

Tänavakunsti superstaari Banksy hittnäitus Tallinnas

Kategooria: Sündmuse/ürituse kommunikatsioon

Tellij: Popkunstimuseum PoCo

- Banksy Tallinna näitus ületas prognoose – 4 kuu jooksul külastas näitust "The Mystery of Banksy - A Genius Mind" **108 000 inimest**.
- See on **läbi aegade suurima külastatavusega** näitus Eestis.
- Eestis toimub üksikud kultuurisündmused, mis ületaks **100 000 külastaja piiri** – seda suudavad vaid väga vähesed kontserdid, etendused, filmid vm.
- Sellise publikuhulgani jõudmine nõuab väga head toodet, hoolikalt **läbimõeldud kommunikatsioonistrateegiat** ning partnerite ja sihtrühmade aktiivset kaasamist.



Olukorra kirjeldus

- PoCo popkunstimuuseum seadis ambitsioonika väljakutse – tuua Eestisse rahvusvaheline hitinäitus, mille abil tõestada oma võimekust maailmatasemel kultuurisündmuste korraldajana.
- PoCo on Eesti muuseumimaastikul alles värske tegija, mistõttu tuli rahvusvahelisi näitusekorraldajaid veenda partnerluse sobivuses.
- Näituse Eestisse toomisega kaasnes ka finantsrisk – see nõudis poole miljoni eurost investeeringut, mille tagasiteenimiseks tuli müüa vähemalt 55 000 piletit.
- Õnnestumiseks tuli järgida rahvusvahelise näitusekorraldaja ette antud reeglistikku, kuid samas rakendada kohalikku loomingulist lähenemist.
- Eesti-suuruses väikeriigis 100 000 inimese aktiveerimine on haruldane saavutus – selleks tuli luua täiesti unikaalne kommunikatsioonistrateegia.
- Oluline oli ajastada Eesti näitus enne Soomet, et püüda ka põhjanaabrite turistide potentsiaali.



Kommunikatsiooni eesmärgid

Hitnäitus ja turistid Eestisse

Tõestada, et PoCo tiim on võimeline korraldama niivõrd kõrgekvaliteedilist maailma tipptasemel näitust ja et just Tallinn on õige koht Banksy näituse toimumiseks.

55 000 piletit

Müüa vähemalt 55 000 piletit, et katta näituse Eestisse toomiseks tehtud investeering. Saavutada näituse avamine Eestis enne Soomet, et kaasata suveperioodil suveperioodil põhjanaabrite turiste.

PoCo tuntuse kasvatamine

Kasvatada PoCo popkunstimuuseumi tuntust ja mainet kultuurisündmuste korraldajana nii korraldajana nii Eestis kui rahvusvaheliselt.

100 000 külastajat

Kuigi PoCo tiim oleks jäänud rahule ka 55 000 külastajaga — see oleks katnud kulud ja toonud boonusena PoCole rahvusvahelist tuntust — oli korraldajate salajane unistus müüa 100 000 piletit.

Projekti ettevalmistamine

1

Rahvusvaheliste partnerite veenmine

Näituse omanike veenmine, et PoCo tiim saab korraldusega hakkama ja on parim partner Banksy hittnäituse Eestisse toomiseks.

PoCo kui erarahastusel põhineva, alles värske muuseumiturule siseneja jaoks oli see eriti ambitsioonikas ülesanne. Rahvusvaheline meeskond käis Tallinnas popkunstimuuseumiga salaja eeltutvumas, et veenduda, et siin tehakse õiget asja ja PoCo tiimi kätte saab ka Banksy näituse usaldada.

