

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.



## **Social MediArt Die Instagramierung der Kunst**

**7. Februar, 17-21 Uhr**

**GLASMOOG in der  
Kunsthochschule für Medien  
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 Fazit Session 1

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

GLASMOOG in der  
Kunsthochschule für Medien  
Filzengraben 2, Köln

