MPG. wint pitch Rembrandt 350 jaar

25-06-2019 12:22







De gezamenlijke musea het Mauritshuis, het Rijksmuseum, museum Het Rembrandthuis en museum De Lakenhal hebben na een pitch contentmarketingbureau MPG. de opdracht gegeven om ter ere van Rembrandt 350 jaar elke Nederlander in contact te brengen met het leven en het werk van Rembrandt.

MPG. ontwikkelde de crossmediacampagne ‘Iedereen een Rembrandt’. Bij 3.5 miljoen huishoudens is de huis-aan-huiskrant ‘Iedereen een Rembrandt’ op de mat gevallen als start van een project dat is mogelijk gemaakt dankzij de deelnemers van de BankGiro Loterij.

Dolly van den Akker, business directeur MPG. Nederland: "We zijn enorm vereerd dat de vier gezamenlijke musea MPG. hebben uitgekozen om iedere Nederlander in contact te brengen met Rembrandt en zijn werk. We werken graag voor mooie organisaties en merken met als doelstelling een hoog bereik en impact te realiseren. De vier musea beschouwen wij als vooraanstaande merken, maar ook Rembrandt heeft een bijzondere status. Binnen de crossmediacampagne ‘Iedereen een Rembrandt’ die wij hebben mogen ontwikkelen, komen onze drie specialismen prachtig samen: strategie, concept en crossmedia-contentcreatie. Ook bij deze opdracht blijkt dat het efficiënt is dat alle disciplines in één hand liggen."

Bekijk hoe de campagne ‘Iedereen een Rembrandt’ vorm is gegeven.

David Huijzer