

Gründung eines Theaternetzwerks der vier großen Häuser und Entwicklung einer gemeinsamen Werbekampagne in der Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten

Kurzbeschreibung:

Das Theater Bremen, das Oldenburgische Staatstheater, das Stadttheater Bremerhaven und die Landesbühne Niedersachsen Nord in Wilhelmshaven haben sich innerhalb der Metropolregion Nordwest zusammengeschlossen und gemeinsam eine Marketingkampagne mit einer Wirkungskraft bis in die ländlichen Gebiete der Region konzipiert.

Mit der Marketingkampagne sollte eine nachweisbare Steigerung der Besucherzahlen in den einzelnen Häusern erzielt werden. Darüber hinaus zielte die Kampagne auf eine stärkere Mobilität der Menschen innerhalb der Region ab.

Die Kampagne richtete sich hauptsächlich an Kulturinteressierte mit dem Lebensmittelpunkt in ländlichen Regionen und basiert auf der Annahme, dass dem Theater dort wenig Bedeutung zukommt. Im Rahmen des Kampagnenkonzepts wurde davon ausgegangen, dass der Besuch eines Theaters als Freizeitbeschäftigung in den ländlichen Regionen kaum wahrgenommen wird. Zurückzuführen ist

das auf die fehlenden Berührungspunkte mit der Kunstform Theater in den ländlichen Regionen. Diese Situation sollte sich mit der geplanten Kampagne ändern.

Um der beschriebenen Zielsetzung gerecht zu werden, entstand ein mehrgleisiges Kampagnenkonzept: Im Mittelpunkt der Kampagne standen vier humorvolle Videoclips. Flankiert wurde die Videokampagne durch PR- und Marketingmaßnahmen innerhalb der Region, die eine nachhaltige und längerfristige Wirkung entfalten sollten.

!

Bewilligungszeitraum: 10.07.2013 - 15.02.2015

Antragsteller:
Senator für Kultur

Projektträger:
siehe Antragsteller



**Förderfonds der Länder Bremen und Niedersachsen
für die Metropolregion Nordwest**