PSYCHO-CHOR

NEUSTART DURCH INNOVATION

Zum Video

Foto Dr. Gregor Hayn-Leichsenring

NEUSTART AMATEURMUSIK

BMCO

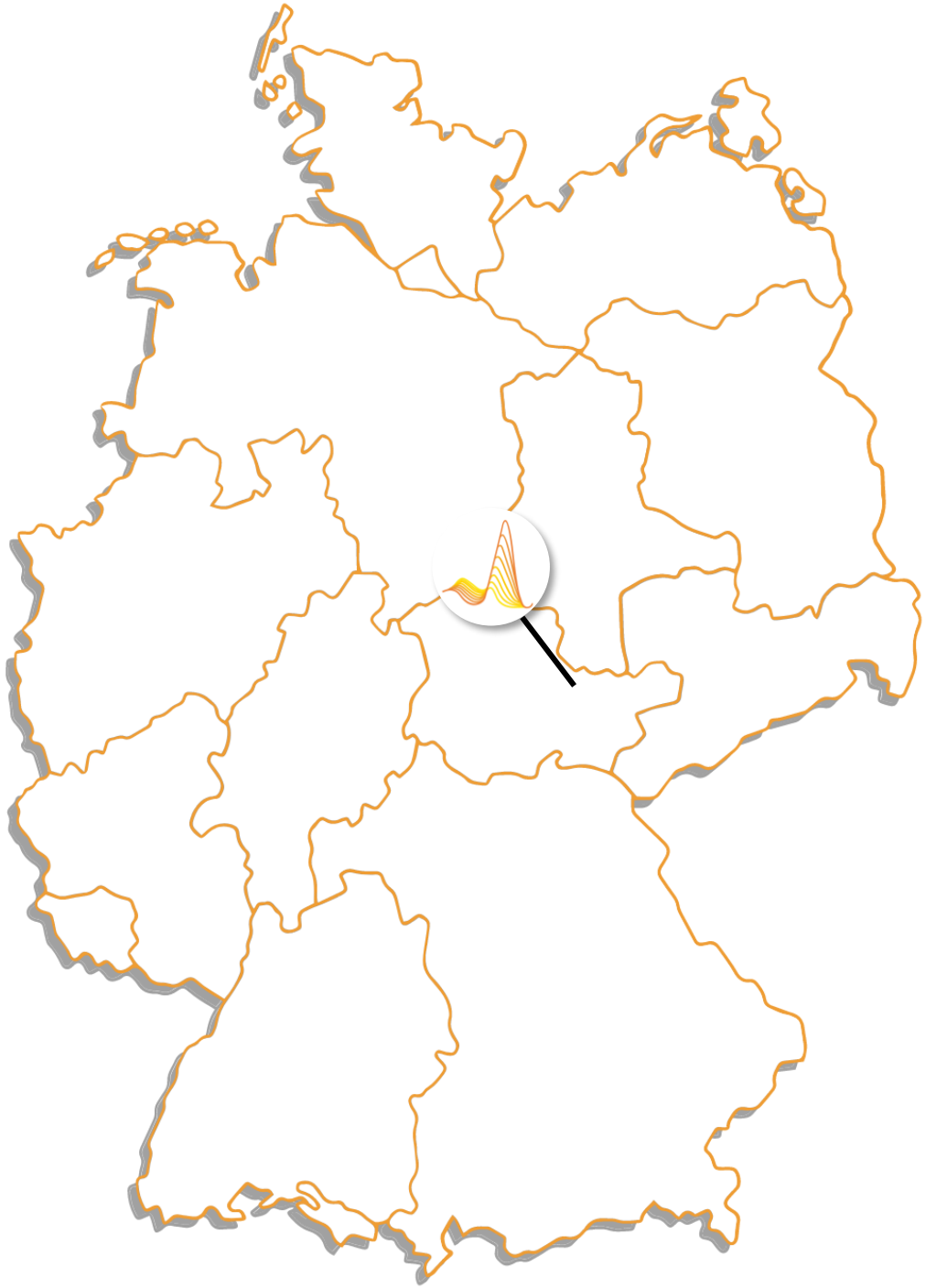
gefördert von:
Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

