswelle zum Ausstellungsstart
2. Plakatierungswelle zur Weihnachtszeit

### Aushang:

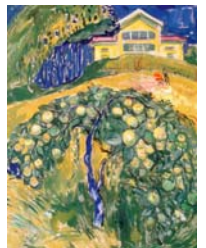
- neue Verteiler
- Sponsoren und Partner-Netzwerk
- Hotels, Gastronomie und touristische Partner
- auf Anforderung



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

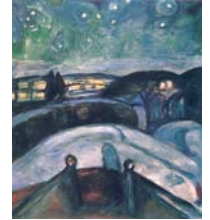
# Kommunikation: klassische Werbung

## Drucksachen: Klebmarken

Zum Bekleben von  
Briefumschlägen  
selbstklebend, auf Rollen

### Streuung durch:

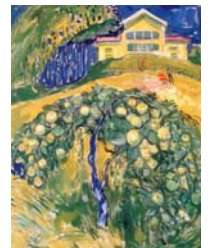
- Kunsthalle
- Sponsoren
- Stadtmarketing-Partner
- Tourismuseinrichtungen, Hotels
- Stadt Emden und Emdener Firmen
- Gruner + Jahr, Bertelsmann



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

# Kommunikation: klassische Werbung

Anzeigen und  
Gratisveröffentlichungen

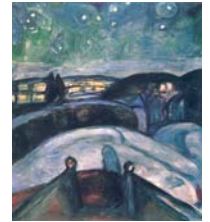
**TMN Veranstaltungskalender**  
15.000 Exemplare deutsch



**Das Niederländische  
Museumsmagazin 2004/2005**  
für Drenthe, Groningen,  
Friesland  
200.000 Exemplare



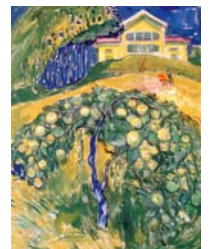
**arttourist.com**  
**(kunsttermine.de)**  
50.000 Exemplare



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

## Pressemitteilungen

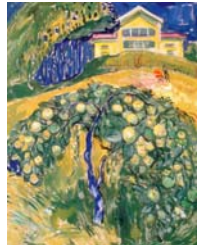
1. Quartal 04      Info Jahresprogramm  
Kurzflyer  
*artcities: Vorverkauf hat begonnen*
2. Quartal 04      Newsticker: aktuelle Infos
3. Quartal 04      Hauptinfo an Monatsmedien  
*artcities: elektronisches Pressemailing*  
Hauptinfo an andere Medien
4. Quartal 04      Aktion Stadtmarketing, Weihnachtsangebote  
Lückenschluss A 31: Munch rückt näher  
*artcities: Endspurt*
1. Quartal 05      Countdown Ausstellungsende  
bzw. Ankündigung Verlängerung



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

## Kommunikation: Presse

### Pressematerialien

- Februar: Texte in mehreren Varianten, Bilder liegen vor
- Juni: Download von der Homepage
- August: CD Rom

### Partnerschaften und Kooperationen

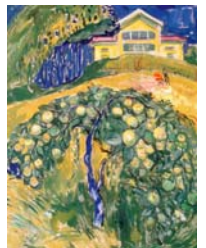
- Medienpartner NDR
- Medienkooperation artcities: ‚arte‘, WAZ-Gruppe, ZEIT



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

## KULTURTOURISMUS



Dienstleister: art cities in Europe

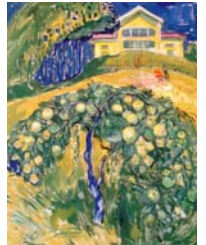
- Eintrittskartenvorverkauf
- Pressearbeit
- Katalog „arttourist.com“
- Internet-Detailseite
- Trade-Bulletin
- ACE-Newsletter
- Medienkooperationen
- Mailings



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

## TOURISMUS

### Hotel-Packages

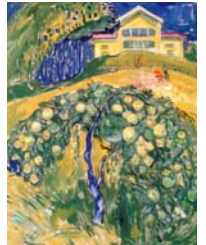
- **Arctcities**
- **DERTOUR & Parkhotel Upstalsboom**
- **Ameropa**
- **Ostfriesland Touristik GmbH**
- **Emder Hotels (Dehoga)**



