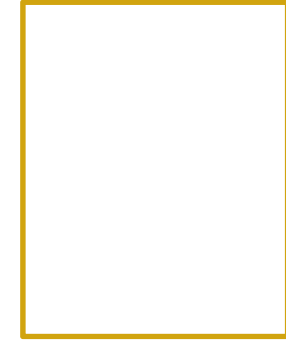
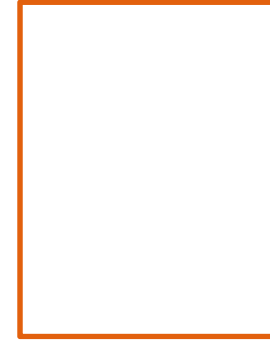




## ALS DER KÄFER NACH EMDEN KAM... 50 Jahre Volkswagen in Ostfriesland

# Inhalt



**DAS KONZEPT  
DER AUSSTELLUNG**  
*Als der Käfer nach Emden kam...  
50 Jahre Volkswagen in  
Ostfriesland*

**DIE  
AUSSTELLUNGS-GESTALTUNG**

**DAS MARKETING  
ZUR AUSSTELLUNG**

# Das Konzept der Ausstellung

## Als der Käfer nach Emden kam...

50 Jahre Volkswagen in Ostfriesland

Projektleitung: Dr. Carsten Jöhnk



# ALS DER KÄFER NACH EMDEN KAM...

## 50 Jahre Volkswagen in Ostfriesland

Ab dem 30. März 2014 wird das Landesmuseum in einer Sonderausstellung mit einer sechsmonatigen Laufzeit die Geschichte des Volkswagen Werkes am Standort Emden präsentieren und seine Bedeutung für die Stadt und Region darstellen.



## THEMATIK DER SONDERAUSSTELLUNG

Anspruch der Ausstellung ist es, die Werks-  
geschichte und alle wesentlichen Arbeitsbereiche  
des Volkswagen Werkes in Emden im Kontext eines  
chronologischen Rundganges darzustellen.

Im Zentrum der Präsentation stehen:

- die Entwicklung des Werks
- Höhepunkte der Werks-  
geschichte
- die Mitarbeiter

1964 wurde mit dem Bau des Volkswagen Werkes  
am Standort Emden die Käfer-Produktion und  
Belieferung eigens für den nordamerikanischen  
Markt ausgerichtet. Seitdem waren zwei  
Fahrzeugtypen für die Werks-  
geschichte prägend, die  
für die Ausstellung eine wesentliche inhaltliche  
Klammer bilden:

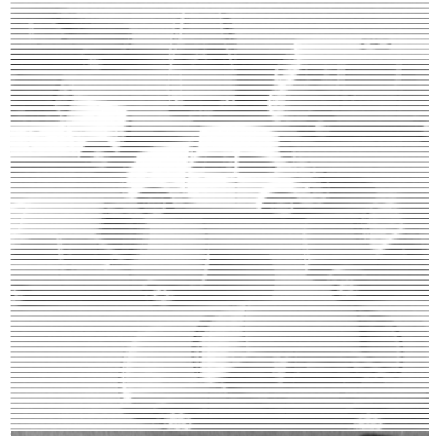
- Der Käfer, der von 1964 bis 1978 in Emden  
gefertigt wurde.
- Der Passat, der mittlerweile in der achten  
Generation in Emden produziert wird und für den  
die Emden Fabrik seit 1977 das Leitwerk des VW-  
Konzerns ist.



# THEMATIK DER SONDERAUSSTELLUNG

Thematische Schwerpunkte für die Jahrzehnte:

- **1960er Jahre:**  
Produktion des Käfers
- **1970er Jahre:**  
Der Standort Emden wird zum Leitwerk für die Passatproduktion
- **1980er Jahre:**  
Mitarbeitervereinbarung, Arbeitsbedingungen
- **1990er Jahre:**  
Inbetriebnahme der neuen Lackiererei
- **2000er Jahre:**  
Das neue Presswerk
- **Heute:**  
Think blue factory - Umweltschutz