NEU START KULTUR

Ensemblename:	**Psycho-Chor der FSU Jena e. V.**
Bundesland:	**Thüringen**
Ort:	**Jena**
Projekttitel:	**„NEUSTART durch Innovation“**
Fördersumme:	**ca. 9.215 €**
Art:	**Vokal**
Altersgruppe:	**Jugendliche / Erwachsene**
Zahl der Beteiligten:	**über 30**

Ziel der Förderung:
+ Stabilisierung und Wachstum der Mitgliederzahl
+ Einführung innovativer Werbemaßnahmen (Kino-Werbespot, City-Light-Plakate)
+ Verbesserung der Qualität der Chorpräsentation
+ Erhöhung der Bekanntheit

Geförderte Ausgaben:
+ Arbeits- und Verbrauchsmaterial (u. a. Aufnahmen, Schnitt und Tonmastering Konzertvideos)
+ Reisekosten (u. a. Übernachtungskosten)
+ Öffentlichkeitsarbeit (u. a. Plakatierung, Werbespot im Kino)



Eine der Hauptmaßnahmen zur Neubelebung des Chores war die

ERSTELLUNG QUALITATIV HOCHWERTIGER KONZERTVIDEOS

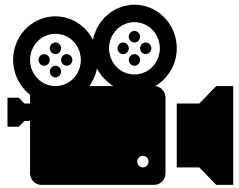
Diese Videos sollten nicht nur als Dokumentation der Auftritte dienen, sondern auch als aktive Werbemaßnahme für den nächsten Semestereinstieg genutzt werden. Das Filmen der kommenden Konzerte wurde zu einer Priorität, um ein breites Publikum anzusprechen.

INNOVATIVE WERBEMAßNAHMEN

Die Konzertvideos wurden von zwei innovativen und beispielgebenden Werbemaßnahmen begleitet. Zum einen wurden großflächige City-Light-Plakate an den zentralen Bus- und Straßenbahnhaltestellen im Jenaer Zentrum sowie an den Universitäten platziert. Diese Plakate wurden speziell für den Chor designt und zogen die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich.

Zum anderen wagte der Chor einen ungewöhnlichen Schritt und produzierte einen Werbespot, der im CineStar Jena, dem größten Kino der Region, gezeigt wurde. Dieser Werbespot erreichte laut dem Kinobetreiber etwa 4.000 Menschen und sorgte für eine hohe Sichtbarkeit des Chores in der Region. Beide Maßnahmen, die in der Chorszene eher untypisch sind, erregten großes Interesse.

Werbemaßnahmen

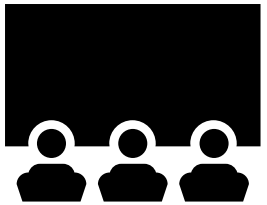


Produktion hochwertiger Werbevideos

- Dokumentation der Auftritte
- Präsentation des Chores
- Vermittlung der musikalischen Qualität des Chores
- Nutzung als Werbemittel

Großflächige Plakatwerbung

- Platzierung an zentralen Bus- und Straßenbahnhaltestellen
- Steigerung der Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit
- Erreichen einer breiten Zielgruppe



Kinowerbung

- Hohe Sichtbarkeit des Chores in der Region
- Beitrag zur Steigerung der Bekanntheit und Attraktivität des Chores
- Erreichen einer breiten Zielgruppe

INTEGRATION NEUER MITGLIEDER

Die neu gewonnenen Mitglieder sollten nicht nur musikalisch, sondern auch sozial integriert werden. Dafür wurde ein Probenwochenende durchgeführt, bei dem die neuen und bestehenden Mitglieder zusammenwuchsen und zu einem anspruchsvollen Chor heranwuchsen.

Foto Dr. Gregor Hayn-Leichsenring