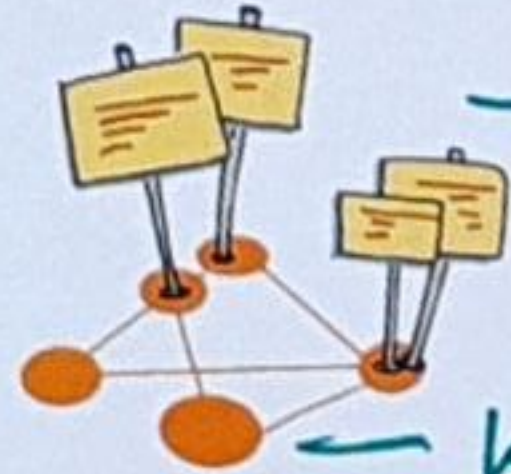


RAUM : digitaler Raum

MASSNAHMEN, PROJEKTE

Welche Massnahmen sollen gesetzt - welche Projekte durchgeführt - werden, um die Ziele zu erreichen?



- STRUKTUR + STELLE (KÜMMERER) VERGL. TIROLWERBUNG TOURISMUS
- KICKSTARTER FÜR KUNST + KULTUR



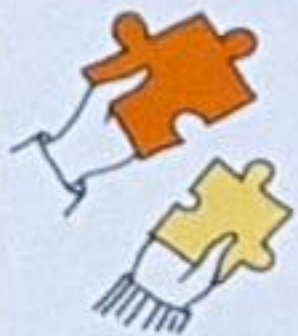
ZIELE

Welche Ziele wollen wir hier erreichen?

- PROFESSIONELLE VERMARKTUNG VON KUNST + KULTUR IM DIGITALEN RAUM
- ~~STRUK~~ COMMUNITY-~~RAUM~~ SPRENGT SCHUBLAUFENDE VON KULTUR UND -SCHAFFT SO EIN ERWEITERTES KULTURVERSTÄNDNIS
- ERSCHESSUNG NEUER FINANZIERUNGSQUELLEN FÜR KUNST + KULTUR

GANZ KONKRET

ONLINEAUFTRIFF - TOOL / DIGITALES MARKETINGKONZEPT FÜR KUNST + KULTUR (WIE TIROLWERBUNG)



Was ist mein / unser Beitrag?



RAUM: digitaler Raum

MASSNAHMEN, PROJEKTE

Welche Massnahmen sollen gesetzt - welche Projekte durchgeführt - werden, um die Ziele zu erreichen?



Welche Chancen liegen in Nutzung digitaler Räume?
Welche Risiken - haben können durchblicken werden?

WEB-KUNST-ARCHIV
- ARCHIVSÄHNE
- HOMEPAGE
- INKL. AUTOBESCHREIBUNG

**MEDIENKUNST /
DIGITALE KUNST
IM PHYSISCHEN
RAUM**
→ mehr Kunstprogramme
b. FORTBILDUNGS-
STÄUUNG

**VIRTUELLE GALERIE
+
ANALOG GALERIE**

APP (Praktfinder)
**ARCHITEKTUR
KUNST AN BAU
KUNST IM ÖFFENTL. R.
ETC.**



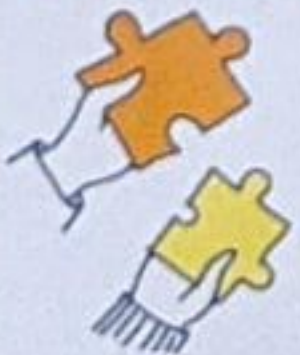
ZIELE

Welche Ziele wollen wir hier erreichen?

