



SPH EDUCATION PAPER

009

Handbuch Showpromotion

Showpromotion, so gehts richtig!

INHALT

EINLEITUNG.....	2
ONLINE-KANÄLE.....	2
OFFLINE-KANÄLE.....	3

Einleitung

Viele von euch werden das Problem vermutlich kennen: Eine Show steht an, doch gerade am Anfang der Musikerhistorie ist es sehr schwierig die Location voll zu kriegen. Doch wie erreicht ihr möglichst viele Menschen für eure Shows?

Mit diesem Education Paper versuchen wir euch ein paar Ideen und Möglichkeiten zu geben, damit ihr nie wieder in einem leeren Club spielen müsst. Die **Marketing-Kanäle**, die ihr nutzen könnt, haben wir in **Online- und Offline-Kanäle unterteilt**.

Online-Kanäle

Facebook

Klar! Eines der wichtigsten, wenn auch nicht unbedingt beliebtesten Marketinginstrumente. Jeder von euch wird vermutlich einen privaten Account haben und auch für euer Projekt solltet ihr eine Fanpage erstellen.

Erstellt eine Veranstaltung, teilt sie und ladet eure Freunde ein. So erreicht ihr ganz schnell über 1.000 Leute in eurem lokalen Umfeld. Ich bin mir ziemlich sicher, dass der ein oder andere sich schon längerem dafür interessiert, was ihr da wöchentlich im Proberaum so anstellt! Um die Veranstaltung zusätzlich zu bewerben, könnt ihr diese auch in **lokale Musiker-Gruppen** posten (Musiker in XY, Musikernetzwerk XY etc.). Es gibt tausende Gruppen voller Musiker, von denen jeder heiß darauf ist, neue Künstler kennenzulernen. Außerdem ist es für euch zusätzlich sinnvoll, **Feedback von anderen Musikern** einzuholen.

Falls eure Werbung noch etwas professioneller aufziehen wollt, gibt es auch die Möglichkeit, die **Veranstaltung über Facebook finanziell zu bewerben**. Ihr müsst einfach einen Betrag, eine **Zielgruppe** (z. B. m und w, 18-25 Jahre alt, aus Frankfurt und Umgebung) und einen Zeitraum auswählen und los geht's. Hinterfragt euch jedoch bei jeder Kampagne, ob es sich wirklich lohnt. Das heißt: Wenn ich 20€ ausgabe und mein Eintritt 5€ kostet, kommen dann auch wirklich 4 Leute aufgrund dieser Kampagne, sodass ich die Kosten wieder drin habe? Falls ihr zu bezahlter Werbung noch Fragen habt, könnt ihr uns gerne kontaktieren.

Instagram

Gerade die Zielgruppe 16-25 wandert im Moment immer mehr **von Facebook zu Instagram**. Teilt euren Flyer doch auch dort und stellt sicher, dass auch die Leute von eurer Show hören, die Facebook nur noch ab und an nutzen. Wählt eure **Hashtags** weise aus (z.B. #Konzert #Lagerhaus etc.). Achtet auf das quadratische Format von Instagram. Evtl. müsst ihr euren Flyer dementsprechend noch anpassen, um zu verhindern, dass Teile abgeschnitten sind.

Eventseiten

Es gibt tausende Eventseiten im Netz, doch nur wenige haben wirklich hohe Besucherzahlen. Eventseiten fassen alle Events zusammen, die es in einem bestimmten Umkreis gibt. Damit der Aufwand euer Event einzutragen nicht zu groß wird, fragt euch vorher welche Eventseiten in Frage kommen: Gibt es bestimmte Seiten für mein Musikgenre? Gibt es Seiten für meine Region?

Offline-Kanäle

Lokalpresse

Fragt einfach mal bei eurer Lokalpresse an, ob sie einen kurzen Beitrag über euch bringen, indem ihr euch und **euer Konzert kurz vorstellen** könnt. Gerade Lokalblätter freuen sich immer über Anregungen von lokalen Künstlern und zeigen sich oftmals bereit zu berichten. Falls nicht beim ersten, dann vielleicht beim nächsten Mal.

Flyer/Plakate

Das **klassische Mittel** für Konzert-Promo: **Flyer oder Plakate**. Damit Ihr euer Geld jedoch nicht zum Fenster rausschmeißt, solltet ihr euch vorher genau überlegen, wo ihr eure Plakate aufhängt und an wen Ihr Flyer verteilt. Am besten klappt Flyer-verteilen bei anderen Konzerten, in Proberaum-Komplexen, Musikläden, Schulen, Universitäten usw. Überlegt euch immer: Wo ist meine **Zielgruppe**?

Locations

Fragt auf jeden Fall auch bei den Locations an, ob diese Promo machen können. Die verdienen ja schließlich am meisten bei eurem Konzert (Getränke, evtl. Teile vom Eintritt, Miete). Viele Locations haben bereits gute Kontakte zur Presse oder haben einen Emailverteiler, mit dem sie locker und schnell sehr viele musikbegeisterte Leute erreichen können.