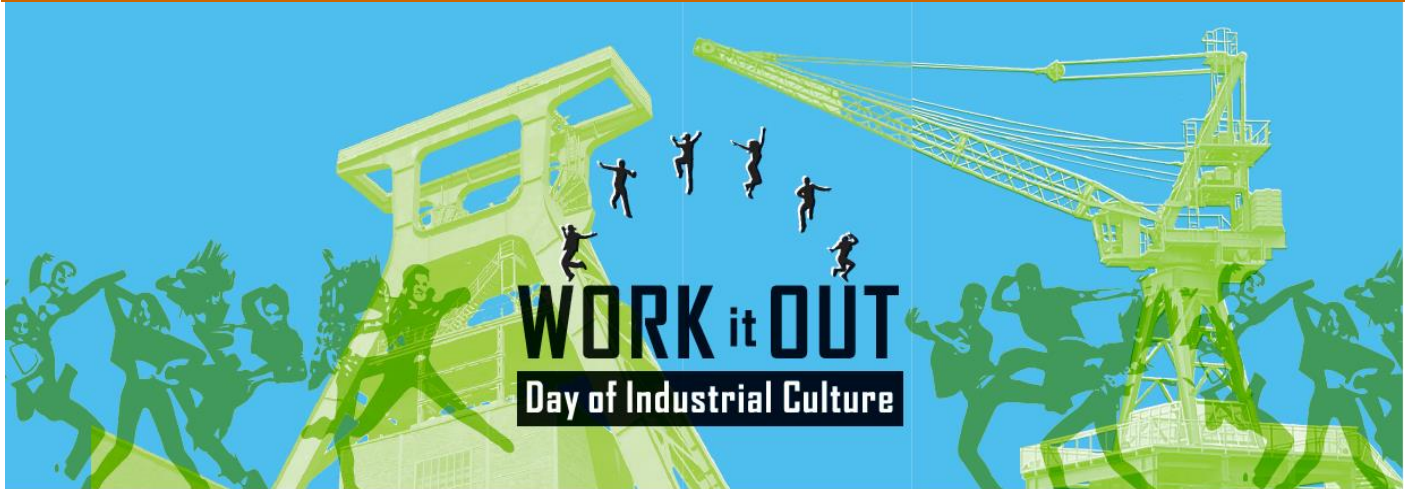




ERIH e-bulletin 2018, Mai Edition WORK-it-OUT – Seite 1



Dieser 1. Mai war ein ganz besonderer: „WORK-it-OUT“ hat Europas Jugend zum Tanzen gebracht – zur Feier der europäischen Industriekultur.

Für ERIH war das zugleich der Hauptbeitrag zum [Europäischen Kulturerbe Jahr \(EYCH\)](#) und dessen Deutschland-Programm [Sharing Heritage](#).

Hier im Newsletter gibt's den Überblick:

- Wer war am Tag des Events dabei?
- Was gab's zu sehen?
- Wo finde ich „WORK-it-OUT“ im Netz?
- Wie wurde die Aktion beworben?
- Was steht noch an?

Wer war dabei?

32 ERIH-Standorte in 10 Ländern haben mitgemacht, von Norwegen bis Spanien und von Belgien bis Bulgarien. Spanien, Italien, Schweden, Norwegen, Großbritannien und Bulgarien waren mit jeweils einem Standort vertreten. Belgien und Tschechien steuerten je zwei Teilnehmer bei. Besonders groß war die Begeisterung in Polen mit 6 Standorten und Deutschland mit 16 Standorten.

Was gab's zu sehen?

Im Mittelpunkt stand die Tanz-Performance „WORK-it-OUT – Day of Industrial Culture“ im Electronic-Dance-Stil, arrangiert von den 17-jährigen **Musikern Paul Fanger und Paul Ostarek**. Als Paul & Friends haben sie Beethovens Europa-Hymne „Ode an die Freude“ einen komplett neuen Sound verpasst. Die Choreographie von **Hai Truong vom Tanzstudio Groove Dance Classes** überträgt Handgriffe und Gesten der Arbeit aus früheren Zeiten auf moderne Moves.



Bei Kindern und vor allem Jugendlichen kam dieser „Industrial Dance“ hervorragend an. Genau sie





ERIH e-bulletin 2018, Mai Edition WORK-it-OUT – Seite 2

waren auch das Zielpublikum von „WORK-it-OUT“, weil sie es sind, die das industrielle Erbe in die nächste Generation tragen. Die Tanz-Performance war für sie ein Weg, Industriekultur auf kreative Art zu erleben – nicht nur als coole Location, sondern eben auch als Teil der eigenen Kultur.

Mehr als 3.000 Kinder und Jugendliche haben „WORK-it-OUT“ in den vergangenen Wochen intensiv eingeübt und geprobt. Am 1. Mai um Punkt 15 Uhr traten sie in großen und kleinen Formationen an, viele im schwarzen Outfit und mit der blauen „WORK-it-OUT“-Kappe als Emblem und Teil der Performance. Die beteiligten Standorte nutzten das ERIH-Event vielfach als Aufhänger für zusätzliche Besucherangebote.

Wo finde ich die Aktion im Netz?

Der eigentliche Tanz war in nur drei Minuten vorbei, aber im Internet geht er weiter. Auf der Seite erih-workitout.eu bündelt ERIH in einer Social Wall sämtliche Videos, Fotos und Posts zu dem Event.