2

Näitusekoha leidmine

Ruum pidi olema hiigelsuur, asuma nii kodumaisele kui ka turistist külastajale sobivas asukohas ja sobituma tänavakunsti iseloomuga. Sobivad ruumid leiti Telliskivis, hoones, mida pole varem näituste jaoks kasutatud

3

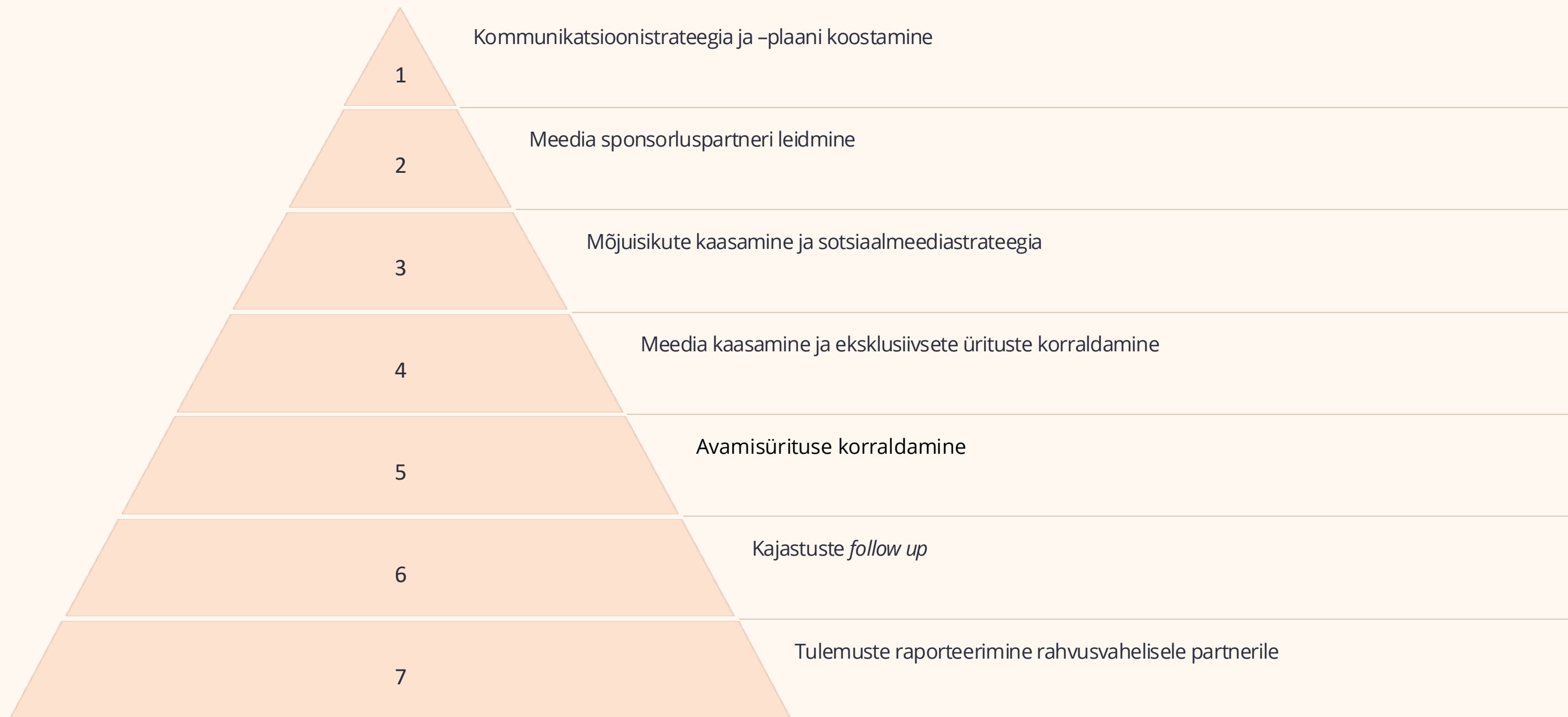
Komunikatsiooni planeerimine ja eelarvestamine

Näitus avati juulis 2024 ja see oli külastajatele avatud 4 kuud, sh suvel, mis on muuseumide jaoks kõige väiksema külastatavusega periood.

