

Konzept

OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante

eine Kooperation von
Galerie Schichtwechsel

und

üNN überNormalNull

für die Ausschreibung
www.DeineGeest.de

Stand: 20.08.2016

Projekt Kurzbeschreibung OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante

Das Projekt OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante ist ein Kunstprojekt im öffentlichen Raum, bei dem junge Hamburger KünstlerInnen und Kreative 18/1 Plakatgroßflächen kreativ gestalten können. Diese Plakatflächen werden wie eine Freiraumskulpturenfolge im grünen Geestband aufgestellt und somit eine einzigartige Galeriesituation im öffentlichen Raum unter freiem Himmel bilden. Die TeilnehmerInnen kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen der Kunst und der Kreativszene, aber auch aus den Anrainerquartieren am Geestband. Die Werke entstehen direkt vor Ort, sie werden exklusiv für die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante geschaffen, produziert und nach der Ausstellung wieder abgebaut. Somit bilden die 18/1 Werbegroßflächen während der Ausstellung einen Teil Geestraumes und dessen Umfeldes. Zu Fuß oder mit dem Fahrrad sind diese Kunstwerke leicht zu entdecken und zu sehen. Mit der OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante wird jungen Kreativen und den BewohnerInnen der Quartiere entlang des Geestbandes eine ungewöhnliche und innovative Plattform geschaffen um ihr Tun einem breiten Publikum zu präsentieren und in einen Diskurs zu bringen. Den jungen und jüngsten TeilnehmerInnen soll durch die Kopplung an die Galerie Schichtwechsel der Einblick in den Kunstalltag, durch einen echten Akteur ermöglicht werden.

Über die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante wird das wilde Grün der Geestkante wieder in den Focus der Öffentlichkeit gerückt. Kunst, Kultur und Stadtentwicklung ziehen auf einem ungewöhnlichen Weg in den Geestraum ein. Sie schaffen durch dieses exklusive und junge Thema, das in dieser Form noch nicht stattfand, ein neues Ausflugsziel und Gründe aktiv in die Gestaltung des Öffentlichen einzugreifen.

Der Hamburger Osten beweist mit diesem Projekt, dass er den Kunst- und Kulturschaffenden nicht nur Freiräume für ihre künstlerische Darbietung zur Verfügung stellt, sondern auch Plattformen für die Interaktion mit unterschiedlichen Zielgruppen schafft und damit in Hamburg neue, ungewöhnliche Wege geht.

Projektidee für www.DeineGeest.de OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante

1. Projektname

OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante

2. Definition 18/1

18/1 ist der Fachbegriff für Werbegroßflächen die im gesamten Stadtgebiet aufgestellt sind. Die Werbefläche besteht aus 18 aufrecht stehenden DIN-A1 Formaten (3 x 6 in Reihe übereinander) und ist damit ca. 2,5 mal 3,5 Meter groß. Das Projekt nutzt die Werbeflächen die sonst nur zum politischen Wahlkampf eingesetzt werden. Diese Flächen sind nicht fest installiert und sind somit flexibel einsetz- bzw. aufstellbar. Die Aufstellung und Platzierung dieser Werbeflächen ist gelernte Routine und wird u.a. durch die Firma Andreas Hansen.

3. Idee

Die **OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante** ist eine aufsuchende Kunstausstellung mit umfangreichem Begleitprogramm, welche auf der Geestkante entlang wandern kann. Junge Hamburger KünstlerInnen, Streetartists, Kulturschaffende und Kreative aus den Anrainerquartieren präsentieren Ihre Arbeiten auf 18/1 Großflächen. Die 18/1 sind auf den unterschiedlichsten Wegen zu entdecken, entweder während einer Fahrradtour, auf der Laufstrecke, zu Fuß oder auf dem Weg zur Arbeit, zur Schule, zum Einkaufen etc. Die KünstlerInnen und Kreativen kommen aus allen Bereichen des Kunstbetriebs (LandArt, Urban Art, Comic, Illustration, Grafik, Design, bildende und freie Kunst, Fotografie...) und treffen hier auf den öffentlichen Raum entlang der Geestkante vom ZOB bis nach Öjendorf, wo sie ihre Kunstwerke der Öffentlichkeit präsentieren.

4. OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante

Kreativität wird durch die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante in den öffentlichen Raum gestellt. Die Geestkante mit Ihrem fast 10 km langen grünen Saum inszeniert sich über diese Raumaneynung durch Kunst neu.

Die Kunst verlässt die geschlossenen Räume der Galerien oder der Museen und betritt selbstbewusst den öffentlichen Raum. Urban Art und kreatives Schaffen, welche in der Regel an keine Formate oder festen Orte gebunden sind, haben hier die Aufgabe, sich mit dem Format 18/1 und dem Umfeld der grünen Geestkante und der Verbesserung der Raumwahrnehmung auseinanderzusetzen. Die Geestkante mit ihrem teils üppigen, wilden Grün und ihren Raumreserven erzeugt einen besonderen Eindruck bei den Gästen und NutzerInnen und gibt der Ausstellung so ein ganz besonderes Flair.

Das 18/1 ist ein gängiges Format der Kommunikationsbranche bzw. der klassischen Außenwerbung. Diese Werbegroßfläche ist ein Symbol der Werbewirtschaft und zudem ein Symbol für die Kommerzialisierung des öffentlichen Raums. Letztlich ist es aber eines der Werbemedien die nach und nach den öffentlichen Raum verlassen. Neue und hochwertigere Außenwerbemittel (Leuchtplakate, die sich Rollos wechseln, Digitale Werberahmen, digitale Leinwände in allen Größen und Formen) verdrängen diese alten 18/1 Werbegroßfläche aus dem öffentlichen Raum und schaffen ein neues verändertes Stadtbild. Die OpenAirGalerie 18/1 stellt diese gängigen, alten Werbeformate in einem ganz neuen Kontext auf, sie werden individuell bemalt und stehen an Orten an dem diese Werbeflächen sonst nicht zu finden sind. Untereinander bilden Sie eine Art Raumskulptur an sich. Die Werbeflächen erhalten durch die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante einen neuen Inhalt. Das 18/1 transformiert sich hier bei uns von einer Werbe- zu einer Kunst- und Vermittlungsplattform.

Werbung, Kunst, Natur, Urbanität und die Geestkante treffen temporär aufeinander und bilden eine neue Einheit, schaffen neue Einblicke, Spannungen und Ansichten, die es so nur so beim Durchwegen des grünen Geestraumes geben kann.

5. Ausstellungsrouten, Orte und Führungen

Die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante entsteht auf Teilstrecken im parkähnlichen Grünsaum zwischen ZOB und Öjendorf. Die Werbegroßflächen werden so aufgestellt, dass diese auch aus vielen Positionen sichtbar sind. Die Großflächen stehen überwiegend auf städtischen und in Ausnahmefällen privaten Flächen.

Die Besucher können die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante über verschiedene Wege erfahren: zu Fuß, beim Laufen, beim Sport, im Alltag und via Fahrrad.

Zusätzlich wird es geführte Touren zu Fuß und via Fahrrad geben. Hier übernehmen Guides die Leitung der Touren und erklären den Gästen die Werke, das Umfeld und die Entwicklungsperspektiven für die Geestkante. Diese Touren dauern ca. 1,5-2 Stunden und können regelmäßig und nach Bedarf angeboten werden. Geplant sind mindestens 20 Touren über den Zeitraum von sechs Wochen.

6. Organisatoren

Die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante wird von der Galerie Schichtwechsel / Eiffestrasse 426, Friederike Lydia Ahrens und Manuel Hopp in Kooperation mit Rolf Kellner von üNN überNormalNull Büro Kunst Bauen Stadtentwicklung, welcher u.a. Veranstalter von FLUSSLICHT (www.flusslicht.de), der HAFENSAFARI (www.hafensafari.de) und Kreuzwege ist verantwortlich, organisiert und durchgeführt. Aus diesen Projekten fließen die Erfahrungen in das Projekt OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante mit ein.

7. Aktionszeitraum

OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante wird im Apr / Mai / Juni 2017 stattfinden und ist für eine Dauer von sechs Wochen geplant. (Optional kann auch im Aug / Sep / Okt 2017 die erste Ausstellung stattfinden!). Bei Erfolg bietet sich die Fortsetzung für 2018 und 2019 an.