# Ausstellungsgestaltung

## Als der Käfer nach Emden kam...

50 Jahre Volkswagen in Ostfriesland

Gestaltungskonzept: Johannes (Urmel) Meyering

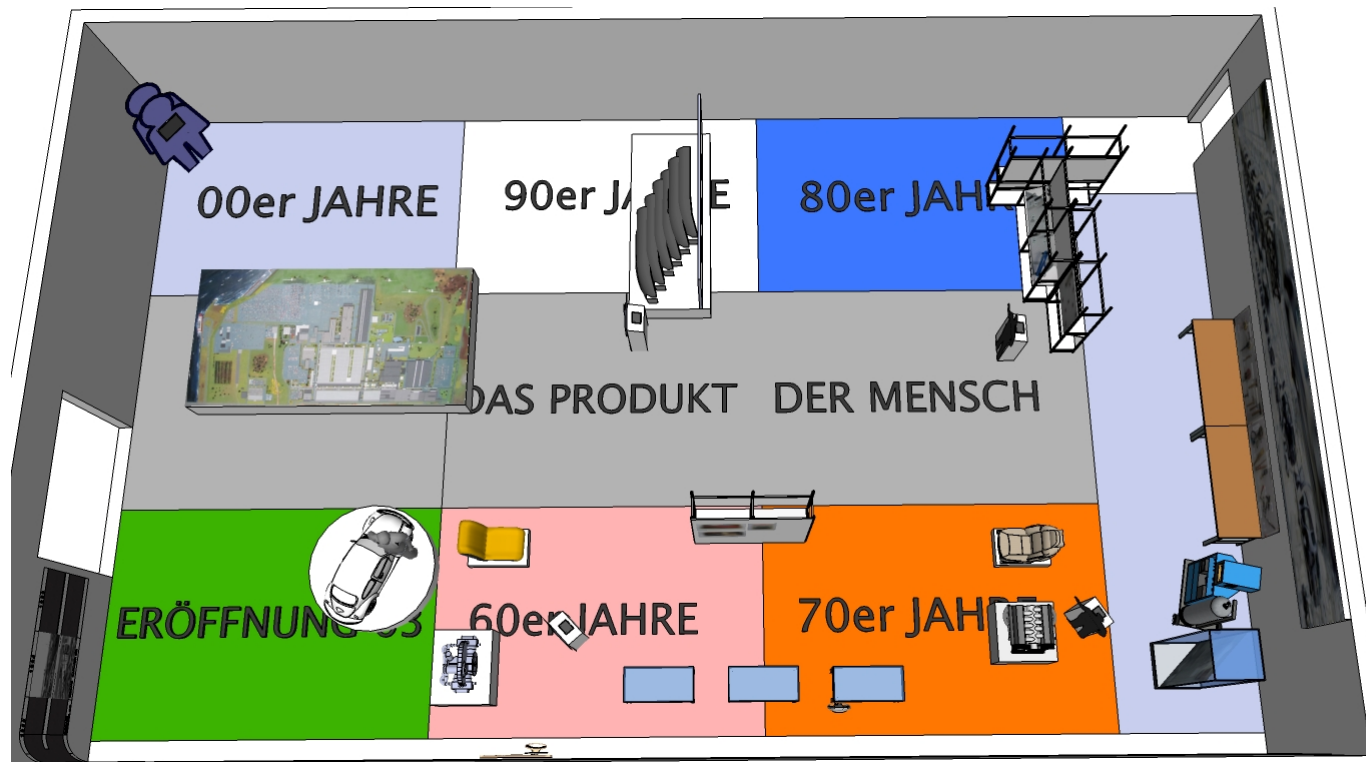


## GESTALTUNG DER AUSSTELLUNG

- Die Grundstruktur der Präsentation wird von einer chronologischen Gliederung bestimmt.
- Jedes Jahrzehnt steht für einen thematischen Schwerpunkt, der hier vertieft wird.
- Im Vordergrund stehen eine abwechslungsreiche Gestaltung und vielfältige Vermittlungsansätze.

