



Theatron MusikSommer München

1. bis 28. August 2007

Eine Veranstaltung von:
ARGE Theatron Musiksommer, Landeshauptstadt München und Olympiapark München
Festivalleitung & Geschäftsführung: EurArt – Agentur Becker & Seidemann

Inhalt

Geschichte

Fakten

Präsentationsmöglichkeiten

- **Hauptsponsor**
- **Special Sponsor**
- **Classic Sponsor**
- **Tagessponsor**
- **Einzelleistungen**

Bühnenansicht

Internet

Pressestimmen

Kontakt

Geschichte

Der „Theatron MusikSommer“ ist etwas ganz besonderes – nicht nur für Münchner. Ob Musiker oder Publikum, alle sind begeistert von dem Festival, das nunmehr schon seit 30 Jahren existiert. In diesen Jahren hat sich die Freiluftbühne mit der einzigartigen Atmosphäre längst zu einer festen Einrichtung entwickelt, die Künstler aus ganz Deutschland ebenso wie natürlich die Kritiker der verschiedenen regionalen Zeitungen anzieht. Das liegt an dem liebevoll und künstlerisch interessant gestalteten Programm, das immer wieder mit künftigen Stars und musikalischen Perlen aufwartet, ebenso wie an der traumhaften Location inmitten der weltberühmten Zeltkonstruktion des Olympiaparks: Die Bühne des Amphitheaters befindet sich direkt am (teilweise sogar auf dem) Olympiasee – das vermittelt eine Atmosphäre, die ein Berliner Künstler 2004 gar mit der Waldbühne seiner Heimatstadt verglichen hat. Ob Künstler, Mitarbeiter oder Publikum – für jeden ist das Theatron mehr als einfach irgendeine Location.

Viele jener, die heute hier auftreten, haben im Theatron ihre Jugend verbracht und ihre ersten Konzerte erlebt. Und auch die heutige Jugend erlebt in diesem einzigartigen Ambiente ebenso wie die ältere, zahlungskräftige Generation die Vielfalt der musikalischen Szene, hat jeden August einen Ort, an dem sie sich täglich mit Kultur auseinandersetzt. Jedes Jahr besuchen rund 140.000 Menschen das Festival.

Auf dem Programm standen in diesen vielen Jahren neben den bekanntesten lokalen Musikgruppen u. a.: Scorpions, Sportfreunde Stiller, Culcha Candela, Mic, Etta Scollo, Bananafishbones, Megaherz, Fury in the Slaughterhouse, Klaus Doldingers Passport, Emil Bulls, Pussybox, Ougenweide u.v.a.m.

Veranstalter ist die Arbeitsgemeinschaft Theatron MusikSommer, eine beispielhafte Kooperation aus freien Trägern, kommerziellen und kommunalen Veranstaltern. Die Technik stellt das Kulturreferat der Stadt München, die Gelder werden zum Teil von Kultur- und Sozialreferat und der Münchner Olympiapark GmbH bereitgestellt.

Ohne namhafte Sponsoren wäre die Existenz des beliebten MusikSommers allerdings nicht denkbar.

Schirmherr ist der Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München, Herr Christian Ude.

Im Guinness Buch der Rekorde ist der Theatron MusikSommer als „längstes Musik-Open-Air-Festival der Welt“ eingetragen und wird dort in einem Atemzug mit legendären Festivals wie Woodstock, dem amerikanischen San Bernadino-Festival oder Peter Gabriels Womad-Festival genannt.

Um diese traditionsreiche Veranstaltung in vollem Umfang fortsetzen zu können, sind auch für 2007 Sponsoringpartner erforderlich.