8. Kunstwerke

Für das Projekt werden 18/1 Werbegroßflächen eingesetzt. Diese Flächen sind bei Firma Andreas Hansen einer der letzten regionalen Traditionsfirma für Aussenwerbung dieser Art vorrätig, wo insgesamt noch 1.500 dieser Flächen lagern.

Den KünstlerInnen werden im Vorwege der Projektraum selbst und die angrenzenden Stadt-Quartiere gezeigt und die Potentiale und Bedeutung dieser Stadträume erklärt. Im Sinne der kulturellen Sukzession glauben wir an die Stadtentwicklung durch Kultur und Veranstaltungen im öffentlichen und halböffentlichen Raum. Ziel hierbei ist es, die KünstlerInnen inhaltlich und emotional aufzuladen und einzubinden, damit sie das Projekt und die Möglichkeiten verinnerlichen und den Gesamttraum im Blick halten.

Die 18/1 Werbegroßflächen werden wie folgt bearbeitet: auf die bestehenden Flächen werden weiße Plakate aufgebracht, so dass die gesamte Fläche „frei“, neutral, ist. Diese Flächen werden nach Absprache mit den KünstlerInnen entweder in einer Halle zur Vorbereitung aufgestellt oder, idealer Weise direkt vor Ort bearbeitet.

Die Künstler die Draußen arbeiten haben die Möglichkeit, die Großflächen direkt zu bearbeiten und sich somit vom Umfeld inspirieren zu lassen.

Die Kunstwerke entstehen direkt auf der 18/1 Fläche oder binden diese mit ein. Das bedeutet, dass die Großfläche auch als Skulptur bearbeitet werden kann oder sie dient als Projektionsfläche. Die Künstler haben völlig freie Hand diese Großflächen zu bearbeiten. Der Charakter der 18/1 soll bestehen bleiben. Da die Kunstwerke ca. sechs Wochen der Witterung ausgesetzt sind, wird der Veränderungsprozess im öffentlichen Raum von den KünstlerInnen mit eingeplant und begleitet.



Ein von Larissa Bertolasco gestaltetes 18/1 in Restnatur (Schleusengärtengalerie 2009)

Jeder Künstler bearbeitet oder nutzt nur eine dieser Flächen.

Der Kauf der Flächen ist möglich. Alle nicht verkauften Kunstwerke werden nach der Aktion wieder von der Firma Hansen abgeholt, mit weißen Plakaten überklebt, bzw. neutralisiert und beim nächsten Wahlkampf wieder als Plakatsonderfläche in Hamburg eingesetzt.

9. Künstlerauswahl

Vor dem Erfahrungshintergrund des Teams der Galerie Schichtwechsel und Rolf Kellner (Initiator Hafensafari und Flusslicht) werden die teilnehmenden Kulturschaffenden ausgesucht. Die KünstlerInnen kommen aus den Bereichen: LandArt, Urban Art, Comic, Illustration, Grafik- Design, bildende und freie Kunst, Fotografie u.a..

10. Vorteile Künstler

Das Projekt schafft jungen und teils noch unbekanntem KünstlerInnen eine ungewöhnliche Plattform, um die eigene Bekanntheit zu steigern. Zudem schafft die Veranstaltung eine Austauschmöglichkeit zwischen den KünstlerInnen und Kreativen untereinander und mit den Quartiersbewohnern der Umgegend. Es ist für die KünstlerInnen eine Herausforderung die großflächigen Formate zu bespielen, bzw. kreativ zu nutzen. Sie müssen ihre Kunst nach Außen tragen müssen und sich in den Kontext der Natur und des urbanen Umfeld begeben.

11. Vorteile für das Projekt .DeineGeest.de

Die Bekanntheit des grünen Geestraumes wird mit Hilfe der OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante bei der Hamburger Bevölkerung und bei den Anrainern erhöht. OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante setzt einen neuen Aspekt. Mit diesem Projekt können neue, starke Bilder erzeugt werden. Zudem entsteht eine neue stadtoeffentliche und kulturelle Attraktion im grünen Geestraum, an einem Weg, der vielen in seiner Form und Gänze noch unbekannt ist. Dies unterstützt somit auch die großen Stadtentwicklungsvisionen für die Stadtgebiete im Stromaufwärtsgebiet des Hamburger Ostens. Neue Raumpotentiale werden aufgezeigt und neue Themen könnten mit diesem Konzept verknüpft werden.

