

R Ina Ross



Dozentin für Kulturmanagement. Autorin des Buches »Wie überlebe ich als Künstler?« und zahlreichen internationalen Publikationen zum Kulturmarketing.

! Auf einen Blick

Mi. 11. Mai

10 bis 17.30 Uhr

Online-Seminar: Zoom

Kosten: 100 € inkl. Arbeitsmaterialien

max. 20 Teilnehmende

Als Guerilla-Marketing werden authentische und kreative Aktionen bezeichnet, die mit kleinem Budget außerhalb konventioneller Werbestrategien arbeiten. Aktionen, die durch ihre ästhetischen oder performativen Qualitäten und ihre zielgruppengenaue Platzierung große Wirkung entfalten. Guerilla-Marketing ist vor allem im Kulturbereich, bei begrenzten Ressourcen und kreativem Potential, ein geeignetes Werbeinstrument, um potentielles Publikum originell anzusprechen.

Das Online-Seminar gibt zunächst einen Überblick über die Ursprünge dieser Marketingtechnik in der Kunst und im politischen Aktivismus und diskutiert das Verhältnis des Guerilla-Marketings zu anderen Marketingformaten. Im zweiten Teil werten die Teilnehmenden gemeinsam digitale wie lokale Guerilla-Marketing-Aktionen aus, die von Kultureinrichtungen unternommen wurden. In einem dritten Praxisteil planen die Teilnehmenden Schritt für Schritt eine Guerilla-Aktion für ihre eigene Institution bzw. Initiative.

Inhalte

- » Überblick Guerilla-Marketing und seine Referenzen in Kunst und Aktivismus
- » Vorstellung und Diskussion erfolgreicher Guerilla-Marketingaktionen von Kulturbetrieben (Theater, Museum)
- » Einführung in die schrittweise Planung einer Guerilla-Marketing-Kampagne
- » Entwurf einer Kampagne für die eigene Institution