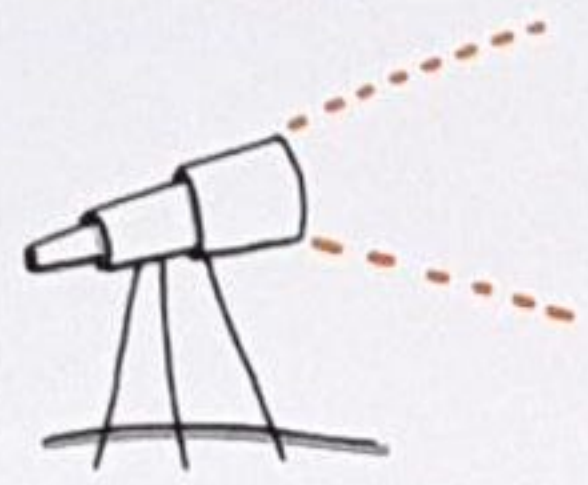
WEB-KUNST-ARCHIV
**SAMMELN
INTORTALEN
STÜCKEN, KORBEN
VERKÄUFEN
NIEDERSCHREIBUNG**

**VERNEHRUNG
PHYSISCHEN U.
VIRTUELLEN RAUM**

GANZ KONKRET



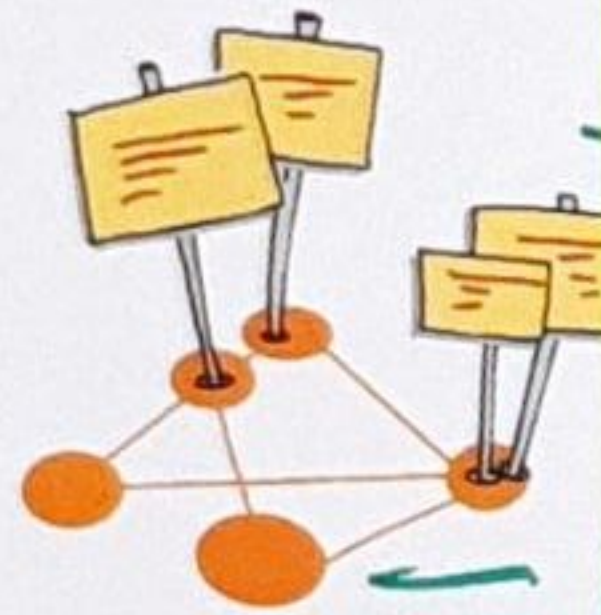
Was ist mein /
unser Beitrag?



RAUM : digitaler Raum

MASSNAHMEN, PROJEKTE

Welche Massnahmen sollen gesetzt - welche Projekte durchgeführt - werden, um die Ziele zu erreichen?



Eigene Technologie
u. PROGRAMME
→ FINANZIERUNG!

AUGMENTED
REALITY

GL. TIROLWERBUNG
TOURISMUS

Einbeziehung von
Interessenten weltweit
→ BRÜCKE ZW. PROFESSIONELLE
UND Besuchern



ZIELE

Welche Ziele wollen wir hier erreichen?

Weltweite Sichtbarkeit
ABBAU VON
BARRIEREN SOZIALE
PSYCH. + KÖRPERL.

Ausstellungen in
Teilen wahrzunehmen
zeitl. Entzerrung

NIEDER-
SCHWELIGKEIT
WENIGER PRINT
ÖKOL. WIRKUNG

VER FINANZIERUNGSQUELLEN
CTUR

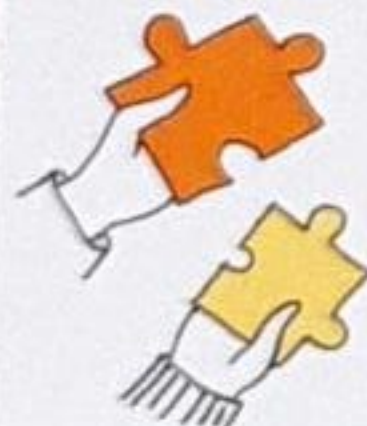
Intensivere Vermitt-
lung durch geeignete
Medien