PR kampaania eelarve oli 2900 € +km, sellele lisandus makstud reklaamikampaania.



Töö etapid



Kommunikatsioon

Korraldasime 2 privaattuuri ajakirjanikele

Üks Eesti ja teine Soome meedia jaoks

Mõlemal tuuril broneeriti kõik kohad ja kohal oli mitukümmend väljaannet.

Näituse pidulik avaüritus juulis 2024 tõi kohale Eesti kultuuri- ja meelelahutusmaailma tuntud tegijad ning sotsiaalmeedia mõjuisikud.

Lisaks Banksy loominguga tutvumisele sai t-särkidele ka ise tänavakunsti teha, mis osutus ülipopulaarseks.

Meedia ja sotsiaalmeedia sisuloojate kaasamine sõnumite levitamisse

Suurim koostöö oli Postimehe grupiga, kes tegi põhjaliku sisulise ettevalmistuse ja ja meediakajastused.

Sotsiaalmeedias kajastasid näitust nii mõjuisikud kui tavakülastajad ja Banksy paistis nii Eesti paistis nii Eesti kui Soome (sotsiaal)meediamaaastikul hästi silma kogu 4 kuu jooksul. jooksul.

Väga nähtav turundus- ja kommunikatsioonikampaania hõlmas erinevaid meediume, alustades digikanalitest ja TV reklaamist kuni bussitagumikeni. Tasuta jagatud kleepsud sattusid entusiastide vahendusel igale poole, liftiustest tänavapostideni. Need ilmusid ööpimeduses ka sinna, kuhu poleks tohtinud — just nagu Banksy tänavakunst.

Pidev tagasiside monitooring ja valmisolek reageerida

Näiteks oli algselt seatud limiit 100 külastajat tunnis, et pakkuda parimat kogemust. Kuna huvi oli suur, sai seda limiiti testiks tõstetud ja kuna külastajate tagasiside hinnang tõusis, siis jäädigi pidama suurema arvu juurde.



Unikaalsus

1

Rekordiline publiku aktiveerimine

108 000 külastajat nelja kuu jooksul on väikeriigis erakordne saavutus, mis nõudis pidevat loomingulist lähenemist kommunikatsioonis.

2

Autentsuse säilitamine

Banksy näituse Eestisse toomine nõudis kõrge rahvusvahelise kvaliteedikontrolli läbimist, sh kommunikatsioonis, mida väike PoCo tiim koos agentuurist partneriga suutis tagada.

3

Edukas erarahastusega kultuuriprojekt

Väike tiim viis ellu pool miljonit eurot maksva rahvusvahelise näituse ilma riikliku toetuseta.

Banksy vaimu kandev kommunikatsioon

Näituse reklaamid ilmusid ootamatutesse kohtadesse sarnaselt kunstniku enda teostega, mis tekivad salaja öösi linnakeskkonda.

Piiriülene sihtauditoorium

Ligi pooled külastajad meelitati Soomest, mis näitab kommunikatsiooni tõhusust rahvusvahelise publiku kaasamisel.

Interaktiivne külastuselamus

Lisaks kunstinäituse külastamisele said osalejad ka ise tänavakunsti teha, mis lõi isikliku seose näitusega.



Tulemused

Rekordarv külastajaid

108 000 inimest ostis pileti ja külastas näitust nelja kuu jooksul. See on näituste kategooria rekord läbi aegade.

Banksy hittnäitus tõi Tallinna üle 200 kunstiteose

andes külastajatele võimaluse näha maailmakuulsa graffiti- ja maalikunstniku geniaalsust. Enamik teostest valmis Banksy originaalide alusel Tallinnas kohapeal. Üks lisateos – näitusehoone hiigelsuurele metalluksele maalitud Wiiraltist inspireeritud tiiger – tehti tiimi poolt jäädava kingitusena Eestile.

