

Das Fuchsbau Festival

Christoffer Horlitz

Wie funktioniert die Methode? Was ist das Format?

Als Festival lebt das Fuchsbau davon, dass Freunde sich zusammentun um bei uns das Wochenende zu verbringen. Wir versuchen deshalb neue Freundesgruppen zu erschließen, die uns weiterempfehlen. Dies funktioniert am besten, indem wir Situationen erschaffen, die sowohl auf der Straße als auch im Netz wirken: Plakate mit provokanten oder interessanten Sprüchen, die von Vorbeigehenden abfotografiert werden, erhalten auf den Instagram-Profilen der Nutzer*innen eine persönliche Note. Gleichzeitig ist die Werbung des Festivals sehr konzeptorientiert und lädt zu einer eigenen Beschäftigung mit dem Projekt ein: Es wird nicht nur auf ein Line-Up verwiesen, sondern auf einen Diskurs, den es zu entdecken gilt und der von Festivalgänger*innen schon im Vorfeld mitgetragen wird.

Was und wen kann ich damit erreichen?

Zum Beispiel junge Menschen, die soziale Medien benutzen.

Wo liegen die Tücken?

Social Media-Taktiken bergen immer die Gefahr eine komplette Berechenbarkeit des Erfolgs vorzugaukeln. Dies ist hier mehr möglich als auf anderen Kanälen. Die eigentlich wichtigen Momente finden aber zwischen verschiedenen Menschen statt, die über das Festival reden – und zwar im Zweifelsfall offline.

Wo finde ich mehr dazu im Netz?

Auf den Profilen des Festivals im Netz:

Facebook: facebook.com/fuchsbau.festival

Website: www.fuchsbau-festival.de

Instagram: instagram.com/fuchsbaufestival

Twitter: twitter.com/fuchszwitschern