

sculpture network

Kommunikationskonzept 2019

Status Quo und Herausforderung

- International ca. 100 Veranstaltungen in Ateliers und Galerien seit 15 Jahren
- Vernetzung der bildenden Künstler
- Visuelle Vernetzung durch Fotowall
- Motto Start19:
Dreidimensionale Kunst & Gesellschaft

Was fehlt?

- Aufmerksamkeit!

Ziele

- Erhöhung der Resonanz des Events
- Wecken von Begeisterung für Skulptur
- Mehrwert für teilnehmende Künstler

Zielgruppen

- Künstler
- Galeristen
- Gäste (jeden Alters)
- Kunst-Studenten
- Dienstleister

Zielmedien

- Tagespresse, lokal und überregional
- Radio, lokal
- Stadtmagazine
- Kunstmagazine
- Terminkalender (online)
- Kommunikationsfachpresse

Strategie & Leitgedanke

- Perspektivenwechsel durch Skulpturen

**„Start‘ 2019 mit deinem
Perspektivenwechsel!“**

Maßnahmen

- Bildaufruf „Plakatmotiv“ an Künstler, Juli 2018
 - Festlegung eines dreidimensionalen Motivs
 - Aufruf zur Inszenierung des Motivs in verschiedenen Kontexten unter dem Motto „Perspektivenwechsel“
 - Einreichen der entstandenen Fotos
 - Jurysitzung (skulpture network)
 - Aneinanderschneiden der Bilder zu Kampagnen-Video

Maßnahmen

- Social Media-Aufruf an pot. Gäste, Sept. 2018
 - Nutzung des entstandenen Kampagnen-Videos als Social Media-Teaser
 - Bereitstellung online: „Bauanleitung“ Motiv + Video
 - Aufruf an User, Motiv in verschiedenen Kontexten unter dem Motto „Perspektivenwechsel“ zu inszenieren
 - Anreiz schaffen (Gewinn einer deutschlandweiten Reise zu den Ateliers o.ä.)
 - Kommunikation der Hashtags #Start19
#changeperspektive #perspektivenwechsel
#sculpturenetwork

Maßnahmen

- Pressemitteilungen I/III
 - Fachpressemitteilung an Kommunikationsfachpresse, Nov./Dez. 2018, Pitch: Video-Aufruf mit Daten und Fakten zur Reichweite (Video + Social Media)
 - Interview (sowohl an lokale Medien als auch an Kunstmagazine) mit Künstler, Nov. 2018, Pitch: Beantwortete Fragen (Wie siehst du den Perspektivenwechsel europaweit? Wie funktioniert Vernetzung durch Skulptur und durch Start19? Was bedeutet Skulptur für dich? Was hat es mit der Video-Aktion auf sich?)

Maßnahmen

- Pressemitteilungen II/III
 - Regionale Pressemitteilung an lokale Presse, Dez. 2018/Jan. 2019
 - Pitch: Regionales Atelier bzw. Künstler, der Teil eines internationalen Netzwerks ist → Perspektivenwechsel durch länderübergreifendes Event, Einbindung Kampagnen-Video
 - Save the Date an regionale Presse, Dez. 2018
 - Presseeinladung an regionale Presse, Jan. 2019

Maßnahmen

- Pressemitteilung III/III
 - Nachbericht (zusätzlich zur Pressemitteilung, die am Start19 bereitgestellt wird, digital/online), bereits vorbereitet/Versand am Montag nach Start19, an regionale Presse (inkl. Bildmaterial)

Maßnahmen

- Radio Begleitung vor Ort, Jan. 2019, Pitch: tbd.

Service-Paket für Veranstalter

- Buttons, Plakate, Flyer, Bleistifte, Aufkleber, Luftballons
- Individ. Einladungskarten als Vorlage
- Banner für Website und Social Media
- Pressemitteilungen
- Facebook-Events
- Start19-Motiv
- Fotowall (Zugangsdaten)