

# RESONANZ DER AUSSTELLUNG

Über die Laufzeit vom 17. Februar bis 17. September 2023 haben mehr als 75.000 Menschen die Ausstellung „The F\*word“ besucht, davon waren knapp die Hälfte zum ersten Mal im MK&G. Rund 50 % kamen aus Hamburg, 9 % aus dem Ausland, der Rest aus dem Inland – insbesondere aus Berlin. Das Publikum war überwiegend weiblich, zu 3 % divers und recht jung: zu einem Drittel zwischen 25–35 Jahren alt. Das Durchschnittsalter lag unter 40 Jahren, was für eine Museumsausstellung, die Erwachsene anspricht, erstaunlich jung ist.

Auch Dank des attraktiven analogen und digitalen Rahmenprogramms hat die „The F\*word“ dazu beigetragen, dass wir neues, junges, kritisches, feministisches und interessiertes Publikum gewinnen konnten. Die Ausstellung war nicht nur durch das große Franzbrötchen-Banner – ein Motiv, das die Guerrilla Girls eigens für das MK&G entworfen haben – an der Fassade des Museums unübersehbar, sondern auch auf Plakaten im gesamten Hamburger Stadtraum sichtbar. Wir danken Rimini Berlin für die großartige Kampagne. In den nationalen und internationalen Medien erfuhr diese Ausstellung viel Resonanz, u. a. mit Beiträgen in Die Zeit, Der Spiegel, Art, Monopol, Texte zur Kunst, ttt – Titel Thesen Temperamente, Arte Twist und dem Missy Magazin. Unser Dank gilt den vielen tollen Menschen, die bei uns waren und die Diskussionen, die wir hier im Museum anstoßen, mitgestalten und in die Welt hinaustragen.

Silke Oldenburg, Leiterin der Abteilung Kommunikation



Merchandise und Kampagne der Ausstellung