

Straßenkunstfestival

24. – 25.08.2018

Fakten

- Eingebettet in das Norder Sommerfest
- 24. – 25. August in der Innenstadt
- 14 Künstlerinnen, Künstler oder Künstlergruppen
- Vier Schauplätze in der Innenstadt
- Unterstützt durch Norics, Stadtwerke Norden und das Norder Tor als Hauptsponsor
- Die zweite Veranstaltung dieser Art in Norden

Bewehrtes

- Schauplatz „Stadtwerke Norden“ auf dem Torfmarkt und Schauplatz NORICS in der Osterstraße
- Die Künstler wechseln die Schauplätze
- Enge Zusammenarbeit mit der KVHS (Gartenkonzert/Kindersommerfest)
- Auftrittsplan und Broschüre zur Veranstaltung, Vermarktung durch das Stadtmarketing
- Sicherheitsbesprechung vor der Veranstaltung mit Sicherheitskonzept

Neu 2018

- Betreiben einer eigenen Webseite www.norder-sommerfest.de
- Betreiben eines eigenen Facebook-Accounts: Norder Sommerfest – Straßenkunstfestival
- Wirtschaftsforum Norden und Norder Gastronomen sind neue Partner (verlängerte Öffnungszeiten, Kulinarischer Marktplatz)
- Verlegung von zwei Schauplätzen auf den Neuen Weg/Norder Tor

Die Künstler



Vielfalt punktet – Die Mischung macht's

- Verschiedene Genres (Musik, Akrobatik, Artistik, Zauberei ...usw.)
- Verschiedene Geschmäcker (Humor oder Kultur, charmant oder frech, usw.)
- Verschiedene Zielgruppen (Familie, Kinder, Erwachsenen, Jugend, Senioren usw.)

Durch einen anderen Blick auf das (potentielle) Publikum ließen sich in diesem Jahr viel mehr unterschiedliche Besuchergruppen ansprechen.

Gemeinsam entwickeln – für Norden

- Verschiedene Elemente werden zum Norder Sommerfest
- Verschiedene Partner tragen dazu bei, dass sich eine runde Veranstaltung Schritt für Schritt entwickelt, die gemeinsam Vermarktet wird
- Durch die einzelnen Partner entsteht kontinuierlich eine Veranstaltung, die von dem Großteil der Bevölkerung getragen und akzeptiert wird
- Durch das stetige Entwickeln und Ausbauen befindet sich das Sommerfest jedes Jahr im Wandel, starke Elemente tragen die Veranstaltung und Neuerungen können getestet werden

Ausblick 2019



Stärkung der bestehenden Elemente

- Sicherung der Veranstaltung für die nächsten 2-3 Jahre wünschenswert
- Längerfristiger Vertrag mit der Künstleragentur - Frühzeitig mit der Künstleranwerbung beginnen können (idealerweise direkt nach der Veranstaltung)
- Ein Zeichen für die Partner setzen, dass man das Potential der Veranstaltung erkennt