

FUNKE präsentiert mit Jazz-Konzertreihe umfassende Marketingpartner-Strategie

ERFURT, 30. März 2022. Jazz ist angesagt. Was zunächst nach einer alten Weisheit klingt, bekommt im Licht der Strategie der „Jazz in the City“ Konzertreihe einen ganz neuen Klang. Repräsentativen Umfragen des Deutschen Musikinformationszentrums oder des Max-Planck-Instituts für empirische Ästhetik zufolge, ist es gut ein Viertel der Deutschen zwischen 35 und 55 Jahren, die Jazz mögen und Konzerte oder Festivals besuchen. „Dabei wurde auch festgestellt, dass es vor allem die gehobene Mittelschicht ist, die Jazz mag. Diese Zielgruppe ist mobil, aufgeschlossen und hat zugleich weiträumige finanzielle Möglichkeiten“, sagt Wieland Kniffka, Abteilungsleiter für Messen und Events in der FUNKE Mediengruppe.

FUNKE 360°-Ansatz

Dass von der Ansprache dieser attraktiven Zielgruppe durch die Konzertreihe „Jazz in the City“, auch nationale Marketingpartner profitieren können, versteht sich von selbst. „Die Einzigartigkeit und Attraktivität der Marketingstrategie liegt in der großen Vielzahl an Ausspiel-Kanälen, über die „Jazz in the City“ FUNKE-weit beworben wird. Die Marken-Partner können dabei, je nach Budget und zur eigenen Marketingstrategie passend, entscheiden, an welcher Stelle und mit welchem Werbekanal sie einsteigen. Mit zwölf regionalen Tageszeitungen in sechs Bundesländern, 178 Onlineportalen und über elf Millionen Lesern von Fernsehzeitschriften des Verlags ist die Reichweite enorm“, sagt Michael Tallai, Geschäftsführer von FUNKE Medien Thüringen. „Hinzu kommen unsere Musik-Fachzeitschriften wie FONO FORUM, STEREO oder drums&percussion, die zusammen etwa weitere 35.000 interessierte Abonnenten erreichen. Karten zu den Konzerten gibt es dann über die FUNKE-Ticketshops, für Inhaber von bestehenden Abonnements unserer Produkte dann auch mit Treuerabatt“, erklärt er. „Im Kern handelt es sich bei der Vermarktung von „Jazz in the City“ um einen FUNKE-360-Grad-Ansatz, in den wir unsere Marken-Partner komplett einbinden, mitnehmen und begleiten können“.

Mittelfristig zusätzlich bis zu 30 000 potenzielle Zuhörer vor Ort

„Wir haben Jazz in the City bereits vor drei Jahren als Konzert- und Festivalserie in Erfurt gestartet, weiten sie in diesem Jahr auf Events in Düsseldorf, Berlin und Essen aus. Pro Jahr können wir und unsere Partner so mittelfristig noch bis zu 30.000 interessierte Menschen persönlich erreichen. Das ist – gerade unter den Vorzeichen der noch anhaltenden Corona-Pandemie – eine enorme Größenordnung“, sagt Wieland Kniffka. „Dass die Konzerte außerdem zur Primetime bei Samsung TV Plus gestreamt und dort ebenfalls Werbeplatzierungen möglich sind, verlängert den bereits umfassenden Ansatz zudem noch ins Bewegtbild. Mit der Volksbank Mittelthüringen und Lotto sind auch bereits die ersten Marken-Partner an Bord.“

Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE Mediengruppe. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter Berliner Morgenpost, Braunschweiger Zeitung, Hamburger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung und Thüringer Allgemeine. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie Hörzu, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, Frau im Spiegel, die aktuelle, myself und DONNA. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Spezialzeitschriften sowie Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich baut FUNKE ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA und joblocal auf, im Publishing und Social-Media-Sektor ist FUNKE mit einer Mehrheitsbeteiligung an MEDIA PARTISANS ein großer Anbieter im deutschen Markt. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert (Kronen Zeitung, Kurier). Mit der GOLDENEN KAMERA und der GOLDENEN BILD der FRAU werden zwei hochkarätige Events von FUNKE veranstaltet.

Weltspitze des Jazz

Doch ist die Marketingstrategie nur halbgar, vergisst man die Konzerte selbst zu erwähnen. „Wir bieten Jazz-Interpreten der Weltspitze, bedienen den musikalischen Anspruch von Mainstream bis Crossover-Projekten und haben Künstler*innen wie Herbie Hancock, Michael Wollny oder Melody Gardot unter Vertrag“, so Wieland Kniffka.

Weitere Informationen bei www.jazz-in-the-city.de.

Kontakt:

FUNKE Medien Thüringen

Abt. Messen & Events

Projektleitung Wieland Kniffka

Tel.: +49 361 2275059

E-Mail: wieland.kniffka@funkemedien.de

<https://jazz-in-the-city.de/partner-jazz-in-the-city>

Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE Mediengruppe. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter Berliner Morgenpost, Braunschweiger Zeitung, Hamburger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung und Thüringer Allgemeine. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie Hörzu, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, Frau im Spiegel, die aktuelle, myself und DONNA. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Spezialzeitschriften sowie Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich baut FUNKE ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA und joblocal auf, im Publishing und Social-Media-Sektor ist FUNKE mit einer Mehrheitsbeteiligung an MEDIA PARTISANS ein großer Anbieter im deutschen Markt. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert (Kronen Zeitung, Kurier). Mit der GOLDENEN KAMERA und der GOLDENEN BILD der FRAU werden zwei hochkarätige Events von FUNKE veranstaltet.