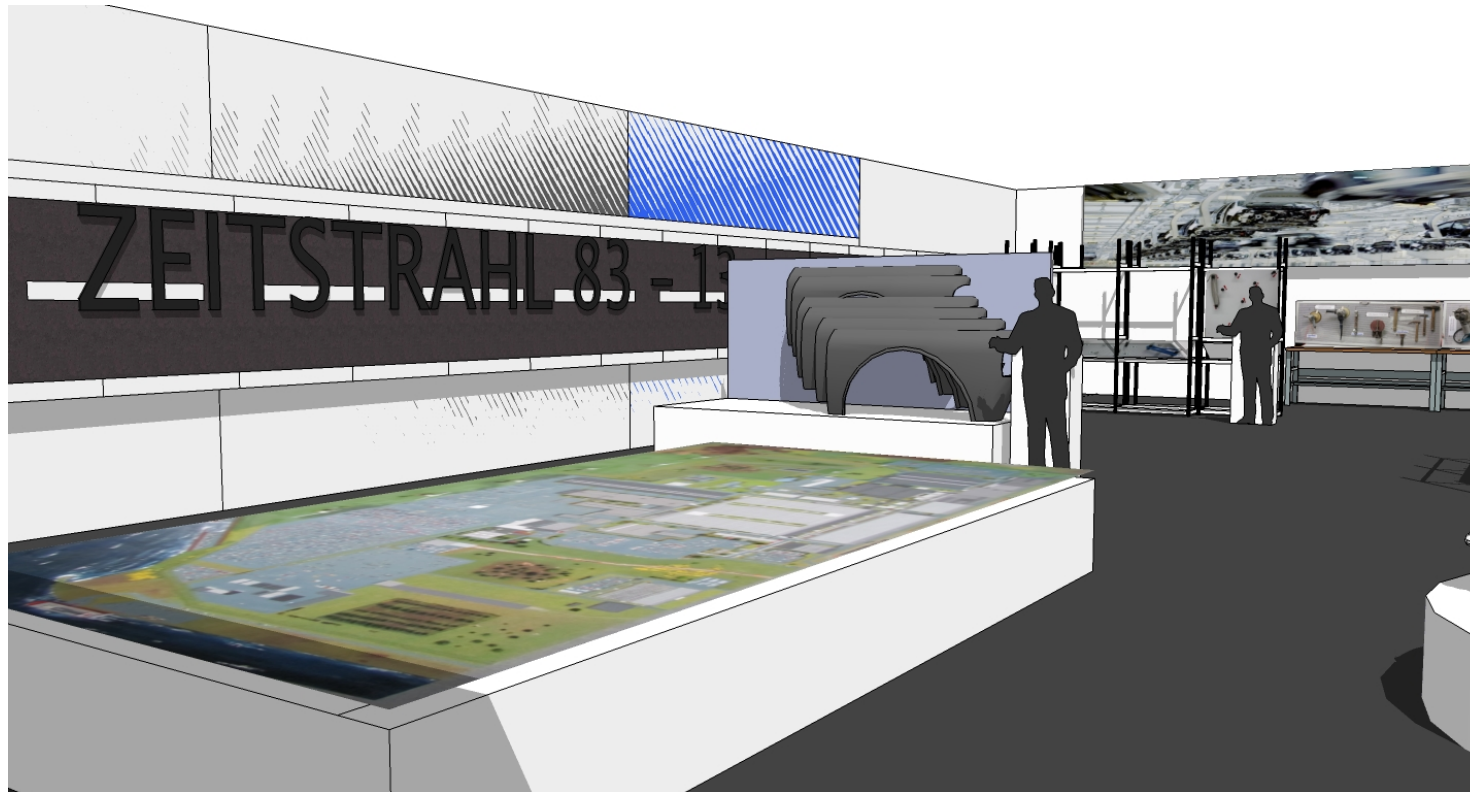


*Die Ausstellung wird im Museum auf einer Fläche von rund 300 qm gezeigt.*



## GESTALTUNG DER AUSSTELLUNG

- Eine Zeitleiste veranschaulicht die Werksgeschichte und kombiniert diese mit Ereignissen aus der Geschichte.



## GESTALTUNG DER AUSSTELLUNG

- Für die Ausstellung wird auf vielfältige Vermittlungsansätze zurückgegriffen, wie etwa die Präsentation eines Geschicklichkeitsspiels, das von VW zur Schulung eingesetzt wird.



## GESTALTUNG DER AUSSTELLUNG

- Die Ausstellung will Einblicke in Produktionsbedingungen und -abläufe geben. Gezeigt werden u.a. Werkzeuge, die während der letzten fünf Jahrzehnte verwendet wurden.



# Das Marketing zur Ausstellung

## Als der Käfer nach Emden kam...

50 Jahre Volkswagen in Ostfriesland

Marketingkonzept: Dagmar Köhler M.A.



# EIN WERK PRÄGT EINE STADT:



Leitgedanke

**Ein Werk, eine Region,  
eine Geschichte.**



Wir möchten eine thematische Präsenz in der Stadt Emden schaffen, die jeden Bürger und Besucher der Stadt mit der 50jährigen automobilen Industriegeschichte hier in Ostfriesland in Berührung bringt.