Fakten

Dauer	1. bis 28. August 2007
Erwartete Besucherzahl	120.000 bis 140.000 Tagesdurchschnitt ca. 4.000 Zudem ca. 300.000 "Randbesucher" während des Sommerfestes im Olympiapark
Zielgruppe	überwiegend 16 bis 45 Jahre
Programmgestaltung	* 5 Tage Singats („Liedermacher“) * 1 Tag Jazz * RockSommer (von Rock bis Pop, Soul bis Elektro, HipHop bis Reggae) * 2 Tage Klassik
Filmabende	Kurzfilmprogramm preisgekrönter Nachwuchsfilmer samstags ab 22 Uhr, im Anschluss an die Konzerte
Feuerwerk	zwei große Feuerwerkabende, donnerstags ab 22 Uhr mit ca. 30.000 Besuchern auf dem Festivalgelände
Olympiapark-Sommerfest	4. – 21. August 2007
Programmheft	36 Seiten, 4c – Auflage 40.000 Stück. Kostenlose Verteilung im Großraum München an allen relevanten Einrichtungen und Szenetreffs sowie im Olympiapark
Medien	regelmäßige Vorankündigen, Berichterstattung und Kritiken durch lokale TV- und Rundfunkanstalten sowie relevante Printmedien (Tageszeitungen, Stadt- und Musikmagazine)
Pressekonferenz	eine Woche vor Festivalstart im Münchner Rathaus
Internet	www.theatron.de mit Links zu den Sponsoren
Schirmherrschaft	Oberbürgermeister Christian Ude
Kostenaufwand	ca. € 420.000
Finanzierung	€ 315.000 LhSt München, € 35.000 Olympiapark GmbH
Kapitalbedarf	ca. 80.000 €
Veranstalter	ARGE Theatron MusikSommer (Kulturreferat, Stadtjugendamt, Jugend-Kulturwerk, Feuerwerk e.V., Medienzentrum München, Rock House e.V., EurArt – Agentur Becker & Seidemann)
Festivalleitung	Judith Becker und Antonio Seidemann (im Auftrag der Landeshauptstadt München und der Münchner Olympiapark GmbH)
Kontakt	EurArt – Agentur Becker und Seidemann Am Glockenbach 11, 80469 München Mail: mail@eurart.de – Internet: www.eurart.de Judith Becker: 089/201 53 44 oder 0171/542 58 49 Antonio Seidemann: 089/72 46 87 67 oder 0171/839 8285

Sponsoring

Was Ihnen die Unterstützung des Theatron MusikSommers bringt

Eine der Besonderheiten des Theatron ist der freie Eintritt. Dieser – und die 30-jährige Tradition, die der MusikSommer hat – gewährleisten, dass man täglich wechselnde, nach Tausenden zählende Konzertbesucher erreicht. Bei schönem Wetter strömen bis zu 6000 Menschen täglich in das Amphitheater vor der Seekulisse, um hier Konzerte der Spitzenklasse und einen unbeschwerten Abend (teilweise bei mitgebrachtem Essen und Getränken) zu genießen. Genau das gewährleistet auch eine große Aufmerksamkeit des Publikums für die Sponsoren. Die Münchner, in deren Herzen der Theatron MusikSommer seit vielen Jahren verankert ist, wissen sehr genau um die Wichtigkeit der Sponsoringpartner. Aber auch die Besucher von außerhalb, die nicht zuletzt aufgrund der Aktivitäten des Fremdenverkehrsamtes zahlreich ins Theatron kommen, entdecken schnell das Einzigartige und Herzliche dieser Veranstaltung.

Umso mehr hat sich die Aufmerksamkeit auf die Partner des Theatron MusikSommers in den vergangenen Jahren erhöht, als die Veranstaltung – eine der beliebtesten und best besuchten im Jahresablauf – vor zwei Jahren von 31 auf 24 Tage gekürzt werden musste. Seither achten die Besucher des traditionellen und größten Festivals, das weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt ist, noch mehr darauf, wer hilft, ihr Lieblings-Open-Air zu erhalten. So klatschen sie begeistert Beifall, wenn man sich auf der Bühne bei den Sponsoren bedankt, und freuen sich, wenn der MusikSommer wieder eine Länge von 31 Tagen erreicht. Dass die Bedeutung für das Image der Firma oder des Unternehmers entsprechend ist, versteht sich von selbst.

Dass das Festival komplett gratis für die Besucher ist, bringt eine weitere Imagewirkung mit sich: Gerade da in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Kunst für viele Menschen nur schwer erschwinglich ist, zeigen Sie als Sponsor, dass sie sich Ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind und auch in Zeiten von Stellenabbau und Arbeitsplatzverlagerung Ihre Rolle auf dem deutschen Markt nicht vernachlässigen. Und dies wird vom Publikum deutlich und begeistert wahrgenommen.

Unsere Partner, und als solche sehen wir unsere Sponsoren, investieren also in ein ebenso renommiertes wie vitales Projekt. Mit einem hohen Return on Investment an Ausstrahlung, an Prestige und an messbaren Leistungen.

Gerne schnüren wir Ihnen neben den auf den folgenden Seiten beschriebenen Sponsorpaketen Ihr ganz individuelles Paket

Unterstützt haben das Festival bisher:

Aachener & Münchener Versicherungen, Alpamare, Dynacord, Haberl Gastronomie, Ifandor Entertainment & Consulting GmbH, Itzehoer Versicherungen, Jägermusic, Koch International, Kulturstiftung der Stadtsparkasse München, LiveLights Music, Lotto, Music Shop, SAE, Spiegel Verlag, Stadtwerke München, Viag Interkom, WOM und z-tv.

