

Maziar Moradi



**gute aussichten 2009/2010**

***Partner/Sponsor-Konzept***

07/09

### Nachwuchs, Wettbewerb, Ausstellung

Einmal im Jahr bietet das Förderprojekt »gute aussichten - junge deutsche fotografie« den Absolventen im Fachbereich Fotografie die Möglichkeit, ausgewählte Abschlussarbeiten in einer eigens dafür eingerichteten Ausstellung einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Eingeladen zur Teilnahme sind dabei alle bundesdeutschen Hochschulen und Fachhochschulen, die Fotografie als Studiengang anbieten.

Was 2004 mit den Initiatoren Josefine Raab und Stefan Becht seinen Anfang fand, hat sich inzwischen zum wichtigsten Förderwettbewerb für Nachwuchstalente in Deutschland entwickelt. So bieten die Ausstellungen Jahr für Jahr eine einzigartige und im Detail oft überraschende Zusammenschau dessen, was an junger Fotografie und neuen Sichtweisen an den unterschiedlichen Ausbildungsorten in Deutschland entstanden ist. Für Studiengänger einerseits und Fotografieverwerter von Agenturen, Redaktionen, Kunsteinrichtungen, Sammlern und sonstiger Teile des Marktes andererseits eröffnet die Ausstellung eine Plattform zum gegenseitigen Entdecken.

Anders als bei den meisten anderen Wettbewerben gibt es bei »gute aussichten« keine Preisgelder zu gewinnen. Die Initiatoren versuchen vielmehr, ein Netzwerk für Nachwuchskünstler aufzubauen, sie über eine längere Zeit zu begleiten - und ihnen ein Sprungbrett zu sein. Das Interesse an der jährlichen Ausstellung, die aus dem Wettbewerb hervorgeht und an renommierten Stationen im In- und Ausland Halt macht, wächst dabei stetig. Seit Beginn des Projekts sind bereits über 150.000 Besucher in die Ausstellungen gekommen.



### Richtig gute Aussichten - das Projekt 2009/2010

Während die Ausstellung mit den Arbeiten aus dem vergangenen Jahr noch läuft, wird bereits an »gute aussichten 2009/2010« gearbeitet. Das Projekt wird diesem Jahr zum 6. Mal ausgelobt und hat sich inzwischen als großer deutscher Fotowettbewerb etabliert. So ist die Zahl der eingereichten Arbeiten mit jedem Wettbewerb gestiegen - was vom hohen Renommee zeugt, das sich »gute aussichten« in kurzer Zeit an den Ausbildungsstätten erworben hat. Ebenso groß ist das mediale Interesse, denn »gute aussichten« bietet den Medien in jedem Jahr einen repräsentativen Querschnitt über das künstlerische Potenzial junger Nachwuchstalente in Deutschland.

Für die kommende Runde von »gute aussichten« haben die Hochschulen wieder mehr als 100 Absolventen ins Rennen geschickt, und man darf gespannt sein, welche Auswahl die Jury, zu der erstmals auch Wibke von Bonin und Annelies Strba zählen, für die Ausstellungen 2009/2010 treffen wird. Voraussichtlich im September werden die Gewinner gekürt sein und kurze Zeit später einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt: »gute aussichten 2009/2010« zeigt sich dann wieder auf der Frankfurter Buchmesse. Anschließend werden die ausgelobten Arbeiten im Rahmen einer großen Ausstellungsschau an verschiedene Stationen im In- und Ausland (u.a. Hamburg, Frankfurt, Köln, Washington, Madrid) zu sehen sein.



### Die Ausstellungs-Tournee 2009/10

Nachfolgend ein Überblick über die Stationen der »gute aussichten 2009/2010«, soweit sie bis hierhin bestätigt oder in Planung sind. Weitere Termine werden folgen. Aufgrund des großen Publikumszuspruch in den letzten Jahren erwarten wir zu den Ausstellungen wieder über 35.000 Besucher.

#### gute aussichten Stationen 2009/2010

11.2009 - 01.2010	Marta, Herford
04.2010 - 05.2010	Haus der Photographie, Deichtorhallen, Hamburg
05.2010 - 07.2010	Art Foyer DZ Bank, Frankfurt/Main
Ende März 2010	»gute aussichten«_plattform kompakt, Freising
03/04 - 06/07.2010	»gute aussichten: damenwahl!«, Kunstraum Potsdam
05 - 08.2010	Goethe Institut Washington DC, USA
06.2010 - 07.2010	Madrid, offizieller Beitrag Deutschlands zu PhotoEspana
Ende August 2010	»gute aussichten«_plattform2«, Burghausen
September 2010	»gute aussichten« auf der Photokina 2010, Köln



### Partnerschaft bei »gute aussichten«

Wir möchten interessierten Unternehmen eine exklusive Kooperation bei »gute aussichten 2009/2010« anbieten - eine Partnerschaft beim wichtigsten Förderprojekt für Fotografie in Deutschland, das jungen Talenten Perspektiven vermittelt und eine Brücke baut, über die sie erfolgreich in den Kunstbetrieb finden können.

Die Teilnahme und Mitwirkung am Ausstellungsprojekt werden über drei Partnerschaftsmodelle realisiert, die unterschiedliche Leistungspakete für den Partner anbieten. Welche Kommunikationsleistungen unser Partner jeweils erwarten kann, das ist im nachfolgenden Punkt beschrieben.

