

MQ mit neuer Werbelinie: Die vielen Gesichter kulturellen Erlebens

Mit der neuen Kommunikationskampagne „Kultur hat viele Gesichter“ entwickelt das MuseumsQuartier das Bild eines vielseitigen und vielschichtigen Kulturareals konsequent weiter.

„Die einzigartige Positionierung als Kunst-, Schaffens- und Lebensraum durch Werbemaßnahmen zu kommunizieren und auszubauen“, hatte die Aufgabenstellung bei der gemäß Vergabegesetz erforderlichen und ausgeschriebenen Neuvergabe des Werbeetats des MuseumsQuartier gelautet. Die Sieger-Kampagne der Wiener Agentur Rosebud, Inc. stellt das MQ „als Mittler zwischen der Welt der Museen und Institutionen auf der einen Seite und einer urbanen, durchaus hedonistischen Lebenskultur auf der anderen Seite“ in den Mittelpunkt. Und betont nicht etwaige Gegensätze, sondern Gemeinsamkeiten und die gegenseitige Stärkung und Befruchtung.

Unter dem Grundgedanken „Kultur hat viele Gesichter“ werden Vielfalt und Vielschichtigkeit des Kulturbegriffes im MuseumsQuartier thematisiert und deren Wirkung fassbar gemacht. Mit Bildern, die Gegensätze in sich vereinen und Widersprüche spielerisch auflösen: Menschen, die Besucher des MQ sein könnten, werden als Akteure – als Kultur Erlebende in allen Facetten dieses Erlebens – präsentiert. Die Grenzen zwischen „Hochkultur“, „Subkultur“ und Wiener Lebenskultur werden durchlässig, neue Zusammenhänge und Brückenschläge werden möglich, Wechselwirkungen entstehen. Kultur zeigt Wirkung.

„Auf längere Sicht ist die Kampagne in hohem Maße geeignet, auch Themenstellungen der im MQ ansässigen Institutionen an- und einzubinden, sie erlaubt inhaltliche Schwerpunktsetzungen“, erläutert MQ Direktor Dr. Christian Strasser: „Die neue Werbelinie fördert die Identifikation nach innen und außen und betont das Miteinander zwischen dem Lebensgefühl am Areal und der Kultur in den Institutionen, und die Interaktionen der Lebenswelten, die die große Stärke des MQ sind.“

Der von Rosebud, Inc. entwickelte Auftritt ist auch ein klares Bekenntnis zur konsequenten Weiterentwicklung der bisherigen MQ Werbung – angereichert um die Möglichkeit, die „vielen Gesichter der Kultur“ fassbar zu machen und zu einem Ganzen zu vereinen. Sie stellt die Funktion des MQ als Kulturareal in den Mittelpunkt, indem sie den Blick für die unterschiedlichen Sichtweisen, Darbietungsformen und Erlebensebenen öffnet. „Damit das Kulturelle nicht zu einem dekorativen Beiwerk des Unterhaltungsaspekts im MQ wird. Und umgekehrt das Unterhaltende nicht als Störfaktor des ‚Musealen‘ gesehen wird“, erklärt Rosebud-Geschäftsführer Fritz Magistris.

Erstmals eingesetzt werden die „neuen Gesichter des MQ“ ab 25.4. auf City-Lights, U-Bahn Tafeln, Infoscreens und in diversen Print und Online Medien.

Rückfragehinweis:

Presse MQ: Mag. Irene Preißler

Tel. [+43] (0)1 / 523 58 81 - 1712

E-mail: jpreissler@mqw.at