

## BILAG 2 - PR-strategi

### Finansiering af PR-Strategi

#### Budgetfordeling - Finansiering af PR-Strategi (14.000 kr.)

- **Sociale medier:** 3.000 kr.  
Til opslag, annoncering og visuelt indhold, på Instagram, Facebook, Resident Advisor, Highpass etc.
  - **Fysiske materialer:** 2.000 kr.  
Flyers og plakater, der hænger i bydelen.
  - **Presse:** 1.500 kr.  
Pressemeddelelser til medier som Resident Advisor, Politiken, Soundvenue, GAFFA, etc.
  - **Event-dag PR:** 1.500 kr.  
Live-dækning og stemningsbilleder.
  - **Video og fotodokumentation:** 6.000 kr.  
Fotograf på dagen og drone billeder ligesom sidste år som bruges på forsiden af 48 Timer Festivals hjemmeside.
- 

#### Tidsplan for PR og crowdfunding

##### Februar 2025

- **20. februar:** Svar på støtteansøgning.
- **21.-28. februar:**
  - Lav pressemeddelelser og content-plan til sociale medier.
  - Få crowdfunding-siden klar med tekster, billeder og teaser-video.
  - Find fotograf til opgaven.

##### Marts 2025

- **1.-15. marts:**
  - Design og print flyers og plakater.
  - Start med små sociale medie-opslag: kunstnerpræsentationer og "save the date".
- **16.-31. marts:**
  - Del flyers og plakater rundt på Nørrebro.

##### April 2025

- **1.-10. april:**

- Launch crowdfunding-kampagnen med et brag! Del videoen, forklar hvad pengene går til, og inviter folk til at være en del af kærligheden.
- Del kampagnen på alle platforme og i alle netværk
- **11.-30. april:**
  - Pitch historien til lokale medier som Soundvenue, Politiken Byrum og NørrebroLiv.

## **Maj 2025**

- **1.-10. maj:**
  - Countdown på sociale medier.
  - Vis tidligere års stemning: billeder, små videoer og minder fra paraden.
  - Hold folk opdateret om crowdfundingens status.
- **11.-15. maj:**
  - Klargør udstyr og planlæg dokumentationen.

## **16. maj 2025 (Event-dag):**

- Live-dækning på sociale medier – billeder, videoer og stemning lige fra gaden.
- Fotograf og drone indfanger paraden fra alle vinkler.

## **Efter eventet (17.-31. maj)**

- **Ugen efter:**
    - Del highlight-video og billeder på sociale medier med en kæmpe tak til alle.
    - Kobl crowdfunding-kampagnen med det visuelle materiale og opfordr flere til at støtte os.
    - Følg op med deltagere og samarbejdspartnere – vi vil høre, hvad de synes.
  - **Evaluer:** Hvor mange kom? Hvor mange engagerede sig online? Hvad kan vi gøre bedre næste år?
-