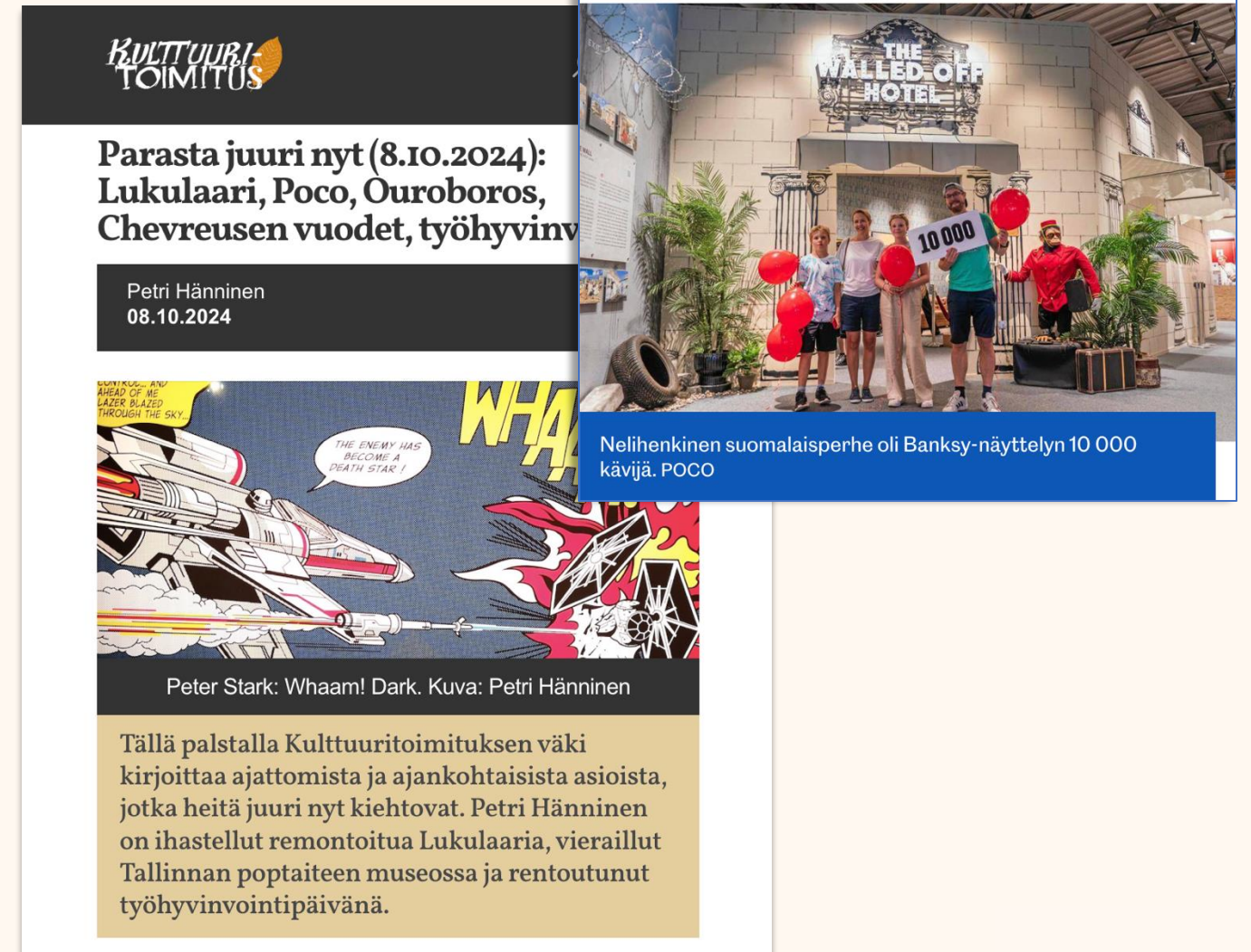
Väga nähtav integreeritud kommunikatsiooni kampaania

orgaaniline meedia, reklaam, pidev sotsiaalmeedia nähtavus 4 kuu jooksul. Eesti meedias oli kokku 57 kajastust, mille reach kokku üle 2,5 miljoni kontakti.

