

STAMMTISCH #11

Künstlerische und journalistische Sichtbarkeit der freien darstellenden Künste



SOCIAL MEDIA: BRANDING

Gib deiner Marke Kontur!
Zentrale Fragen:

Warum gibt es meine Brand/Marke?
Was ist der Nutzen für die Menschen?

-> Storytelling

Bei der Frage nach Qualität oder Quantität scheiden sich die Geister.

1

SOCIAL MEDIA: 7 SCHRITTE

1. Ziele definieren (SMART)
2. Zielgruppe (Personas)
3. Wettbewerbsrecherche
4. Social Media Audit*
5. Content Mindmap
6. Contentplan erstellen z.B. Trello
7. KPIs** auswerten- Content anpassen

2

3

LOHNT SICH DAS?

JA! Täglich wird das Internet mittlerweile von 80 Prozent der Menschen ab 14 Jahren in Deutschland genutzt.

Auf Instagram sind die Nutzer*innen am breitesten aufgestellt. Macht ihr aber Kunst für Ältere, funktioniert Facebook gut, für Jüngere ist auch Snapchat und Tiktok interessant.

PRINT

- Frage des Nutzens von Plakaten:
 - in ländlichen Räumen immer noch unverzichtbar
 - hybride Weiterentwicklung: QR-Codes auf Postern, die getrackt werden können - wieviel Besuche?
- Frage des nachhaltigen Werbens, wenn Flyer etc. weggeworfen werden

4

PLATTFORMEN BILDEN

- Zusammenarbeit mit Kooperationspartner*innen (Vereine, Schulen etc.)
- Angebote über Vorstellung hinaus, um für Austausch zu sorgen
- Kleine Feste organisieren - oder richtige Festivals - oder Flashmobs im Supermarkt!
- Foren bilden um Orte/Ideen zu thematisieren und Leute zu vernetzen
- Persönliche Ebene ganz wichtig
- Kultur als Instrument begreifen - zum Beispiel in Bezug auf Rituale und Traditionen an Fest-, Feier- und Gedenktagen - wertvolle Allianzen auch in Bezug auf antidemokratische Tendenzen möglich

5

* Ein Audit untersucht, ob Prozesse, Anforderungen und Richtlinien die geforderten Standards erfüllen.

** Key-Performance-Indicator (KPI) bzw. Leistungskennzahl bezeichnet in der Betriebswirtschaftslehre Kennzahlen, anhand derer der Fortschritt oder der Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger Zielsetzungen oder kritischer Erfolgsfaktoren innerhalb einer Organisation gemessen und/oder ermittelt werden kann // INPUT: Ana Krstic www.kritik-gestalten.de und Katharina Husemann Schloss Bröllin (broellin.de)

LINKS