Präsentationsmöglichkeiten

Hauptsponsor

(1 Sponsoringpartner)

Rechte und Privilegien

- Titelrecht („Hauptsponsor“)
- Verwendung von Attributen - „präsentiert von“
- Nutzung des Eintrags im Guinness-Buch für Rekorde („längstes Festival der Welt“)

Presse

- Teilnahme an und Präsentation des Unternehmens bei der Pressekonferenz im Rathaus ca. eine Woche vor Start des Theatron MusikSommers
- Erwähnung als Hauptsponsor in allen Pressemitteilungen und Internet-Newslettern

Internetwerbung

- 6 Logos samt Verlinkung auf der Theatron-Homepage www.theatron.de: auf der Startseite, auf der Seite des MusikSommers sowie auf den Unterseiten Programm, Presse-Info, Gästebuch und Partner
- Weitere Logos samt Verlinkung auf allen Unterseiten, die den programmatischen Inhalt des jeweiligen Tages erläutern

Print

- Anzeigenschaltung im kostenlos verteilten 36-seitigen Programmheft (2 Seiten, 4c, Auflage 40.000 – darunter U4)
- Abdruck des Logos auf der Titelseite des Programmheftes („präsentiert von“)
- Abdruck des Logos im Inneren des Programmheftes
- Die Herstellung der Druckvorlage erfolgt durch den Sponsor

Werbeflächen

- 2 Banner à je 2,40 m auf 2,40 m auf den Boxentürmen rechts und links der Bühne
- ein Banner (4 auf 5 m) auf der Bühnenrückseite (sichtbar rund um den Olympiasee)
- Anbringung von Werbemitteln (z.B. Fahnen) an den Beschallungstürmen
- Die Herstellung der sound-durchlässigen Spezialbanner erfolgt durch den Sponsor

Publikum

- fünfmalige Nennung während der Ansagen auf der Bühne

Weitere Präsentationsmöglichkeiten

- Infostand/Mobil-Shop während der gesamten Laufzeit des Festivals (darunter 16 Tage Olympiapark-Sommerfest)
- Sampling/PR am Spielort
- Auslage einer Info-Broschüre am Merchandising-Stand des Theatron MusikSommers

Special Sponsor

(max. 2 Sponsoringpartner)

Rechte und Privilegien

- Titelrecht („Gold-Sponsor“)
- Nutzung von Attributen („sponsored by“, „unterstützt von“)
- Nutzung des Eintrags im Guinness-Buch für Rekorde („längstes Festival der Welt“)

Presse

- Erwähnung in allen Pressemitteilungen
- Erwähnung bei der Pressekonferenz im Münchner Rathaus (ca. eine Woche vor Festival-Start)

Internet

- 4 Logos auf der Theatron-Homepage www.theatron.de samt Verlinkung – einmal auf der Startseite des MusikSommer, einmal je auf den Unterseiten Programm, Gästebuch und Partner

Print

- Anzeigenschaltung im kostenlos verteilten 36-seitigen Programmheft (1 Seite, 4c, 40.000 Auflage – U2 oder U3)
- Abdruck des Logos im Programmheft
- Die Herstellung der Druckvorlage erfolgt durch den Sponsor

Werbeflächen

- 2 Banner à je 1,40 m auf 2,40 m auf den Boxentürmen rechts und links der Bühne
- ein Banner auf der Bühnenrückseite (sichtbar rund um den Olympiasee)
- Die Herstellung der sound-durchlässigen Spezialbanner erfolgt durch den Sponsor

Weitere Präsentationsmöglichkeiten

- Infostand während des Festivals (darunter auch 16 Tage zeitgleiches Olympiapark-Sommerfest)
- Sampling/PR am Spielort

Classic Sponsor

Rechte und Privilegien

- Titelrecht („Classic Sponsor“)
- Nutzung von Attributen („sponsored by“, „unterstützt von“)
- Nutzung des Eintrags im Guinness-Buch für Rekorde („längstes Festival der Welt“)

Presse

- Erwähnung in allen Pressemitteilungen
- Erwähnung bei der Pressekonferenz im Münchner Rathaus (ca. eine Woche vor Festival-Start)

Internet

- 3 Logos auf der Theatron-Homepage www.theatron.de samt Verlinkung – einmal auf der Startseite des MusikSomers sowie je einmal auf den Unterseiten Programmübersicht und Partner