# ZIELSETZUNGEN

## des Ostfriesischen Landesmuseums Emden

### mit der Ausstellung

### „Als der Käfer nach Emden kam...“

#### Ausstellungsspezifische Zielsetzungen

- Große Jahresausstellung 2014: Anspruch der Gestaltung einer qualitativ hochwertigen kulturhistorischen Ausstellung, die – ergänzt durch weitere externe Veranstaltungsprogramme – die gesamte Stadt Emden und die Region berührt
- Vermittlung von Emotionalität und Interaktivität mit dem Ausstellungsbesuch

#### Ökonomische Zielsetzungen

- Nutzung eines differenzierten Finanzierungsmixes für die Ausstellung
- Akquise von Sponsoren
- Aufbau von Netzwerken und Kooperationspartnern
- Wachstum des Freundes- und Förderkreises
- Steigerung der Einnahmen aus Besuchen und Fremdveranstaltungen

#### Kulturpolitische Zielsetzungen

- Identitätsstiftende Wirkung in der Region über die Ausstellungsthematik mit der Kultureinrichtung selbst schaffen
- Ostfriesisches Landesmuseum Emden als Standortfaktor für die Stadt und Region positionieren, u. a. stützt das Museum mit seinen touristischen Angeboten die Kaufkraft vor Ort

#### Besucherorientierte Zielsetzungen

- Besucherzahlen 2014 steigern
- Aufmerksamkeit bei neuen Zielgruppen generieren
- Bekanntheit des Landesmuseums ausbauen und vor Ort stärken
- Orientierung an den Bedürfnissen der Besucher zur Ermöglichung eines bestmöglichen Besucherservices



# ZIELGRUPPEN, die mit der Ausstellung erreicht werden sollen



## Zielgruppen

EMDER BÜRGER	TRÄGER: STADT EMDEN	SPONSOREN / KULTURPARTNER
REGIONALE BESUCHER	TRÄGER: 1820 Die KUNST	WIRTSCHAFTS- UNTERNEHMEN
TOURISTEN	FREUNDES- UND FÖRDERKREIS	REGIONALE POLITIK
AKTUELLE VW-MITARBEITER	MITARBEITER / EHRENAMTLICHE	MEDIEN / PRESSE
EHEMALIGE VW-MITARBEITER	BILDUNGS- AUFTRAG (z. B. SCHULEN)	AUTOAFFINE ZIELGRUPPE

## DAS MARKETING ZUR AUSSTELLUNG

Das Marketing zur Sonderausstellung „Als der Käfer nach Emden kam...“ umfasst eine breite Palette an Kommunikationsinstrumenten, die abgestimmt ineinandergreifen und vom Ostfriesischen Landesmuseum Emden gezielt eingesetzt werden, um eine breite Öffentlichkeit mit der Ausstellungsthematik in Kontakt zu bringen.

Klassische Werbemedien

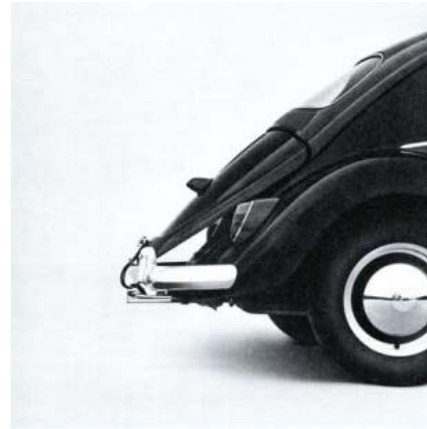
PR/ Öffentlichkeitsarbeit

Internet und  
Social Media

Touristische Vermarktung

Kooperationspartner

Sponsoring



# PARTNER, die die Ausstellung unterstützen:

Premium-Projekt-Sponsoringpartner:



So tankt man heute!



