

## Bachfestmarketing

Das jährlich stattfindende Bachfest in Leipzig ist für Musikfans und Klassikkenner weltweit ein fester Termin. Ebenso international wie die Besucher ist die Werbung für das Kulturhighlight ausgerichtet – und hierfür arbeiten die „Leipziger Freiheit“ und das Bach-Archiv als Veranstalter seit Jahren zusammen. Mit einem umfangreichen Marketing-Paket – inklusive nationaler Werbeaktivitäten und der Gewinnung von Sponsoren – engagiert sich das Stadt- und Standortmarketing für das Event. Neben dem direkten Effekt, Bachfans weltweit für einen Besuch in Leipzig zu begeistern, verfolgen die Partner das langfristige Ziel, den Status Leipzigs als Kultur- und Musikstadt weiter zu festigen.

Zu den festen Größen im Marketingmix zählt eine nationale Outdoor-Kampagne, die in deutschen Metropolen die Aufmerksamkeit auf das Bachfest lenken. Dass Johann Sebastian Bach national für „sein“ Event werben kann, ist der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH und der Verbundnetz Gas AG (VNG) zu verdanken. Diese konnten vom Stadt- und Standortmarketing als Partner gewonnen werden und unterstützten das Bachfest bereits seit Jahren.

Ganzjährig ist dem Bachfest eine starke mediale Präsenz in den „Leipzig-Specials“, in Sonderveröffentlichungen und redaktionellen PR-Beiträgen sicher, die unter Federführung der „Leipziger Freiheit“ weltweit veröffentlicht werden. Auch in Eigenpublikationen, z. B. dem Magazin für Bahnreisende, ist das Bachfest regelmäßig prominent vertreten und somit deutschlandweit werbetechnisch „auf der Schiene“.

