

FLASH AWARD by MaReSz

2023-as pályázat nyertese

Az év rendezvényhelyszíne

Museum!Events

Pályázati anyag címe: A rendezvény művészete

Az év rendezvényhelyszíne

Museum!Events – A rendezvény művészete

A rendezvény dátuma, időtartama

2022. szeptember 3 – 4.

Nevezett rendezvény résztvevőinek száma

2000

Helyszín mérete (m²)

3739

Helyszín befogadóképessége (létszám)

1000 fő

Éves rendezvények száma

54

Mutassa be cége alap és egyedi szolgáltatásait

A Szépművészeti Múzeum hazánk első számú művészeti intézménye, éjjel azonban elegáns rendezvényhelyszínekké alakulnak át csarnokai, lenyűgöző háttérrel biztosítva a rendezvények számára. Innovatív technikai megoldásaink – kijelzők és interaktív digitális fal – valamint a gyűjteményekben található művészeti alkotások kreatív felhasználása révén könnyedén brandingelhetőek az események. Nem csak helyszínt, de exkluzív programlehetőséget is kínálunk.

Helyszínként milyen szolgáltatásokkal járult hozzá az adott rendezvényhez?

A Múzeum általában nyitvatartási időn túl ad otthont rendezvényeknek, a Fashion Week egyedülálló módon azonban, két napon keresztül napközben is fogadta a vendégeket. Emiatt a megszokottól eltérő szervezési gyakorlatokra volt szükség. A rendezvény három helyszínen zajlott párhuzamosan. A Márvány Csarnokban volt a welcome fogadás és fotófal, ahol a digitális interaktív fal segítségével a rendezvény kreatívjait is megjelentítettük. A Reneszánsz Csarnokban a látogatók számára is nyitott kiállítóterben 7 márka jelenhetett meg. A térben elhelyezett LED falon a Barokk Csarnokban zajló catwalk showt közvetítettük. A Barokk Csarnok volt a catwalk showk hivatalos helyszíne, amelyet online is közvetítettek. A Múzeum belső udvarát VIP szektorra és Backstage területekké alakítottuk az ügyfélművelés érdekében. A catering hinterland és Schickedanz terem pedig öltözőként és smink szobaként funkcionált. Mindezeket úgy valósítottuk meg, hogy a látogatói forgalom akadálymentes maradjon.

Miben volt kreatív, újszerű? Hogyan járult hozzá az ügyfél és a résztvevők elégedettségéhez, mit tett az adott rendezvényen az élmény növeléséért?

A Magyar Divat & Design Ügynökség egyik stratégiai célja volt, hogy Budapestet a régió divatfővárosává tegye, vonzó desztinációvá a divat és design iránt fogékony utazók számára, akik célzottan keresik a magyar kreatívipar termékeit. A Szépművészeti Múzeum lokációját, építészetét és művészeti gyűjteményét tekintve is egyedülálló helyet foglal el a Főváros, és Magyarország kulturális attrakciói között. A hazai és nemzetközi leisure és mics turizmusban

elfoglalt szerepével Magyarország és Budapest reputációját is erősíti. A Múzeum gyűjteményi anyagát az Ügynökség részére bocsájtottuk, hogy a kreatívokon megjelenhessenek azok a helyszínt képviselő festményrészletek, amik inspirálták az eseményt. Ennek megvalósulásával a helyszínt és a rendezvényt a kreatív megjelenésen keresztül offline és online is összekapcsoltuk, ezzel is kifejezve, hogy a Múzeum egy olyan kulturális interface, amely a design, a kreativitás, a művészet és a rendezvények „kereszteződésében” foglal helyet. Ezek a kreatívok a Múzeum digitális kijelzőin és interaktív digitális falán illetve az esemény és a helyszín social felületein is folyamatosan megjelentek a rendezvény időtartama alatt. Kiemelten fontos volt számunkra az exkluzív ügyfélmény biztosítása, ezért VIP szektort biztosítottunk a látogatóktól elzárt területen, a Múzeum belső udvarában. Nemcsak helyszínt, de egyedülálló programlehetőséget is kínáltunk a rendezvény kiemelt ügyfeleinek, akik a kiállításokat is megtekinthették, többek között Matisse lenyűgöző művészetét fedezték fel egyénileg vagy tárlatvezetés formájában. Az több napos rendezvényt online is közvetítették a helyszínről, amelynek jelentős nézettsége volt. A legnézettebb bemutató több mint 66 000 embert vonzott a képernyők elé.

Ismertesse a rendezvény komplexitását. Milyen kihívásokkal találkozott a lebonyolítás során?

A Magyar Divat & Design Ügynökség (MDDÜ) szervezésében 2022 őszén a 10. jubileumát ünneplő Budapest Central European Fashion Week (BCEFW) központi eseményét a rendezvény hétvégéje során több mint 2000-en látogatták meg a Szépművészeti Múzeumban, ahol az impozáns művészeti alkotások mellett vonultak fel a jövő tavasz-nyár divattrendjei. A BCEFW minden szezon legjobban várt programeleme a 2022 őszén közel 600 fős stáb által szervezett két napos divatbemutató sorozat, ahol összesen 24 márka küldte kifutóra legújabb darabjait. A magyar tervezők mellett két lengyel és hét ukrán tervező is képviseltette magát a budapesti divathétén. Helyszínként az egyik fő célunk az volt, hogy a rendezvény iránt érdeklődő múzeumi látogató is betekintést kapjon az esemény elemeibe, úgy, hogy közben ne zavarjuk a kizárólag kiállításokra érkező látogatókat sem. Napközben tehát a Múzeum a látogatói forgalommal összehangolva egyszerre működött múzeumként és rendezvényhelyszínként. Klasszikus rendezvényhelyszínként nem rendelkezünk más helyszínekre jellemző kiszolgáló és háttérterületekkel, ezért kreatív megoldásokat kellett alkalmaznunk. A Reneszánsz Csarnok egyik felét a modellek részére alakítottuk át. Az első emeleti Schickedanz termünket öltözővé, a catering hinterlandot pedig sminkszobává változtattuk. Kihívást jelentett számunkra hogy a két napos divatbemutató show a Múzeum egy igen frekvenciált időszakában, a nagy sikerű Matisse kiállítás ideje alatt zajlott. Emiatt nagy érdeklődéssel kellett számolnunk, így egyszerre kellett garantálnunk a látogatói- és az ügyfélményt. Múzeumi rendezvénytérként kiemelten fontos számunkra a műtárgyvédelem is, amelyre fokozottan figyelni kellett a magas vendéglétszám miatt, hiszen a divatbemutatók kiállítótérben, klasszikus festményeink és szobraink között kerültek megrendezésre. A kétnapos catwalk shown túl Budapesten 30 side event valósult meg, amelynek kiemelt helyszíne volt a Múzeum is, amely során Matisse művészetét közelítettük meg formatervezői szemmel, egy művészeti kurátor, és egy formatervező szakember bevonásával, de a Múzeum adott otthont az eseményt megelőző hivatalos sajtótájékoztatónak is. A promóciós és kereskedelmi aspektus mellett a rendezvény idén is társadalmilag kiemelt ügyet szolgált. A jegyértékesítésből befolyó bevétellel, a közel 2,3 millió forintot az Ökumenikus Segélyszervezetnek ajánlotta fel aMDDÜ. Az összeget a

Szervezet a nemzetközi konfliktusban közvetlenül érintett ukrán állampolgárok megsegítésére fordították.