Förderer der Ausstellung:



*Max Monitz*

**VGH**  **Stiftung**

 **OSTFRIESISCHE  
LANDSCHAFT**

 **DIRKS**<sup>®</sup>  
GROUP

 **pqm** GmbH

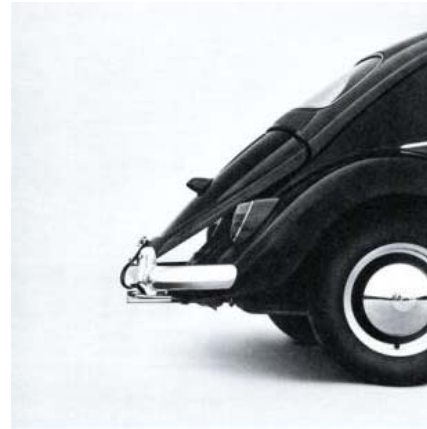
Stadt  **EMDEN**

  
**OSTFRIESISCHES  
LANDESMUSEUM  
EMDEN**

# DAS MARKETING ZUR AUSSTELLUNG

Das Marketing zur Sonderausstellung „Als der Käfer nach Emden kam...“ umfasst eine breite Palette an Kommunikationsinstrumenten, die abgestimmt ineinandergreifen und vom Ostfriesischen Landesmuseum Emden gezielt eingesetzt werden, um eine breite Öffentlichkeit mit der Ausstellungsthematik in Kontakt zu bringen.

Klassische Werbemedien	PR/ Öffentlichkeitsarbeit
Internet und Social Media	Touristische Vermarktung
Kooperationspartner	Sponsoring
Veranstaltungen	Bildung und Vermittlung
Persönliche Kommunikation / Dialogorientierung	Besucherservice
Museumsshop: Der KUNST-Laden	Museumsrestaurant: Café Karree



**Identitätsstiftende  
Wirkung:  
Ein Werk, eine Region  
eine Geschichte**

# Kommunikations- kampagne

Als der  
**KÄFER**  
nach Emden  
kam...

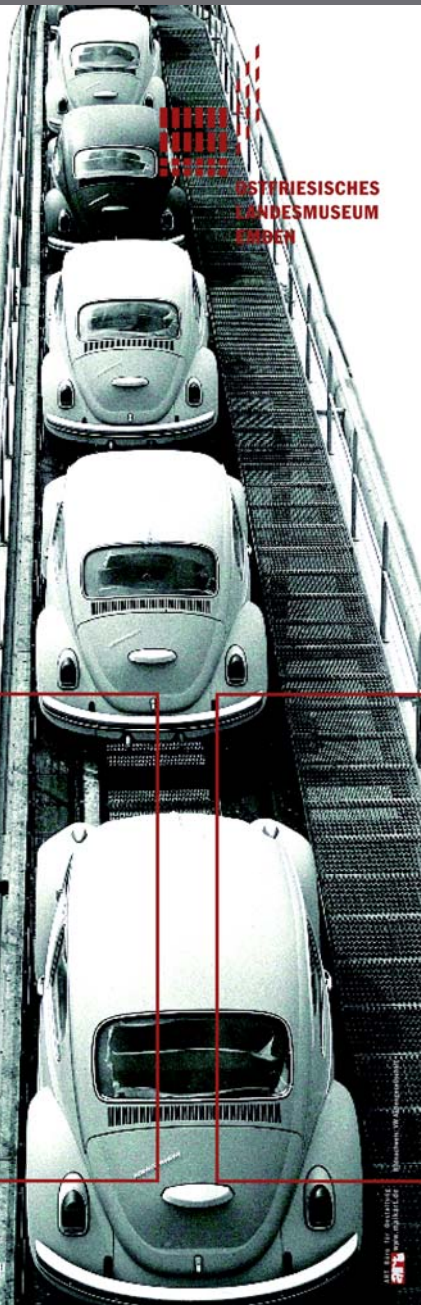


**50** JAHRE  
VOLKSWAGEN  
IN OSTFRIESLAND

**30 | 03 -  
05 | 10 |  
2014**

**OSTFRIESISCHES  
LANDESMUSEUM EMDEN**  
Rathaus am Delft

**OFFNUNGSZEITEN**  
Di. - So. 10:00 - 18:00 Uhr  
[www.landesmuseum-emen.de](http://www.landesmuseum-emen.de)



# Kommunikations- kampagne



Als der 75 Jahre  
im Jahr von 1939 bis heute  
**KÄFER**  
nach Emden  
kam...

**50** JAHRE  
VOLKSWAGEN  
IN OSTFRIESLAND

OSTFRIESISCHES  
LANDESMUSEUM  
EMDEN

30 | 03 -  
05 | 10 |  
2014



## ALS DER KÄFER NACH EMDEN KAM... 50 Jahre Volkswagen in Ostfriesland

ab 30.03.2014 im Rathaus am Delft.