GANZ KONKRET

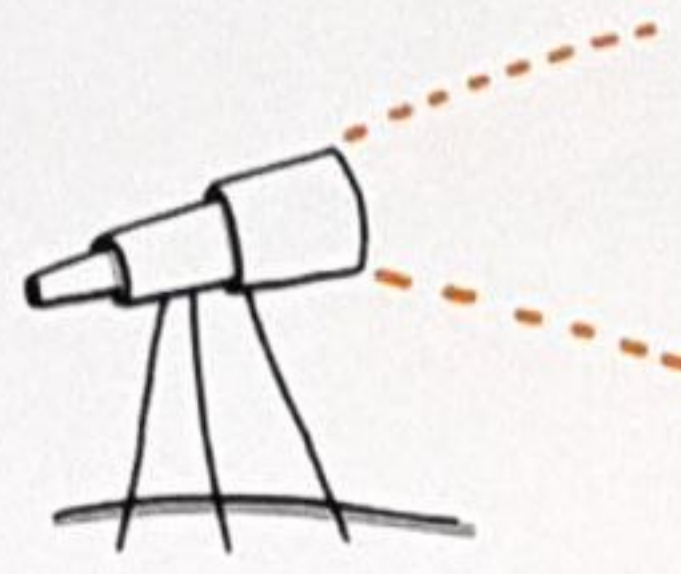
ONLINEAUFTRIIT - TOOL /
KUNST + KULTUR (WIE TIRA

EPT FÜR

APP



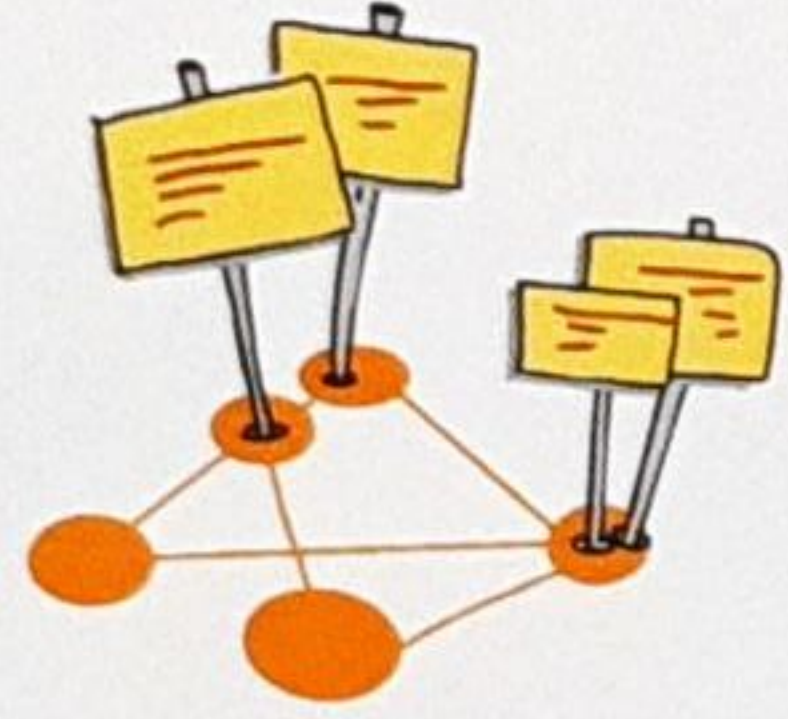
Was ist mein /
unser Beitrag?



