

Künstler*innen finden immer wieder neue Wege, sich selbst zu vermarkten – dabei rücken die sozialen Medien stärker denn zuvor in den Vordergrund kommunikativer Strategien. Sind dadurch neue künstlerische Identitäten im Entstehen? Muss das Kunstfeld neu beschrieben werden? Im Zentrum der Veranstaltung stehen die Fragen nach der Rolle der Social Media Kanäle in der Kunst und ihrem Einfluss auf Produktion und Karrieremanagement.

Die Veranstaltung ist ein Kooperationsprojekt zwischen der Junior-Professur für Kunstgeschichte und Kunstmarkt der Universität zu Köln und dem Landesbüro für bildende Künste NRW in Zusammenarbeit mit GLASMOOG – Raum für Kunst & Diskurs an der KHM.

Der Eintritt ist frei.

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Kunsthochschule
für Medien Köln
Academy of
Media Arts Cologne

Universität
zu Köln



Social MediArt Die Instagramierung der Kunst

7. Februar, 17-21 Uhr

GLASMOOG in der
Kunsthochschule für Medien Köln
Filzengraben 2, Köln

17 Uhr Begrüßung

Session 1: Soziale Medien als Werkzeug

17.15 Uhr Kathrin Luz : Zwischen Selbstvermarktung und Selbstverwirklichung: Social Media als künstlerisch-kreative Technik

17.30 Uhr Emanuel Mooner: Everyday Collage – Kunst für alle

17.45 Uhr Christoph Bangert: Instagram ist nicht das Postamt

18 Uhr Podium

18.30 Uhr Pause

Session 2: Soziale Medien als künstlerisches Medium

19 Uhr Link in Bio. Art in the Age of Social Media
Dialog zwischen Andy Picci und Andy Kassier (in englischer Sprache).
Moderation: Anika Meier

19.45 Uhr Was es mit mir macht. Die Instagramierung der künstlerischen Identität

Podium mit Andy Kassier, Anika Meier, Emanuel Mooner und Prof. Dr. Nina Tessa Zahner. Moderation: Dr. Emmanuel Mir

Social MediArt Die Instagramierung der Kunst

7. Februar, 17-21 Uhr

www.labk.nrw