

## PRESSEMITTEILUNG

Hamburg, 31. August 2010

### **Bewegungen, die bewegen Erstmals Imagekampagne für das HAMBURG BALLETT**

John Neumeier sagt von seinen Choreografien, dass sie »Bewegungen schaffen, die bewegen«. Diese emotionale Herangehensweise, die den Tanz zum Traum werden lässt, zeichnet das HAMBURG BALLETT aus. »Bewegungen, die bewegen« heißt deshalb die Leitidee für die erste Imagekampagne der Compagnie überhaupt. Eifersucht, Leidenschaft, Einsamkeit, Mut – starke Gefühle stehen im Mittelpunkt der vier Motive, die Alltag und Ballett miteinander verschmelzen. Ab dem 13. September sind die Bilder auf Plakaten und Anzeigen in den Ballungsräumen Berlin, Frankfurt, Hamburg und Hannover zu sehen.

Die Kampagne soll neue, jüngere Zielgruppen ansprechen und Hemmschwellen abbauen. Sie zeigt, dass das HAMBURG BALLETT einen Zauber hat, der sofort gefangen nimmt und gleichzeitig viele Überraschungen bietet für den, der sich genauer auf den Tanz einlässt. Scholz & Friends Hamburg setzte die Kampagne um. Sie wird begleitet von PR-Events, Social Media-Projekten und Kooperationen, unter anderem mit dem HSV. Sie alle sollen zeigen, wie vielfältig die Berührungspunkte von Ballett und Alltagsleben sind.

In den vier Motiven werden durch Spiegelungen und die Einarbeitung aufwändiger Details kaleidoskopartige Arrangements inszeniert: Im Motiv »Leidenschaft« etwa tanzen die Tänzer graziös durch lodernde Flammen, bei »Mut« unterstreichen gekreuzte Schwerter und stilisierte Drachen ihre ausdrucksvolle Körpersprache. Die Bilder geben nicht nur einen Einblick in das menschliche Unbewusste, sondern zeigen auch die beeindruckende Leistungsfähigkeit der Tänzerinnen und Tänzer.

Die Kampagne konnte nur umgesetzt werden, weil Scholz & Friends Hamburg sich bereit erklärt hat, »pro bono« zu arbeiten. Auch die Plakatflächen wurden kostenlos zur Verfügung gestellt – durch städtische Flächenkontingente der Hansestadt Hamburg. Selbst die Druckkosten wurden durch Dritte getragen – durch die Sponsoren SIDE Hotel / [m]eatery und Charlotte Uhse Stiftung sowie die Druckerei Klingenberg & Rompel. So konnte ohne Marketingbudget eine Kampagne mit einem Gesamtwert von etwa 400.000 EUR verwirklicht werden.

**Die vier Motive der Kampagne finden Sie im Anhang.**

**Informationen und Kontakt: Pressestelle des Hamburg Ballett, Dr. Anna Schwan**  
Caspar-Voght-Straße 54 | D-20535 Hamburg  
Tel. +49 (0)40 21 11 88 16 | Fax +49 (0)40 21 11 88 17 | [presse@hamburgballett.de](mailto:presse@hamburgballett.de) | [www.hamburgballett.de](http://www.hamburgballett.de)