Sellele lisaks kajastus Soome meedias ja väga lai nähtavus ning *engagement* sotsiaalmeedias kogu näituseperioodi jooksul.

PoCo positiivne tuntus suurenes

PoCo popkunstmuuseum kinnistas oma positsiooni, tõestades võimekust maailmatasemel kultuurisündmuste korraldajana. Banksy näitus on tähelepanuväärne näide sellest, kuidas strateegiline kommunikatsioon ja loominguline lähenemine võivad Eestis aktiveerida rekordilise arvu kultuuritarbijaid ning tuua kohale ka rahvusvahelist publikut.



Tulemused

Aasta sündmused

 Eesti

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 1. Jalgpalli EM 2024 | 6. Olümpiamängud |
| 2. Europarlamendi valimised | 7. Armin van Buuren |
| 3. USA presidendivalimised | 8. Banksy näitus |
| 4. Myke Tyson vs Jake Paul | 9. Bryan Adams |
| 5. Õpetajate streik | 10. Tartu 2024 |

Google

Aasta Sõnades

Rahvusvaheline ulatus

Õnnestus plaan põhjanaabrite kaasamiseks – **ligi pooled külastajad tulid Soomest.**

Banksy näitus tõi Eestisse ohtralt turiste ja **pani eestlased järjekorras seisma**. Muuseumides seda just sageli ei juhtu.

Kõrge rahulolu

96% vastanutest ütles, et näitus täitis või ületas nende ootused. Külastuskogemusega rahulolu jälgiti reaajas ja see andis statistikat ka inimeste päritolu kohta.

Turismitegu 2024 auhind

Näitus **aitas Tallinnal tõsta oma kuvandit turismikaardil**, meelitades siia nii kunstihuvilisi kui ka rahvusvahelisi külastajaid. Lisaks toetas näitus kohalikke ettevõtjaid ja kinnitas kultuuriprojektide olulist mõju.

Suur huvi Google'is

Kui Google tegi kokkuvõtte eestlaste otsitumatest sõnadest aastal 2024, siis sündmuste kategoorias oli Banksy näitus 8. kohal.

