Sie soll die Vielfalt der Kultur abbilden und steht direkt am Nordgang der besuchsträchtigen Elbphilharmonie: eine Plakatwand zur kostenfreien Werbung für Kultur.

In einer Pressemitteilung der Hamburger Behörde für Kultur und Medien heißt es:

„Seit ihrer Eröffnung waren über sechs Millionen Besucher auf der Plaza der Elbphilharmonie. Mehr als eine Million Gäste erlebten bereits Musik in den Konzertsälen und die meisten Konzerte waren schon Monate vorher ausverkauft. Die enorme Aufmerksamkeit, die die Elbphilharmonie auf sich zieht und das allgemein gestiegene Interesse an Kultur in Hamburg sollen künftig noch stärker auch anderen Kultureinrichtungen in Hamburg zugutekommen. Die HamburgMusik stellt daher ab sofort anderen Kulturveranstaltern und Kultureinrichtungen zwei Plakatwände im Nordgang der Elbphilharmonie und die Rückseite der Plaza-Tickets zur Bewerbung ihrer Angebote zur Verfügung. Die Aktion ist für die Einrichtungen kostenlos und wird von der Behörde für Kultur und Medien unterstützt.

Dr. Carsten Brosda, Senator der Behörde für Kultur und Medien: *„Dieses neue Angebot für die Hamburger Kultureinrichtungen zeigt eindrücklich, dass die Elbphilharmonie Teil einer ausgesprochen lebendigen und vielfältigen Kulturlandschaft ist. Uns ist daher schon seit der Bauphase wichtig, dass die Elbphilharmonie auch ihre Wirkung für die ganze Stadt entfaltet. Künftig erfährt man direkt hier auf der Plakatwand der Elbphilharmonie oder auf der Rückseite der Plaza-Tickets welche kulturelle Vielfalt Hamburg zu bieten hat.“*

Christoph Lieben-Seutter, Generalintendant Elbphilharmonie & Laeiszhalle: *„Die beiden Flächen im Nordgang waren immer für Plakatierung vorgesehen. Ich bin froh, dass wir sie jetzt so vielfältig und nutzbringend für das reiche Kulturleben der Stadt nutzen können.“*

Johannes Thomsen, Geschäftsführer der Kultur-Medien Hamburg GmbH: *„Große Kultur entsteht im Kleinen. Umso schöner, dass dies auch an der Elbphilharmonie gezeigt wird und die vielen kleinen und kleineren Veranstalter die Chance haben, sich dort zu präsentieren!“*

Im ersten Durchgang bewerben 20 Einrichtungen ihre Veranstaltungen auf den Plakatwänden in der Elbphilharmonie, die seinerzeit extra von den Architekten für die Plakatierung von Veranstaltungen vorgesehen wurden. Die Aktion wird von der Kultur-Medien Hamburg im Rahmen ihrer Werbung auf den über 500 Hamburger Kultursäulen betreut. Zusätzlich werden zunächst 15 Einrichtungen, die auch an der Kulturmarketing-Kampagne der Stadt beteiligt waren, auf der Rückseite der Plaza-Tickets werben. Die Kampagne geht zurück auf die mit Unterstützung der Kulturbehörde und der Hamburg Marketing in den letzten Jahren

Copyright © Südkultur - Tiefgang | www.tiefgang.net/ | 1

entstandene gute Zusammenarbeit im Marketing der Kultreinrichtungen der Stadt. Die Rückseite der Plaza-Tickets können von den Einrichtungen auch für besondere Angebote genutzt werden. So gewährt etwa die Kunsthalle bei Vorlage eines Plaza-Tickets, auf dem die Kunsthalle beworben wird, zwei Personen den Eintritt zum Preis von einer Person.“
Quelle: www.hamburg.de/bkm

Related Post

Zum Umgang mit NS-Raubgut

Kunsthandwerk trotz(t) Corona!

Ort der Auseinandersetzung

Eine Villa für die Kunst

Copyright © Südkultur - Tiefgang | www.tiefgang.net/ | 2