Der Geestraum erhält mit diesem Projekt eine innovative und exklusive OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante. Der Geestraum erhält somit eine neue Facette: er steht ab sofort nicht nur für nötige Wegeinfrastruktur, sondern auch für begleitende Kultur- und Freizeitangebote, die helfen sich des öffentlichen Raumes anzunehmen, ihn zu füllen.

12. Folgeveranstaltungen

Bei einer erfolgreichen Projektumsetzung, kann die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante auch in den Folgejahren umgesetzt werden und auf dem grünen Geestband wandern.

13. Aufmerksamkeit

In erster Linie soll das Projekt über Aushänge in der Umgebung, Zeitungen, Radio und die sozialen Medien transportiert werden. Dies geschieht über die folgenden Themen und Maßnahmen.

In Hamburg mangelt es durch die innere Stadtverdichtung und Vitalisierung von ganzen Stadtquartieren zunehmend an Räumen und an Plattformen für junge KünstlerInnen. Neue Räume und Möglichkeiten der künstlerischen und kulturellen Darstellung und Aneignung werden gesucht. Die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante schafft eine Plattform für junge Kulturschaffende. Gepaart mit der aktuellen Raumverteilungs-Diskussion in Hamburg, wird ein großes und breites Thema erzeugt. Durch Deine Geest wird den etablierten Orten eine neue und unbekannte Fläche, ein ganzer bandartiger Raum geschenkt. Dieses Thema, des plötzlich fehlenden Wirk- und Experimentierraums wird in erster Linie von jungen Menschen beobachtet und wahrgenommen. Das bedeutet, dass die Ansprache der jungen Zielgruppe im Vordergrund steht, ohne dass anderen Zielgruppen außer acht gelassen werden. Demzufolge bedient sich das Projekt zweckmäßiger Weise verschiedener Kommunikationsmaßnahmen. (z.B. Plattdeutsche Führungen, um die Leute für ein neues Thema in besonderer Weise anzusprechen oder Mitmach-Workshops für Kinder und Jugendliche etc.)

Mit dieser Themenkopplung wird in den Medien Aufmerksamkeit erzeugt. Die Sympathie mit dem Projekt generiert sich aus der Teilnahme von etablierten, aber auch von unbekannten und jungen KünstlerInnen.

Des Weiteren sind spezielle Sonderveranstaltungen vor Ort und in der Galerie Schichtwechsel (Eiffestrasse 426), sowie in den Atelier Räumen von teilnehmenden KünstlerInnen geplant, die unter bestimmten noch zu benennenden Themen stehen können. Beispiele für solche Sonderveranstaltungen bzw. Motti könnten lauten: „OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante kulinarisch“ (mit einem Grill-Abend im Park), „Erzählcafés“ (Lesungen im Freien), nächtliche Taschenlampenführungen (bei denen die Plakate mit sehr starken Taschenlampen angestrahlt werden), Open-Air-Kinoveranstaltungen oder einer Trickfilmschule für Kinder- und Jugendliche.

Flankierende Maßnahmen

Flankierende Maßnahmen und Aktionen generieren zusätzliche Aufmerksamkeit und nutzen für Anrainerquartiere, wie z.B. Kinder- und Klassenführungen und Mitmachaktionen auf leeren 18/1-Flächen, die es zu gestalten gilt. Eine weitere Aktion wäre, dass Jugendlichen die Themen urban- und LandArt näher gebracht werden und die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante damit zum Einstieg oder zum Vertiefen des Wissens um Kunst im öffentlichen Raum wird.

14. Kooperationen

Weitere Kooperationen können mit den befreundeten Kunsträumen entlang des Grünbandes entwickelt werden. Nachtspeicher in St. Georg-Süd und der XponArt-Gallery/KuBaSta im Münzviertel.