Mit seinem Engagement wird der Partner eine besonders attraktive Zielgruppe im Bereich Fotografie und Kunst erreichen können: »gute aussichten« lockt jedes Jahr über 35.000 Besucher in die Ausstellungen, darunter Kunstschaffende wie auch Vertreter der Kulturbetriebe, Foto-Verwerter, Sammler, Galeristen, überhaupt an Fotografie Interessierte. Als erweiterte Zielgruppen kommen noch die Leser von brand eins, von profifoto und Medium Magazin sowie die Hochschulen und Akademien für Fotografie hinzu.



## Kommunikation für den Partner

Der Partner an der Seite von »gute aussichten« wird das Projekt als ganzjährige Plattform für die Kommunikation nutzen können. Er wird in sämtlichen PR- und Werbemaßnahmen eingebunden sein und bei den Ausstellungen vielfach Gelegenheit haben, die Besucher und Freunde von »gute aussichten« gezielt anzusprechen, aber auch eigene Gäste zu den Stationen einzuladen. Weitere Maßnahmen wie Patenschaften oder Sonderausstellungen sind nach Absprache möglich.

### 1. Einbindung in Werbemittel

Wo immer »gute aussichten 2009/2010« beworben wird, zeigen wir auch den Partner: mit Namen, wo möglich als Kurztext mit Danksagung, und mit passender Integration des Firmen- oder Markenlogos.

#### Werbemedien

Eigenanzeige brand eins 11/09	100.000 Ex.
Ausstellungsplakate	20.000 Ex.
Klapp-Plakate mit den Künstlern	10.000 Ex.
Einladungskarten	10.000 Ex.
Postkarten	80.000 Ex.
Press Kits	1.800 Ex.



## Kommunikation für den Partner

### 2. Anzeige im Spezial-Heft

Im Spezial-Heft zu »gute aussichten 2009/2010«, das als Basis-Medium für alle Kommunikationsmaßnahmen dient und in einer Auflage von über 210.000 Exemplaren erscheinen wird, erhält der Projektpartner eine ganzseitige Anzeige. Das Heft wird als Beilage in brand eins, profifoto und Medium Magazin vertrieben sowie an allen Ausstellungsstationen sowie Hochschulen ausliegen.

### 3. Online-Kooperation

Auch im Internet wird unser Partner dabei sein - in Form einer Kooperation mit dem Internet-Auftritt des Projekts, [www.guteaussichten.org](http://www.guteaussichten.org). Neben klassischen Maßnahmen wie Logo-Integration und Verlinkung können wir auf der Seite auch partner-spezifische Angebote entwickeln und präsentieren.

### 4. Kommunikationsrechte

Der Partner wird umfassende Rechte erhalten, sein Engagement bei »gute aussichten 2009/2010« auf allen Ebenen zu kommunizieren. Und was er dazu braucht, stellen wir vorab zur Verfügung: Presstexte, Logos, die Motive der prämierten Arbeiten, Videomaterial; aber auch Kontakte zu Medien und Veranstaltern, soweit gewünscht.



## Kommunikation für den Partner

### 5. Präsenz an den Ausstellungsorten

Jenseits von plakativen Werbebannern, die nicht gut zum Rahmen der Ausstellungen passen, werden an jeder Station Möglichkeiten geschaffen, die Beziehung zwischen Partner und Projekt integriert darzustellen und den Partner als Präsentator von »gute aussichten 2009/2010« einzubinden. Dazu gehört, dass er die Pressekonferenzen mitgestalten und die Premierenfeiern im Anschluss an die jeweiligen Ausstellungseröffnungen organisieren kann. Auch wird der Partner Hospitality-Maßnahmen durchführen können: Er kann Kunden, Mitarbeiter und Freunde zu den Ausstellungen einladen und sie dort im Lounge-Bereich empfangen; anschließend werden wir die Gäste exklusiv, das heißt vor Ausstellungsbeginn und in Anwesenheit der Künstler durch die Ausstellung führen.

### 6. Partner-Ausstellungen & Side-Events

Im Rahmen der Ausstellungstournee von »gute aussichten 2009/2010« wird es möglich sein, im Unternehmen des Partners Station zu machen und eine exklusive Schau in den Betriebsräumen zu veranstalten. Auch können wir die notwendigen Ressourcen zur Ausstattung eines Side-Event von »gute aussichten 2009/2010« zur Verfügung stellen, das der Partner eigenständig entwickeln und durchführen möchte - etwa einen eigenen Wettbewerb im Rahmen des Projekts.





### Leistungen im Überblick

Paket	Umfang	Beitrag
Premium-Partner	alle vorgenannten Leistungen und Rechte der Kommunikation, exklusiv	45.000 Euro
Sponsor-Partner	Einbindung in sämtliche PR- und Werbemittel, Online-Integration, Anzeige im Spezial-Heft	25.000 Euro
Anzeigen-Partner	Anzeige im Spezial-Heft	13.800 Euro



## Kontakt

Sponsoring / Koordination brand eins: Norbert Böddecker (MV Media)  
Hörsterholz 8a  
44879 Bochum  
T +49 (0)234 - 949 07 80  
E [norbert\\_boeddecker@brandeinswissen.de](mailto:norbert_boeddecker@brandeinswissen.de)

Projektleitung und -organisation: Stefan Becht (Büro gute aussichten)  
Schumannstrasse 7, D-60325 Frankfurt/Main  
T +49 (0)69 - 57 20 55  
E [info@guteaussichten.org](mailto:info@guteaussichten.org)

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Herrn Norbert Böddecker.

