

Einladung zur

Fachtagung

Kunst- und Kulturvermittlung durch Social Media

Freitag 12. April 2013
10.00 bis 17.00 Uhr

Welche Voraussetzungen bringt meine Einrichtung für Social Media mit? Wie kann ich diese vorteilhaft **nutzen?**

Wie gelingt es mir, über Social Media mit Besuchern **in Kontakt zu treten** und sie für mein Programm zu **begeistern?**

Wie gestalte ich unseren **Auftritt** in den sozialen Medien?

Wie biete ich meinen Besuchern einen **Mehrwert über Social Media?**

Redaktion und Alltag

Einladung

Was nicht virtuell auffindbar ist, das existiert heute in vielen Köpfen auch in der Anfasswelt nicht. Deshalb wird es für Kunst- und Kultureinrichtungen immer wichtiger, nicht nur mit Plakaten, Flyern oder der Berichterstattung in den Medien präsent zu sein, sondern auch in den virtuellen Raum vorzudringen. Dies kann über die eigene Webseite hinaus nicht nur durch die Verbreitung von Informationen im größten Social Network Facebook geschehen, sondern ist auch durch den zielgerichteten Einsatz von Blogs, Microblogging-Diensten, Foto- und Videoplattformen möglich.

In Form von Social Media eröffnet sich für Sie als Kunst- und Kulturschaffende ein zusätzlicher Raum, der für die Belange Ihrer Arbeit ganz unterschiedlich genutzt werden kann. Es ist ein virtueller Kommunikationsraum, der vor allem den Austausch und die Interaktion ins Zentrum stellt.

Richtet man beispielsweise den Blick in die Zukunft des Museums, erhält dieser virtuelle Austauschraum künftig immer mehr Gewicht. So sieht eine Studie der American Association of Museums das Museum der Zukunft als einen Treffpunkt sehr diverser Communities an. Dabei wird Social Media eine wichtige Rolle beigemessen: Sie dienen einerseits als Kommunikationskanal für PR- und Marketingaktivitäten, sind andererseits aber auch Ausdruck eines Kulturwandels, der den Austausch ins Zentrum stellt.

Während einige Institutionen dieser Entwicklung noch mit Skepsis begegnen, haben viele andere die sozialen Medien bereits kreativ genutzt und so reichhaltige Erfahrungen auf den verschiedenen Kanälen gesammelt. Von besonders inspirierenden Beispielen werden wir berichten.

Im Hinblick auf wesentliche Zielsetzungen wie Motivation zum Besuch, Bindung von und Austausch mit den Besuchern, geht es uns jedoch vor allem darum, die **Möglichkeiten für den Einsatz von Social Media im Kunst- und Kulturbereich so praxisorientiert wie möglich zu vermitteln**, um Ihnen und Ihrer Einrichtung den Weg in die sozial-mediale Zukunft des „Kulturtransfers“ zu weisen.

Programm

Fachtagung

'Kunst- und Kulturvermittlung durch Social Media'

am Freitag 12. April 2013 10.00 bis 17.00 Uhr

10.00 Uhr **Begrüßung**

Gegenseitiges Kennenlernen

11.00 Uhr **Key Note Andreas Schöpf: Social Computing**

11.30 Uhr **Erste Schritte zum Social Media-Auftritt**

Strategische Vorüberlegungen: Wie kann Social Media Ihre Öffentlichkeitsarbeit bereichern und was gilt es dabei zu beachten?

Ausbau Ihres Social Media-Auftritts

- Strategie und Planung von Social Media-Aktivitäten
- Netzwerken mit Social Media
- Social Media-Monitoring und Anpassung Ihrer Präsenz in den sozialen Medien

13.00 Uhr *Mittagspause*

14.00 Uhr **Social Media Aktivitäten und Best Practice Beispiele der Bundeszentrale für politische Bildung**

14.30 Uhr **Die weltweiten Social Media Aktivitäten des Goethe-Instituts**

15.00 Uhr **Baukasten für eine Kultur der Social Media – Impulse von der transmediale, Festival für Kunst und Digitale Kultur in Berlin**

15.30 Uhr **Entwicklung und Effizienz des Mobile Advertising**

16.00 Uhr **Abschlussdiskussion**

Empfehlungen für die Einbeziehung von Social Media in die Vermittlungs- und künstlerische Praxis von Kultureinrichtungen

Sprecher



Andreas Schöpf ist seit 2011 Geschäftsführer der Berliner Kommunikationsagentur Redaktion und Alltag. Die Agentur realisiert und betreut Medienprojekte im Bereich der politischen und kulturellen Bildung – von der strategischen Konzeption bis zur Umsetzung. Zuvor war er viele Jahre in Medienunternehmen tätig, unter anderem bei MTV und Disney.

Die weltweiten Social Media Aktivitäten des Goethe-Instituts

Najereh Shirzadian ist für die Konzeption und Koordination des globalen Social-Media-Einsatzes am Goethe-Institut zuständig. Die Social-Media-Auftritte des Goethe-Instituts werden dezentral bespielt; die Zentrale schult und berät die zuständigen Mitarbeiter.