Print

- Anzeigenschaltung im kostenlos verteilten 36-seitigen Programmheft (1 Seite, 4c, 40.000 Auflage)
- Abdruck des Logos im Programmheft
- Die Herstellung der Druckvorlage erfolgt durch den Sponsor

Werbeflächen

- 2 Banner à je 1,40 m auf 2,40 m auf den Boxentürmen rechts und links der Bühne
- Die Herstellung der sound-durchlässigen Spezialbanner sowie der Druckvorlage für die Anzeige erfolgt durch den Sponsor

Tagessponsor

(max. 1 Sponsoringpartner pro Tag)

Rechte und Privilegien

- Titelrecht (Sponsor)
- Nutzung von Attributen („sponsored by“, „unterstützt von“)
- Nutzung des Eintrags im Guinness-Buch für Rekorde („längstes Festival der Welt“)

Presse

- Erwähnung bei der Pressekonferenz im Münchner Rathaus (ca. eine Woche vor Festival-Start)
- Erwähnung in den Pressemitteilungen bzgl. des präsentierten Tages

Internet

- Logo auf der Theatron Homepage www.theatron.de (Partner) samt Verlinkung
- Nennung als Tagespräsentator zum Programm des entsprechenden Tages, samt Verlinkung

Print

- Halbseitige Anzeige im kostenlosen 36-seitigen Programmheft – 4c, Auflage 40.000 Stück (Die Herstellung der Druckvorlage für die Anzeige erfolgt durch den Sponsor)
- Abdruck des Logos zum Programm des entsprechenden Tages: „präsentiert von“

Werbeflächen

- Banner im Bühnenbereich am entsprechenden Tag
- Herstellung des Banners erfolgt durch den Sponsor

Weitere Präsentationsmöglichkeiten

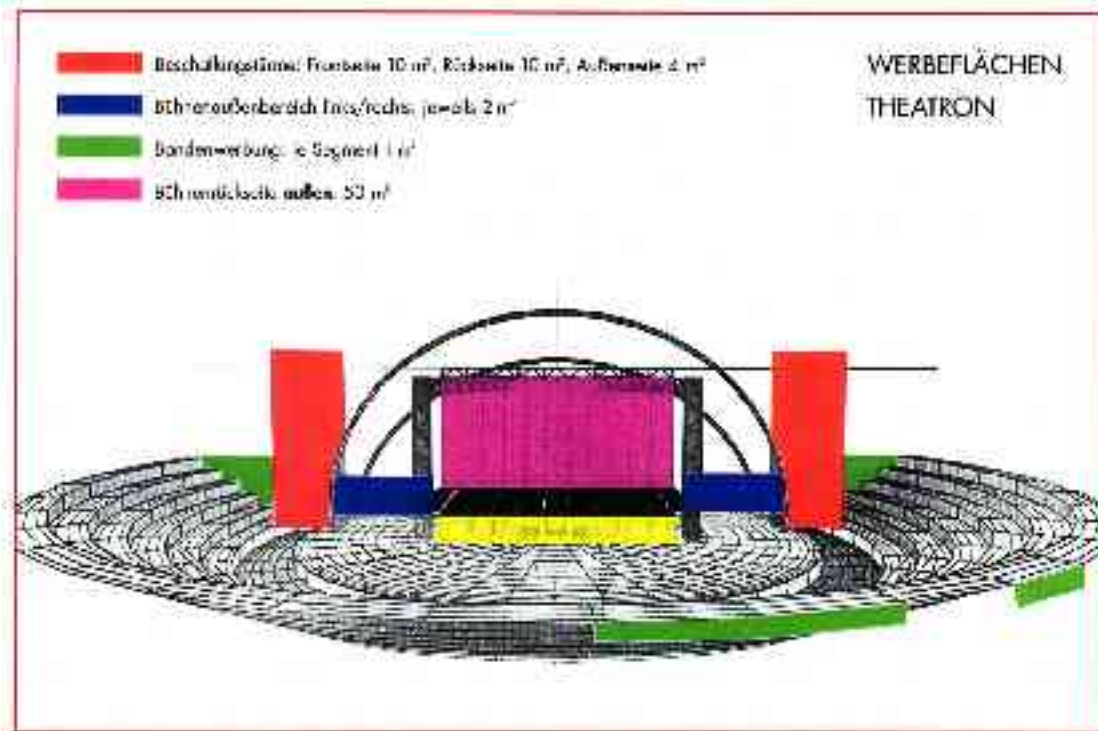
- Infostand am entsprechenden Tag
- Sampling am entsprechenden Tag