Medienkooperationen

In erster Linie ist eine Medienkooperation mit lokalen Zeitungen geplant. Diese Kooperation ist der Schlüssel, um Aufmerksamkeit und Sympathie für die Geestkante zu erzeugen. Es sind aber auch Kooperationen mit dem Hamburger Abendblatt und dem NDR angedacht. Hier haben sich die Sonderaktionen bewährt, die immer wieder Kommunikationsgründe liefern. Das Projekt bietet den Content und die Partner stellen die mediale Verbreitung sicher. Beide Medien bringen regelmäßig Berichte über das Projekt und die KünstlerInnen während des Aktionszeitraumes, um so die Aufmerksamkeit aufrechtzuerhalten. Über eine Medienkooperation mit dem Hamburger Abendblatt könnten in den Wochenend-Ausgaben die einzelnen KünstlerInnen vorgestellt werden. Stadtlicht oder Hinz und Kunz(t) sind gute Partner für längere Beiträge und thematische Einbindung.

Kunstkooperationen

Des Weiteren wird eine Kooperation mit den Hamburger Volkshochschulen angestrebt, um für deren Fotokurse eine neue Fotosafari anzubieten. Auch die FotoCommunity oder die unterschiedlichsten UrbanSketching-Gruppen können eingebunden werden. Der hamburger (Kunst)Echo-Verteiler bringt das Projekt in die breite Hamburger Kunstszene. Ziel dieser Kooperationen ist die Ansprache der kunstinteressierten Zielgruppe, sowie die Bekanntmachung der teilnehmenden KünstlerInnen in deren Umfeldern.

Um die Aufmerksamkeit und Sympathie mit dem Projekt zu erhöhen, wird die Kooperation mit den folgenden Vereinen angestrebt: Verein zur Rettung Schiffbrüchiger und Viva qua Aqua. Während des Projektes werden Spenden für die genannten Organisationen gesammelt.

Sonstige Kooperationen

Eine weitere Kooperation ist mit dem mobilen Kino „Flexibles Flimmern“ aus Hamburg in Planung. Mit diesem Partner ist es möglich, Spielfilme oder Dokumentationen an eine leere, „weiße“ 18/1-Wand zu projizieren. So wird der Aktionsraum auch als Kino genutzt.

15. Touren und Führungen

Für die Fuß- und Fahrradtouren sind Kooperationen Fahrradverleihern geplant.

16. Finanzierung

Die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante steht auf drei Finanzierungssäulen:

1. Förderung durch Preisgeld aus dem Wettbewerb .DeineGeest.de
2. Geld-, Sach- und Zeitspenden von privater Hand
3. Einnahmen aus Multiples und Verkäufen der ausgestellten Arbeiten

Grober Finanzierungsplan

Kosten

Fix Kosten

Material für die 20 Kunstwerke, Künstlerhonorare, Miete und Auf-/Abbau der 18/1-Wände, Projektleitung, personelle Unterstützung, Anmietung eines Kleintransporters und – Materialangängers, Versicherungen, Büromiete, Anmietung einer Lagerfläche zur Vor- und Nachbereitung, Dokumentation, Sonderprogramm für Kinder und Jugendliche, mobile Bar	25.000,- €
Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, Internetseite, Produktion von Flyern, Plakaten etc., Variable Kosten	15.000,- €
20 Sondertouren, je 2 Stunden, Guides	3.000,- €
<u>Kosten Gesamt</u>	<u>43.000,- €</u>

Geplante Einnahmen	
Geplante Öffentliche aus .DeineGeest.de	37.000,- €
Geplante Sponsorengelder	3.000,- €
Einnahmen über Sonderführungen und Verkäufe	3.000,- €
<u>Einnahmen Gesamt</u>	<u>43.000,- €</u>

17. Projekt Timing

Nach Ausschreibungsvergabe	→ Veranstaltungsvorbereitung: <ul style="list-style-type: none"> - Künstlerrecherche und Auswahl - Start Suche und Ansprache Sponsoren und Kooperationspartner - Kreation und Produktion von Werbemitteln - Erste Gespräche mit Medienvertretern und Multiplikatoren
Bis Mitte Dez. 2016	→ Abschluss Sponsoren- und Kooperationspartnersuche → Mitte Feb.2017 Ende der Künstlerauswahl
Bis Veranstaltungsbeginn	→ erste mediale Präsenz <ul style="list-style-type: none"> - offizielle Künstlervorstellung - Präsentation der Idee der Wassergalerie - Präsentation der Sponsoren und Kooperationspartner
Mitte Apr 2017	→ Veranstaltungsbeginn <ul style="list-style-type: none"> - Vernissage
Mitte Juni	→ Veranstaltungsende <ul style="list-style-type: none"> - Finissage - Abbau der 18/1 Kunstwerke - Letzte PR Maßnahmen
Ende Juni	→ Projektabschluss <ul style="list-style-type: none"> - Nachbereitung

