

Doelstelling

Winternights is een bijzonder experiment en avontuur, voor zowel makers, het publiek als professionals. Het publiek en professionals (programmeurs, dramaturgen, collega-makers) krijgen de kans als eerste kennis te maken met nieuwe namen en ideeën. Winternights wil makers de ruimte bieden nieuw werk te laten zien en in contact te komen met publiek, professionals en elkaar.

Doelgroepen

Studenten aan de toneelacademie (via docenten toneelacademie en afdeling communicatie)
Studenten van de kunstvakopleidingen: Van Eijk, i-arts, conservatorium
Achterban Sally dans Maastricht (dansgezelschap)
Achterban Intro In-Situ (experimentele muziek)
Achterban Fashion Clash (mode)
Achterban SoAP, Via ZUID, C-TAKT
Professionals. Programmeurs. Theatercritici. Andersoortige vakmensen (via personal invitations)
De Makers en hun achterban.

2deLIJNS: (online) bezoekersgroepen Over 't IJ, Het Huis, Oerol, Jonge Harten, Festival Cement, Theater aan Zee, Beyond the black box, zomer van antwerpen, love at first sight,

...

3eLIJNS: (persbericht, drukwerk) VVV Maastricht, Galeries Maastricht, Theater aan het Vrijthof, Museum, Marres

Communicatiemiddelen

Zichtbaarheid in de stad, voorafgaand

Binnenverspreiding > a2

Flyer

Advertenties > Zuiderlicht, Theatremaker, Theaterkrant, facebook en instagram

Persbericht (eigenheid, onaf)

Campagnefotografie (Princess Bangura)

Online: festivalteaser (Perdo Morato)

Zichtbaarheid tijdens het festival

Kaartjes met locaties / makers

Programmaboekje

Biopic (print): portret met makersinfo

Festivalfotografie: Pedro Morato

Zichtbaarheid na afloop het festival

Online: Aftermovie, datum volgende editie

Planning

1-10 Save the date op website

18-10 locaties en makers rond

25-10 deadline makers (txt, beeld)

4-11 fotoselectie campagne

7-11 persbericht uit

14-11 uitnodigingen uit

20-11 deadline, locaties + makers + speeltijden
21-11 eindredactie drukwerk, naar vormgever
22-11 programma op website
23-11 start campagne facebook
25-11 vormgeving naar drukker
30-11 drukwerk geleverd
2-12 verspreiding drukwerk

Begroting

Vormgeving van communicatiemiddelen door Marieke de Wit	1490
Drukkosten flyer, poster, programmaboekje	750
Festivalbeeld door Evelien Cammaert	100
Teaser, aftermovie & fotografie	500
6 biopics van makers (2 per organisatie)	600
Reis- en overnachtingskosten filmmaker Pedro	400
<i>Advertenties</i>	
Zuiderlucht	440
Week in Week uit (1/2 pagina)	233,75
Facebook (en evt. Instagram)	50
Wijkactie door Tout Maastricht i.s.m. maker	1000
Onvoorzien	436,25
Totaal	5563,75
Begroot	6000

NB Graag ophoging van het marketingbudget met 1000 euros zodat we iets meer ademruimte hebben.

Taakverdeling

Giette: website, social media

Nikla:

Maaike: persberichten, vormgeving, drukwerk, begroting

Perscommunicatie > Maaike

Makerscommunicatie > ieder voor zijn makers

Onlinecommunicatie > Giette

Planning + organisatie > Giette

Financiën > Maaike

Drukwerkbegeleiding > Maaike

Partners/professionals >