Einzelleistungen

- Anzeigenschaltung im Programmheft (4c, Auflage 40.000 Stück)
- Werbebanner im Bühnenbereich (die Herstellung der Banner erfolgt durch den Sponsor)
 - für einzelne Tage
 - für einzelne Programmblöcke (Singats, RockSommer, Streetwork, Klassik)
 - für die gesamte Festivaldauer
- Werbebanner am Front-of House-Turm (die Herstellung der Banner erfolgt durch den Sponsor)
- Werbebanner auf den Beschallungstürmen (die Herstellung der sound-durchlässigen Banner erfolgt durch den Sponsor)
- offizieller Durchführer der Wahl „Beliebteste Band des Theatron MusikSommer“ (xy sucht die Theatron-Band 2007)
- Durchführung von Promo-Touren
- Werbebanner auf der Internet-Seite des Theatron MusikSommer

Gerne erstellen wir mit Ihnen gemeinsam ein auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes Konzept

Bühnenansicht - Werbeflächen



Internet

Das Festival ist natürlich mit einer eigenen Homepage im Internet vertreten. User finden dort täglich aktualisiert alles Wissenswerte zum Programmablauf, die neuesten Konzertfotos sowie Impressionen zur Historie des Theatron MusikSommers und tragen ihre Anmerkungen regelmäßig ins Gästebuch ein.

Die Logos unserer Sponsoringpartner bleiben übrigens bis zum Folgejahr auf der Webseite zu sehen – und erreichen damit zudem das Publikum des ebenso beliebten dreitägigen Pfingst-Theatrons.

2004 waren allein während der Laufzeit des MusikSommers auf der Domain **www.theatron.de** 325.000 Seitenzugriffe zu verzeichnen.

Die Startseite des Theatron MusikSommers mit dem Grußwort unseres Schirmherrn, dem Münchner Oberbürgermeister Christian Ude:



Pressestimmen

<i>Süddeutsche Zeitung</i>	Das Theatron mit seiner großen Bühne, den ausladenden Rängen und der Olympiapark-Laufkundschaft ist durchaus ein gefährlicher Spielplatz für Bands wie Anajo dennoch verlässt kaum jemand den gut besuchten Publikumsberg
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	Ein neuer Star ist geboren – Mic aus München! Sein Auftritt im Theatron am Samstag gehörte im Konzertkalender 2004 bis dato mit zum Besten
<i>TZ</i>	Musikalisches Feuerwerk – Der Theatron MusikSommer am Olympiasee bietet mehr als Livekonzerte
<i>Münchener Merkur</i>	Egal, ob das Publikum trotz Überfüllung zusammen rutscht oder ob – wie am Eröffnungsabend – kurzfristig eine Band für erkrankte Kollegen einspringt: Die Herzlichkeit, die beim Theatron vorherrscht, findet man in München nicht so oft
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	Das Theatron: ein Spaß für die ganze Familie
<i>Abendzeitung</i>	Der Olympiapark erklingt
<i>Festivalguide</i>	Dieses Festival haben Festivalguide-de-user mit 4,33 von möglichen 5 Punkten bewertet
<i>Go</i>	Ganz Schlaue zieht's natürlich zum Theatron in den Olympiapark. ...wer in dem 28-tägigen (!) Programm nichts Passendes findet, liest diese Zeilen sicher nur aus Langeweile
<i>Go</i>	Klar, ein „großes“ Open Air-Festival hat München seit dem Umzug von Rock im Park nicht mehr im Angebot. Na und? Dafür hat die Stadt immer noch den Theatron MusikSommer.
<i>Münchener Merkur</i>	Rekord-Fest startet
<i>Münchener Merkur</i>	Feuerwerk für die Ferien zu Hause
<i>Münchener Merkur</i>	Dass das Musikfestival überleben konnte, ist in diesem Jahr zum großen Teil der Kulturstiftung der Stadtparkasse München zu verdanken
<i>Münchener Merkur</i>	Lässig auf den Terrassen sitzen, Musik genießen, und im Hintergrund glitzert der Olympiasee – alles in allem eine tolle Atmosphäre
<i>Prinz</i>	Sommer in den Ohren
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	Musik für Menschen bei knapper Kasse – aber hohem Anspruch
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	Die Bühne, die die Chance bedeutet. Im Theatron erleben viele junge Bands ihre Feuertaufe – und manche den größten Tag im Leben
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	Musenkuss der Woche – Die neue Festivalleitung hat ihr Forschungsziel erreicht

Kontakt

EurArt – Becker & Seidemann
Am Glockenbach 11
80469 München
T: 089/201 53 44
mail@eurart.de