

# How to Hochschulkommunikation

Redaktionstermine & Abläufe für die Bewerbung von Veranstaltungen an der HfS Ernst Busch

## Spielplan

Der Spielplan erscheint immer in der letzten Woche des Monats für den Monat darauf. **Bis spätestens zum 1. des Vormonats** (also bsp. für eine Vorstellung im Mai zum 1. April – gerne früher!) braucht die Hochschulkommunikation:

- Titel, Untertitel, Daten, Uhrzeiten, Ort, Abteilungs- & Studieninfo (bsp. Dritbjahresprojekt, Freies Vordiplom etc.)

Der Spielplan wird an ca. 700 Theaterfachleuten und Interessierte verschickt und im Haus ausgelegt. Das Titelbild des Spielplans wird unter allen Einsendungen gewählt – **das beste Bild gewinnt**.

## Webseite

Die Webseite kann laufend aktualisiert werden. Premieren werden analog zum Erscheinen des Spielplans beworben. Die Hochschulkommunikation braucht **bis spätestens zum 15. des Vormonats**:

- Ein honorarfreies Bild im Querformat (ohne Text) mit Angabe des Credits (die Bilddatei sollte den Stücktitel und den Credit enthalten bsp.
- Text zum Stück/Veranstaltung ca. 800-1400 Zeichen, Besetzung, Fördercredit

Die Spielplandaten gehen über eine Schnittstelle von Berlin Bühnen an alle Veranstaltungskalender. Je früher die Veranstaltung online ist, desto besser!

## Instagram

Der Instagramkanal @hfs\_ernst\_busch wird von der Hochschulleitung und der Hochschulkommunikation bespielt. Für die Werbung von aktuellen Veranstaltungen, Gastspielen, Preisen, Reisen etc. bitte **mit etwas Vorlauf** schicken:

- Honorarfreies Bild/Video/Slide mit Creditangabe
- Kurzer Text zum Projekt
- Handles aller Beteiligten Künstler\*innen, Institutionen (bsp. @spiel\_und\_objekt) und mögliche Hashtags (bsp. #puppenspielkunst) auflisten

## Abendzettel

Es gibt eine Vorlage für Abendzettel für Premieren und Veranstaltungen als **A5 Faltblatt in s/w**. Die Hochschulkommunikation gestaltet standardmäßig den Abendzettel mit den Texten/Materialien von der Webseite. Sollte etwas anderes gewünscht werden brauchen wir bis **eine Woche vor der Premiere** die Texte, Bilder etc. Plakate und Flyer müssen Studierende selbst organisieren.

## Kommunikationsschwerpunkte & Sonderprojekte

In Absprache mit der Hochschulleitung und dem Erweiterten Rektorat werden Ende des Jahres für das folgende Jahr ca. drei größere Projekte (bsp. Tag der offenen Ernst Busch, Publikationen, Jubiläen etc.) ausgewählt, die hochschulübergreifend kommuniziert werden. Generell gilt: **Je früher die Hochschulkommunikation in die Planung einbezogen wird, desto besser!**

## Beratung

Die Hochschulkommunikation unterstützt gerne bei Fragen zur Werbung, PR, Gestaltung, Publikumsgewinnung, Markenaufbau u.v.m.! Sprecht uns gerne an, sobald ihr eine Premiere/Veranstaltung plant. Wir helfen weiter mit Expertise, Ideen und Kontakten.

## Kontakt

[ldiehl@hfs-berlin.de](mailto:ldiehl@hfs-berlin.de) oder [presse@hfs-berlin.de](mailto:presse@hfs-berlin.de) - Büro 2.70 (Kernzeit vormittags zwischen 9-13h)