18. Kommunikationsmaßnahmen

In erster Linie werden die Zielgruppen und die Öffentlichkeit über die Maßnahme bzw. das Werkzeug PR angesprochen. Neben den wichtigen Socialmedia-Plattformen, wird hierfür auch an klassische Printmedien gedacht: Mopo, HH Abendblatt, Wochenblätter, Die Welt, Szene Hamburg,

Prinz, Gratismagazine. Weiterhin sind Berichte über TV und Radio geplant: NDR (Radio und TV), HH1, Radio Hamburg, Tide (Radio und TV). Zudem sollen überregionale TV und Radiostationen über die OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante berichten, wie z.B. Arte, 3Sat, ARD, ZDF.

Besonders zu betonen ist hier die Zusammenarbeit mit allen lokalen Medien und Multiplikatoren, um das Projekt zu kommunizieren, eine positive Meinung zu erzeugen und die Bekanntheit und Verwendung zu steigern.

Neben PR werden Flyer, Plakate und Postkarten gedruckt und diese in die Hamburger Gastronomie und Handel distribuiert.

Des Weiteren werden Multiplikatoren direkt in einem Mailing oder persönlich angesprochen, diese Multiplikatoren (Museumsdirektoren, Galeristen, etc.) sollen OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante weiterempfehlen.

OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante erhält eine eigene Web Site, diese wird dann mit Facebook verlinkt. Aktuelle Infos können so allen Facebook Freunden von OpenAirGalerie 18/1 für die grüne Geestkante schnell und einfach kommuniziert werden. Eine Ausweitung auf das Internet ist notwendig, über die Einbindung der Plattformen Facebook, Twitter, Instagram etc.. Diese Maßnahme erzeugt „Freundeskreise“, über die das junge Publikum angesprochen wird und durchdringt somit das Netz. Zudem erhält das Projekt hiermit eine weltweite Plattform und gesteigerte Aufmerksamkeit.

Ein weiterer Kanal wird das persönliche Umfeld aller Projektbeteiligten (die Künstler und die Projektleiter) sein. Über diese Kanäle wird das Projekt empfohlen.

Ebenfalls erfolgt die Generierung der Aufmerksamkeit mittels eines Newsblogs bzw. eines Newsletters. Es gibt ca. 8.000 gesicherte Kontaktadressen in den Verteilern der HAFENSAFARI sowie FLUSSLICHT.

19. Internet

Die SchleusengärtenGalerie erhält eine eigene Site, wo die Idee den Kunden, den Sponsoren und den Künstlern präsentiert wird. Jeder teilnehmender Künstler wird vorgestellt und dabei auf seine Homepage verlinkt. Weiterer Content der Site

- Route
- Material für die Presse
 - Texte, Bilder, Backgroundinfos
- Kontakt für Kartenbuchung
- Künstlerkontakt
- Aktuelle News
- Infos über die 18/1 Standorte

Weiterhin wird das Projekt auf den Seiten der Dienste Facebook, Instagram, Twitter und anderen Netzwerkseiten veröffentlicht.

20. Projektvorteile in Kurzform

- Flexibler, örtlicher Einsatz der 18/1 auf mehreren Orten in drei Jahresfolge entlang der Geestkante
- Einfacher Auf- und Abbau
- Die 18/1 werden nach dem Projekt wieder für andere Zwecke eingesetzt – Stichwort Nachhaltigkeit
- Junge Zielgruppe wird angesprochen
- Jährliche Wiederholung der Veranstaltung könnte eine neue Attraktion für die Geestkante schaffen und zu deren Bekanntheitsgrad im Stadtgebiet (sowie über die Stadtgrenzen hinaus) beitragen
- Die Ausstellung kann zu Fuß und mit dem Fahrrad erlebt werden
- Umfangreiche Kooperationsstruktur
- Umfangreicher Medieneinsatz, verstärken ggf. die Bekanntheit der Geestkante