Auf der ERIH Webseite gibt es eine **Fotogalerie** und **Links zu allen Videos**

<https://www.erih.net/service/photo-galleries/erih-and-events/work-it-out-erih-dance-event-1-may-2018/>

Wer lieber auf den einzelnen Plattformen sucht, bekommt den besten Überblick bei YouTube unter [ERIH_WORKitOUT](#) und bei Instagram unter dem Hashtag [#erihworkitout](#). Derselbe Hashtag funktioniert auch auf Facebook.

Im Netz zeigt sich, wie vielfältig das Event tatsächlich war. Keine Tanz-Performance gleicht der anderen. Das liegt an den unterschiedlichen Schauplätzen, aber vor allem an den Tänzern selbst. Die folgten zwar derselben Choreographie und

hatten auch sichtlich Spaß daran. Trotzdem hat jeder Standort seine ganz eigene Atmosphäre.

Wie wurde die Aktion beworben?

Seit Anfang 2018 hat „WORK-it-OUT“ einen festen Platz auf der ERIH-Website – <https://www.erih.net/eych-2018/erih-dance-event-work-it-out> – und ist über den Menüpunkt EYCH 2018 zudem direkt ins Hauptmenü integriert. Auch ein Klick auf den Button zum Jahr des Europäischen Kulturerbes im ERIH-Header führt auf die „WORK-it-OUT“-Seite. Von dort verlinkt das Logo der Aktion auf die Countdown-Seite erih-workitout.eu mit der Social Wall zum Event.

Die EU-weite Plattform von EYCH 2018 verlinkt unter https://europa.eu/cultural-heritage/dance-event-work-it-out_en ebenfalls auf „WORK-it-OUT“.

Das Gleiche gilt für sharingheritage.de, die deutsche Programmseite zu EYCH 2018: <https://sharingheritage.de/projekte/work-it-out>.

Für die Sichtbarkeit im Netz sorgte eine erfolgreiche **Social-Media-Kampagne**, die **mehr als 5,5 Mio. Impressionen erzeugte und über eine Million Europäer im Alter zwischen 14 und 45 Jahren erreichte**. Davon klickten 35.358 auf die verlinkten Medien, um mehr über „WORK-it-OUT“ zu erfahren. Das dafür aufgewendete Budget war mit rund 4.300 Euro vergleichsweise gering und entsprach einem Tausend-Kontakt-Preis (TPK) von 81 Eurocent. Das ist der Betrag, der nötig war, um 1.000 Personen der vorher festgelegten Zielgruppe zu erreichen. Der durchschnittliche TPK für Internetwerbung liegt mit rund vier Euro deutlich höher.





ERIH e-bulletin 2018, Mai Edition WORK-it-OUT – Seite 3

Was steht noch an?

Am 9. Mai, nahm „Work-it-Out“ an der **#Ode2Joy Challenge** des europäischen Denkmalschutz-Verbands **Europa Nostra** teil:

<http://www.europanostra.org/ode-joy-challenge>.

Gesammelt wurden individuelle Vertonungen oder Variationen der europäischen Hymne „Ode an die Freude“. Die besten Einsendungen finden Eingang in ein Video, das zur Verleihung des Europäischen Kulturpreises am 22.06.2018 in Berlin gezeigt wird.

Auch ERIH selbst veranstaltet **bis 31. Mai 2018, 0 Uhr, einen Wettbewerb**: Die Videos auf der YouTube-Seite ERIH_WORKitOUT, die mit ihrer Klickzahl die ersten drei Plätze belegen, bekommen ein Preisgeld.

Es lohnt sich also, weiter Werbung für den Lieblingsstandort zu machen.

Übrigens gibt es auch einen **spannenden Überblick** über das gesamte „WORK-it-OUT“-Event. **Das Video dazu gibt's auf YouTube**

<https://www.youtube.com/watch?v=QIshji-wL0o>
und steht zukünftig für Werbezwecke zur Verfügung.



Ihre Meinung zählt

Auch eine **Auswertung des Aktionstages** ist geplant. Dazu verschicken wir Links zu einem **Fragebogen**, der die Meinung der Teilnehmer, aber auch der Nicht-Teilnehmer einholen soll.

Google Formular für Nicht-Teilnehmer:

<https://goo.gl/forms/UkwglpajjJbmROfK2>

Google Formular für Teilnehmer:

<https://goo.gl/forms/XshgoObeRwqNqPr23>

Wir freuen uns auf zahlreiche Rückmeldungen.

Wir danken herzlich...

...allen, die „WORK-it-OUT“ und den 1. Mai zu einem Fest für die europäische Industriekultur gemacht haben, allen voran den begeisterten kleinen und großen Tänzern. Bedanken möchten wir uns natürlich auch bei den teilnehmenden ERIH-Standorten für ihr großes Engagement.

Ein besonderer Dank geht an **Elisabeth Budde und Thomas Baumgarten von TRANSPARENT Design**, die gemeinsam mit uns (allen voran **Heike Sturm im ERIH Sekretariat**) das erste gesamteuropäische ERIH-Event auf die Beine gestellt haben, und an **Lucien Coy, Creative Digital Strategy** und **Ralf Schulte von der Agentur pagebreaker** für die erfolgreiche Social-Media-Kampagne. An das Team der **GK-Film AG, Frankfurt** für das Verwalten der Videos und die Erstellung unseres Zusammenschnitts. Und natürlich an die **Musiker Paul Fanger und Paul Ostarek** und **Hai Truong vom Tanzstudio Groove Dance Classes** für die Choreographie.

Kontakt: ERIH Büro,

Tel. +49 2150 756496, germany@erih.net

www.erih.net

