

Das Projekt „a&Me. Art and Media“ ist eine modulare Kommunikationsstrategie, mittels derer die Inhalte des Kunstverein Medienturm transparenter und offensiver vermittelt werden. In der neu geschaffene Bezeichnung „a&Me“ wird die Verlinkung von Kunst & Medien (engl. art & media) zum Ausdruck gebracht. Mit der Großschreibung von „Me“ wird der Medienaspekt gestärkt und das „Ich (engl. Me)“ der Adressaten des jeweiligen Kommunikationskonzepts angesprochen. Die inhaltliche Arbeit soll innerhalb eines übergeordneten Rahmens besser abgestimmt und nach außen hin sichtbarer werden.

Basis für die Entwicklung der Kommunikationsstrategie „a&Me“ ist eine Analyse der Abläufe im Kunstverein Medienturm hinsichtlich der im Lehrgang behandelten Bereiche mittels Ist-/Stärken/Schwächen-Analyse.

Das Projekt „a&Me“ wird mit einem ersten Modul unter dem Arbeitstitel „a&Me Sponsoring“ gestartet. Ergebnisse der oben genannten Analyse fließen auch in dieses Konzept ein. Um eine bestmögliche Vermittlung in Richtung Sponsoren erreichen zu können, werden gestalterische Vorleistungen im Zugangsbereich angestrebt. Es wird ein einheitliches Farbkonzept und eine Beleuchtung mit Neonlicht im Zugangsbereich umgesetzt. Weitere Maßnahmen wie eine gut sichtbare, publikumswirksame Zeichenarbeit im Innenhof sind in Planung.

Das Modul „a&Me. Sponsoring“ trägt den Titel „a&Me. Experience Art and Media“ und kommuniziert vier Ausstellungsprojekte innerhalb eines kulturellen Feldes, das bildenden Künste und neue Technologien miteinander verbindet. Aus diesem innovativen und experimentellen Dialog heraus entsteht „neue Kunst“. Die neuen Medien funktionieren dabei als Transferinstrument, um auch bei thematisch anspruchsvollen Ausstellungen das kritische Potential der Öffentlichkeiten zu fördern. Das begleitende Vermittlungsprogramm folgt dem Leitspruch: „I like art & media, art & media likes me.“ Die baulichen Vorleistungen im Zugangsbereich fließen im Konzeptpapier in die narrative Einleitung ein. Die geplante Zeichenarbeit im Innenhof wird in Form einer Patenschaft im Werbeangebot als „Special“ aufgelistet.

Ein möglicher Sponsor kann durch die Mehrteiligkeit des vorgestellten Projekts vorerst optional mit unterschiedlich gewichtetem oder differenziertem Engagement in eine Sponsoren-Partnerschaft einsteigen.

Zusammenfassend werden Arbeitsprozesse im Kunstverein Medienturm abstrahiert und neu bewertet. Impulse fließen in den Arbeitsalltag ein und verbessern Abläufe automatisch. Das Projekt „a&Me“ wird anhand einer Analyse und eines ersten Teilbereichs gestartet und soll sich modulhaft weiterentwickeln. Damit soll langfristig ein größeres Publikums- und Medieninteresse, eine Stärkung der Marke und somit der Institution erreicht werden.

Mag. Helga Droschl
(Geschäftsführung)

Kunstverein Medienturm, Josefigasse 1, A-8020 Graz, +43 664 3935718,
key@medienturm.at, www.medienturm.at