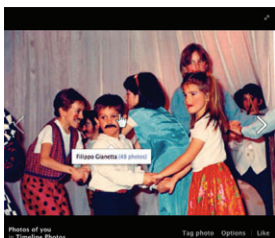
Social Media Aktivitäten und Best Practice Beispiele der Bundeszentrale für politische Bildung

André Nagel ist seit 2012 Online-Redakteur im Fachbereich Multimedia der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb. Hier ist er u.a. verantwortlich für die Entwicklung von Formaten der politischen Bildung im Bereich Social Media und Web 2.0 und betreut Projekte wie „pb21 – Web 2.0 in der politischen Bildung“.



Entwicklung und Effizienz des Mobile Advertising

Christian Henschel ist CEO und Mitbegründer von adeven, einem führenden Mobile Analytics und Ad Verification Unternehmen mit Sitz in Berlin und London. Er kann auf mehr als zwölf Jahre Erfahrung im digitalen Bereich zurück blicken. Zuvor arbeitete er unter anderem bei madvertise, MTV Networks und InteractiveMedia.



Baukasten für eine Kultur der Social Media – Impulse von der transmediale, Festival für Kunst und Digitale Kultur in Berlin

Filippo Gianetta ist seit Oktober 2008 in die Entwicklung und Produktion der transmediale involviert, dem Festival für Kunst und Digitale Kultur in Berlin. Nach einem Start als Praktikant koordiniert er heute jegliche Kommunikations- und Marketingaktivitäten des Festivals. Sein Hintergrund sind ein abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaft sowie ein Master in Kunst- und Kulturmanagement.

Anmeldung

Fachtagung 'Kunst- und Kulturvermittlung durch Social Media'

am Freitag 12. April 2013 10.00 bis 17.00 Uhr

Redaktion und Alltag GmbH
Innovation Space, Prinzessinnenstraße 20
10969 Berlin, Kreuzberg

Fax-Antwort 030 420 852 72
oder per Email wesner@redaktionundalltag.de

Teilnahmegebühr Preis pro Person € 159,90

Name, Vorname: _____

Firma / Institution: _____

Anschrift: _____
Straße, PLZ, Ort

Telefon: _____

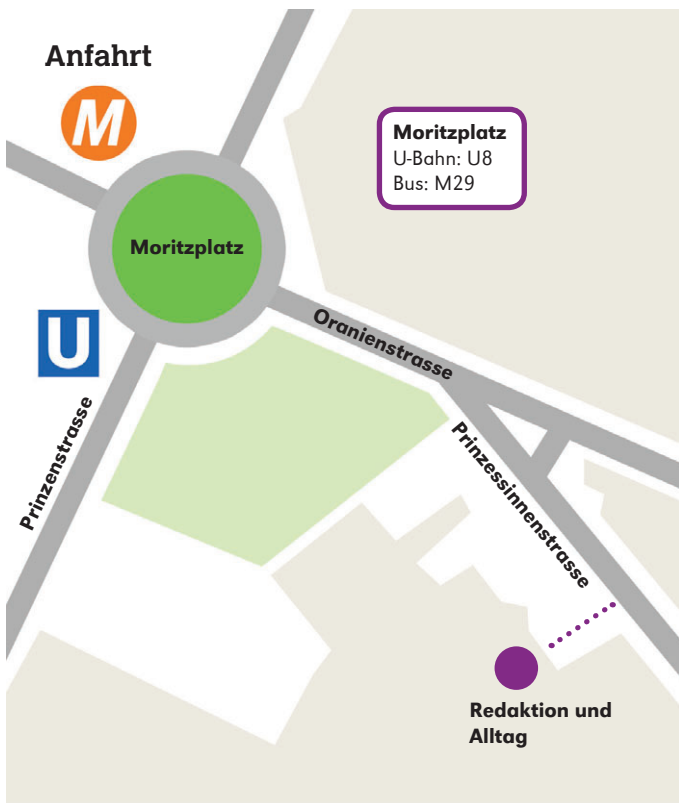
Email: _____

Die Teilnehmeranzahl ist limitiert. Nach Empfang erhalten Sie eine Bestätigung und Rechnung mit Zahlungsmodalitäten. Anschliessend keine Stornierung und/oder Rückerstattung möglich.

Ort/Datum

Unterschrift





Redaktion und Alltag

Die Berliner Kommunikationsagentur *Redaktion und Alltag* realisiert und betreut seit 2001 Medienprojekte im Bereich der politischen und kulturellen Bildung – von der strategischen Konzeption bis zur Umsetzung. Kunden sind unter anderem die Bundeszentrale für politische Bildung, Lettre International, die Deutsche Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen, Amnesty International und das Goethe-Institut.

Redaktion und Alltag GmbH
Prinzessinnenstraße 20
10969 Berlin
Tel.: +49 (0)30 44 04 49 99
Fax: +49 (0)30 42 08 52 72
www.redaktionundalltag.de

Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg HRB 143004 B
DE 283 685 641

Bildnachweis: Cover © jba / photocase.com