RAUM: digitaler Raum

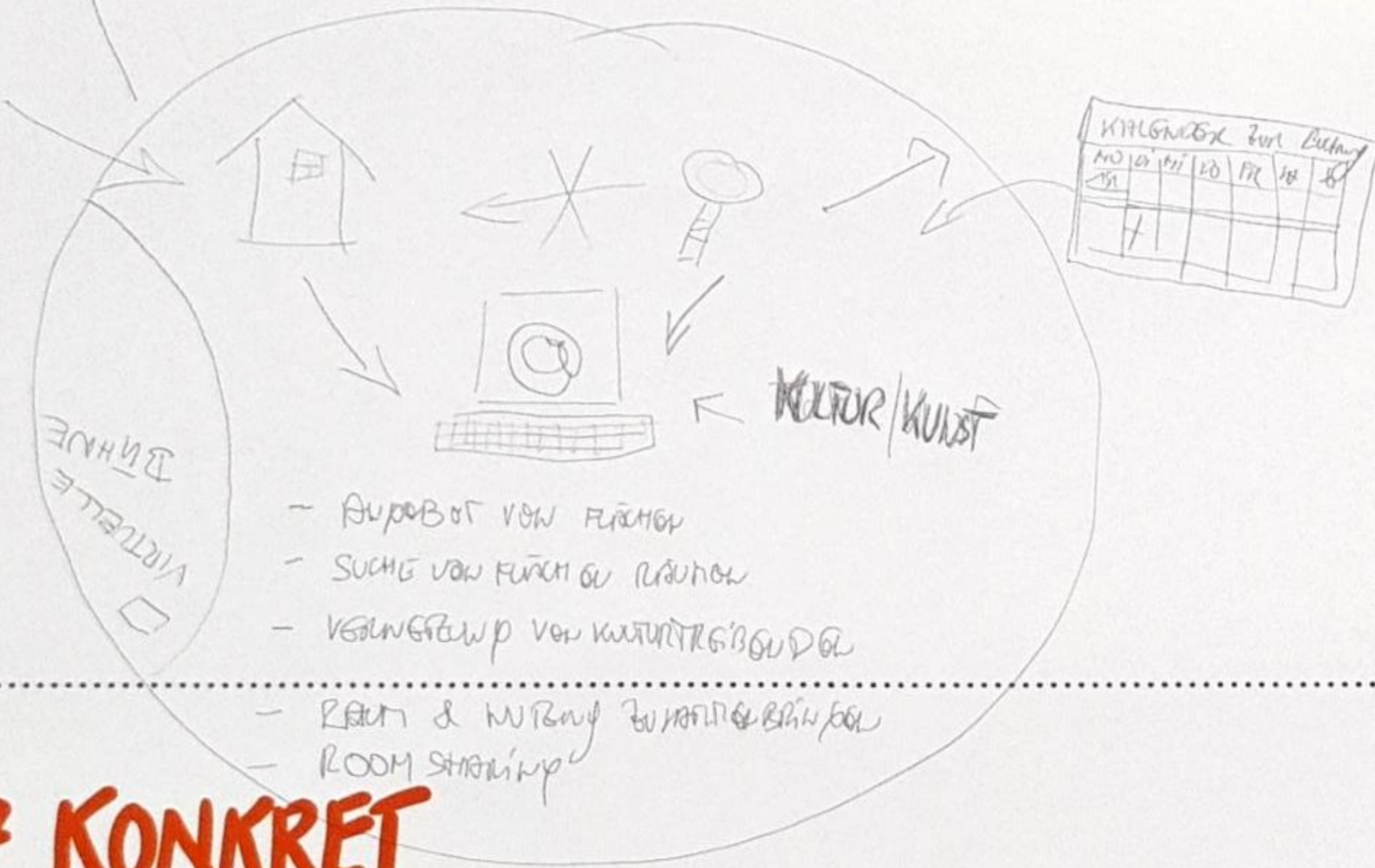
MASSNAHMEN, PROJEKTE

Welche Massnahmen sollen gesetzt - welche Projekte durchgeführt - werden, um die Ziele zu erreichen?

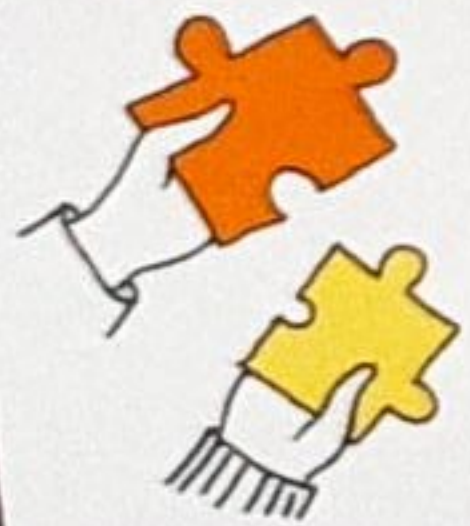


* APP => Arbeits
z.B.

* INFO SCOUT FÜR
KULTURTRIEBENE



GANZ KONKRET



Was ist mein /
unser Beitrag?



ZIELE

Welche Ziele wollen wir hier erreichen?