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

# Kommunikation: Zielgruppenmarketing

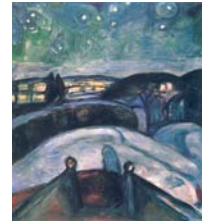
## Region Emden – Weser/Ems

### Kooperation mit dem Emdener Stadtmarketing

(Gesellschafter Dehoga, Emdener Kaufleute, Wirtschaftsförderung der Stadt Emden, Reedereien, Vermieter)

### Aktion „Munch in Emden“

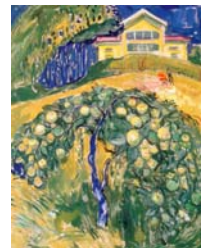
- Schaufenster- und Ladendekoration
- Aufnahme von norwegischen Produkten in das Sortiment
- Angebot norwegischer Speisen und Getränke
- Hinweis- und Wegebeschilderung in der Innenstadt
- Auflage eines Stadtplan-Flyers für die Besucher, in dem die besonders engagierten Teilnehmern gekennzeichnet sind



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

## Mailings

### Angebot von Gruppenführungen und Kooperationen

#### 1. Mailing 1. Stufe (Erinnerung: August)

- Stammbesucher der Kunsthalle (neuer Verteiler)
- Gruppenbesucher zur Akt-Ausstellung (neuer Verteiler)
- Kunstvereine (AdkV) in Norddeutschland
- Frauenverbände in Niedersachsen (neuer Verteiler)
- Tourismuseinrichtungen in Tagesentfernung
- Busreiseveranstalter (elektronisch)
- Volkshochschulen VHS im Einzugsgebiet Landesverbände VHS, Kulturbeauftragte VHS bundesweit, (neuer Verteiler)

#### 2. Mailings 2. Stufe (Juni - August / Erinnerung Oktober)

- Förderkreise von Museen
- Firmen (IHK) und Einrichtungen der Region (Weihnachten!)
- Vereine, Sportvereine
- Schulen, Universitäten und Hochschulen
- LEB- und AWO- Einrichtungen
- Serviceclubs

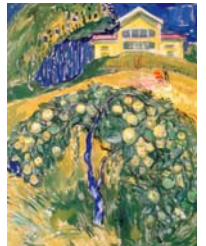
#### 3. Mailings über Art Cities (siehe dort)



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

# Kommunikation: Kunstvermittlung, Programm

## Führungen:

- 45 Minuten: Munch-Ausstellung.
- 90 Minuten: Munch-Ausstellung und Bestand des Hauses
- 90 Minuten Schülerführung mit kreativer Arbeit im Atelier

## Freiluftatelier



4.-6.11.2005

## Munch-Symposium

„Museum als Lernort“ Workshops und Vorträge

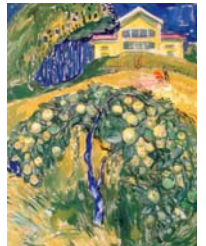
## Einführungsraum „Munch-Lounge“



Konzept



Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation

# Kommunikation: Service

- Transparentes **Preissystem**:
  - Eintrittspreise erhöht: 7/5,-
  - 0,- Kinder bis 15 J.
  - Führungen außerhalb der Öffnungszeiten
  - Events: Kostenpauschale und Spende
- Erweiterte **Öffnungszeiten** am Wochenende:

Di	10 – 20 Uhr
Mi, Do, Fr	10 – 17 Uhr
Sa, So	10 – 18 Uhr
- Erweitertes **Museumsshop-Angebot**



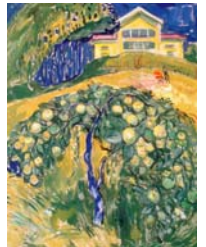
**Vorverkauf:**  
Einlass ohne Wartezeit



Konzept



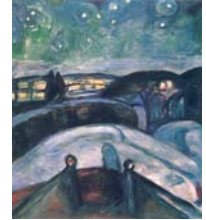
Sponsoren  
und Partner



Kommuni-  
kation



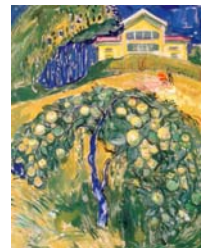
# Willkommen in Emden!



**Konzept**



**Sponsoren  
und Partner**



**Kommuni-  
kation**