

## Konzeption

### „Andy Warhol unlimited – Schwelm goes Pop Art“

In der Stadtverwaltung beschäftigt sich eine fachbereichsübergreifende Arbeitsgruppe mit der detaillierten Planung dieser außergewöhnlichen Ausstellung, in deren erfolgreicher Durchführung die einmalige Chance für eine nachhaltig positive Wahrnehmung der Stadt gesehen wird.

Das Besondere der Schau ist die Exklusivität ihrer Kunstobjekte. U.a. den vollständigen Marilyn-Zyklus, dazu solitäre Stücke aus Warhols Privatbesitz, Arbeiten seines Lieblingsneffen, einem bekannten Illustrator als Ergänzung zeigen zu können, ist eine Gelegenheit, die nur durch den Sammler P.C. Neumann an diesem Ort möglich ist.

Die Organisation des Projekts umfasst unterschiedliche Aufgabengebiete:

- Personal
- Werbung
- Sicherheit
- Auftaktveranstaltung.

Durch temporäre Aufstockung des Personals als Aufsicht, Einlasskontrolle und Reinigung kann die erwartbar deutlich gesteigerte Besucherfrequenz bewältigt werden. Ausgehend von durchschnittlich ca. 100 Ausstellungsgästen pro Tag liegen sind die Kosten realistisch berechnet.

Die adäquate Öffentlichkeitsarbeit übernehmen für die Region die städtische Pressesprecherin Frau Rudolph sowie die Mitarbeiterinnen des Fachbereichs Schule, Kultur, Sport (Frau Greif/Frau Dr. Jäger).

In diesem Zusammenhang wird auch bei Unternehmen und Einrichtungen, an Universitäten, Schulen usw. intensiv für Führungen durch diese einzigartige Ausstellung geworben werden.

Im Auftrag von Herrn Neumann sorgt Frau Kopp, Journalistin beim Verlag Gruner + Jahr, für die effektive Platzierung des Kunstevents in diversen, auch sozialen Medien (hierfür wird kein städtisches Honorar gezahlt).

Alle vorgesehenen Werbemittel erhalten kostenlos ein professionelles Layout durch die Düsseldorfer Werbeagentur Lambert und Lambert.

Die relativ geringe Summe für Plakatierung ergibt sich durch die Beschränkung auf den angrenzenden Einzugsbereich (u.a. Hagen/Wuppertal) und vor dem Hintergrund einer breiten Werbekampagne durch Frau Kopp.

Da P.C. Neumann mit dieser Ausstellung auch seinen umfangreichen Kundenkreis ansprechen möchte, übernimmt sein Partner, die Berliner Galerie Schultz, den Versand der Einladungen zur Eröffnung. Weitere lokale Werbung (z.B. an der Medientafel an der Berliner Straße) wird durch Sponsoren ermöglicht.

Das Kriterium Sicherheit betrifft vor allem die Kosten für einen 24-Stunden Wachdienst, der die Unversehrtheit von Gebäude und Kunstwerken gewährleistet. Für Transport und Versicherung der Exponate zeichnet Herr Neumann verantwortlich.

Die Anmietung von Schließfächern wird nötig, da die Besucher/innen Taschen, Jacken etc. nicht mit in den Ausstellungsbereich von Haus Martfeld nehmen dürfen.

Zur Vernissage werden im gewohnten Rahmen Sekt, Saft und Wasser angeboten.