Jaagup Jalakas Banksy näitusest: nagu korraldaks Metallica kontserti

ARHIIV
29.05.2024 12:53
Kuula artiklit 3 min

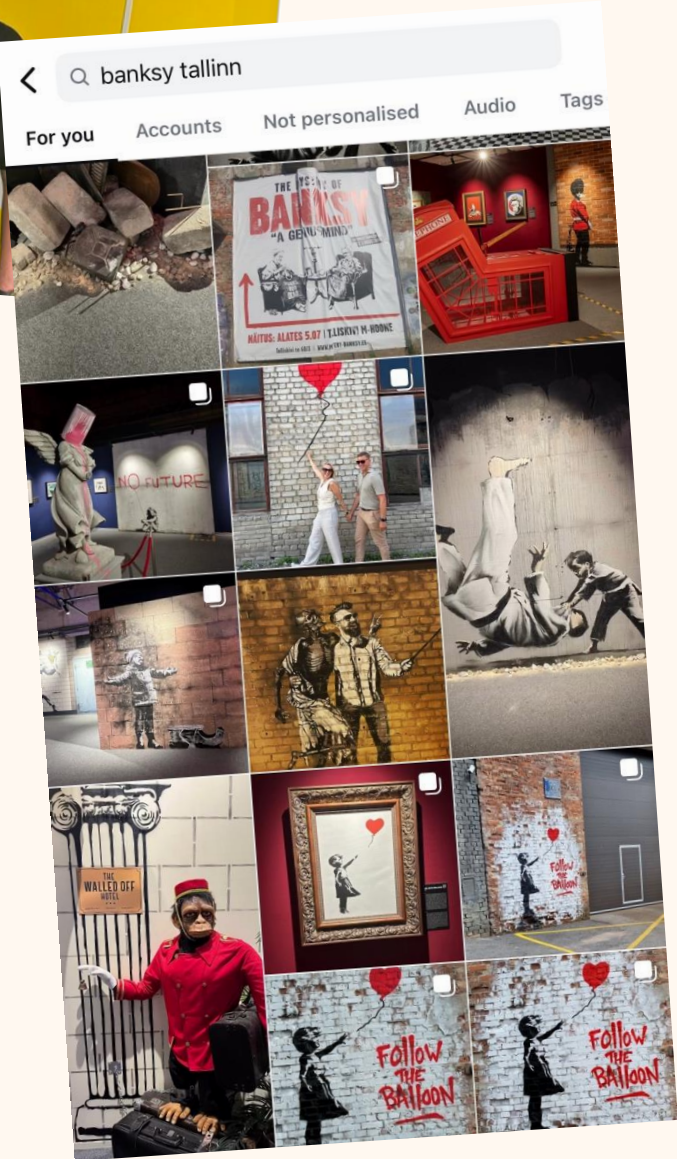


NÄDALA VASTAJA > Muuseumipidaja Linnar Viik sihhib maagilist numbrit (1)



Linnar Viik Andy Warholi poole lehmaga (1976), mille ta kunagi tudengipõlves välja kauples. — Foto: Foto: Kermo Benrot

Eelmisel pühapäeval sulges PoCo muuseum uksed suurnäitusele «Banksy mõistatus – tõeline geenius», mida sai seal näha ligi neli kuud. Selle ajaga käis salapärase tänavakunstniku töid vaatamas 108 500 külastajat ja osa huvilisi tuli ükselt tagasi saata. PoCo asutaja Linnar Viik sõnab, et muuseum sihhib maagilist numbrit ja selleni on veel minna.



↑ **OMANÄOLINE** tänavakunst Telliskivi M-hoones. Näituse „The Mystery of Banksy – A Genius Mind” esmaesitlus toimus Münchenis 2021. aasta märtsis. Seejärel on Banksy erakordset loomingut esitlevat väljapanekut Euroopa suurlinnade näitusesaalides vaatamas käinud üle 2,2 miljoni inimese.

TÄNAVAKUNST TELLISKIVIS

Telliskivi M-hoones avati maailmakuulsas, salapärase ja kõmulise grafiti- ja maalikunstniku Banksy näitus „The Mystery of Banksy – A Genius Mind”, kus saab näha 150 tema tööd. Maitsekat tänavakunsti tulid uudistama ka tuntud kultuuriloojad.

TEKST: Greta Kaupmees
FOTOD: Taavi Sepp, Andres Raudalg

↑ **KALLIS LÖBU** PoCo popkultuuseumi asutaja Linnar Viigi sõnul maksis Banksy näitus Eestisse toomine pool miljonit eurot.



↑ **LOOMEINIMESED** Moekunstnik Tanel Veenre ja raamatu-kirjastaja Tiina Ristimets.



↑ **ELAMUSTE JAHIL** Laujanna Tanja Mihhailova-Saar ja tema sõbranna Liis-Marii Vendt kiitsid Banksy kunsti. Ajakiri Time on paigutanud Banksy, kellel on õnnestunud anonüümseks jääda, maailma saja mõjukama isiku hulka.



← **ESISEKSİKAS** Tänavu Eesti seksikaimaks naiseks valitud teletäht Eeva Esse-Sõõrumaa abikaasa Sander Sõõrumaaga.

→ **ÕNNELIKUD** Näitlejanna Evelin Võigemast ja tema kallim, muusik Jonas Kaarnamets nautisid teineteise seltskonda ja näituse avamise melu.

↑ **SISULOOLIA** Mamma oli näitusele tulnud koos lapselaps Mia Rosenbergiga.