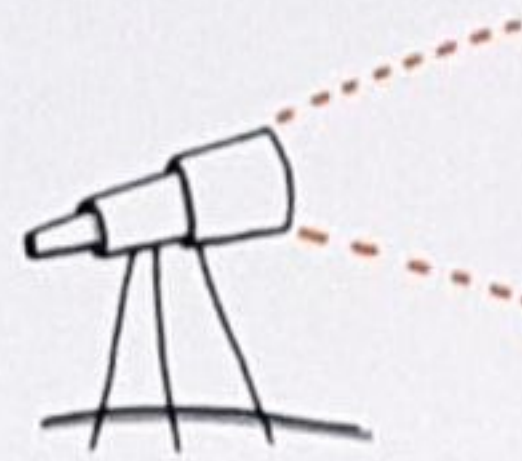
Vermarktung d.
eigenen Idee /
Vernetzung

Niederschwelliger
Zugang - Erreichbar-
keit

Plattform zur
Weitergabe
[aber kein digital
ohne analog

Schnellere s Wissen
über Was, Wo,
Wann passiert -
Vernetzung für andere

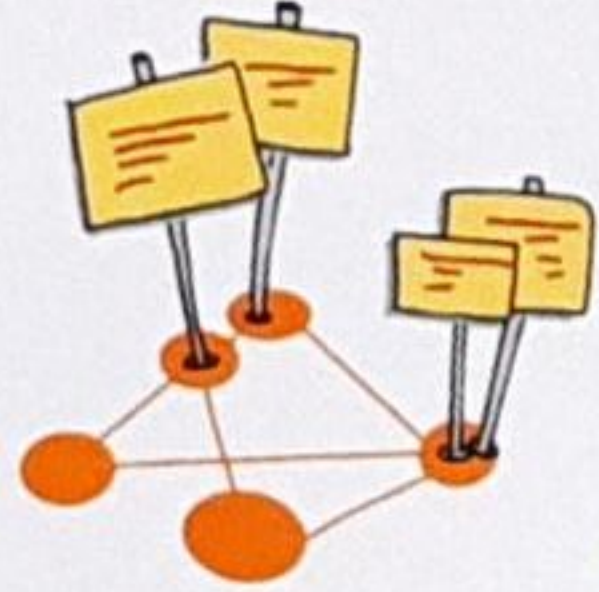
MÖGLICHKEIT
SEINE/IHRE ARBEIT
GRENZENWETTLOS
ZU VERBREITEN



RAUM: digitaler Raum

MASSNAHMEN, PROJEKTE

Welche Massnahmen sollen gesetzt - welche Projekte durchgeführt - werden, um die Ziele zu erreichen?



Zeitungskolumne, wo regelmäßig ein Beitrag von einer Künstler*in erscheint
müßf. Tabelle: Übersicht des Billages von dieser*in Künstler*in aus?
→ Nutzen des Produkt etlicher Menschen!

Sichtbarmachung des Menschen, die hinter den fertigen Kunstprodukt stehen
z.B. mit nur Kopierulose & Digital*in info (Kunst) schreiben, sondern auch Menschen*in im byo. Erwähnen

Aufklärung von Kunst-schaffenden, wie im digitalen Raum Geld verdient werden kann

Kinder und Jugendliche als zentrale Zielgruppe bei der Bewusstseinsbildung bzgl. Wert der Kunst
da mit Internet + Selbstverständlichkeit der Verfügbarkeit aufgewachsen



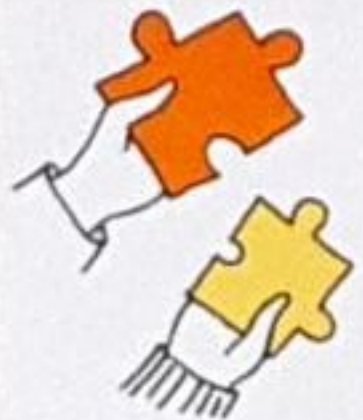
ZIELE

Welche Ziele wollen wir hier erreichen?

Nachbarschaftlich zugänglicher digitaler Umweltschutz- beider
müßf. in Kombination mit einer Klärtabelle, die in Bezug bleibt, dass es nicht zu viel Informationen gibt = A.

Bewusstsein schaffen bzgl. digitaler Medien
aufgeben: überfordert, weil...
...nicht für...
...nicht für...
...nicht für...
...nicht für...

GANZ KONKRET



Was ist mein / unser Beitrag?