

Aufnahme in den Verteiler, *Fragen, Anregungen, Einladungen und Kritik* bitte die [Kontaktmöglichkeit](#) nutzen

Hallo und herzlich willkommen bei mikebovisuals. Die **Juni**-Themen:

- [☐ **mikebovisuals Gastkünstlerin des Monats - Ellen Loh-Bachmann \(ELOBA\)**](#)
- [☐ **Ein Modell für ganz Deutschland? Leverkusens OB-Kandidaten diskutieren zu Kultur**](#)
- [☐ **Künstler-Marketing: Die Kunst, sichtbar zu werden**](#)
- [☐ **Bevorstehende mikebovisuals Ausstellungen und Kunstevents in 2025**](#)

Die Gastkünstlerin des Monats: [ELLEN LOH-BACHMANN \(ELOBA\)](#)



Polyptychon der Visionen

Wir freuen uns sehr, Ihnen und euch diesen Monat eine außergewöhnliche Künstlerin vorzustellen: **Ellen Loh-Bachmann**, bekannt unter ihrem Künstlernamen **ELOBA**, ist eine deutsche Malerin mit einem einzigartigen Stil, der sich durch expressive Kraft und multikulturelle Einflüsse auszeichnet. Sie wurde in Gießen geboren und lebt heute in Leverkusen. Ihre Kunst ist geprägt von 20 Jahren in Lateinamerika, ihrer Kunstausbildung u.a. in Mexiko und von zahlreichen Reisen durch die Welt. [Lesen Sie mehr über diese faszinierende Künstlerin ...](#)

[nach oben](#)

**Ein Modell für ganz Deutschland?
Leverkusens OB-Kandidaten diskutieren zu Kultur**



KULTUR IN LEVERKUSEN

© www.michaelbonk.eu

Ein Duell der OB-Kandidaten zum Thema Kultur. Wen interessiert das schon außerhalb von Leverkusen? Sollte es aber! Denn **diese vom Jungen Theater Leverkusen konzipierte Veranstaltung hat in der Kommunalpolitik Modellcharakter für ganz Deutschland.**

Am 14. September sind Kommunalwahlen in unserer Stadt. Auch der Oberbürgermeister wird gewählt. Die heiße Wahlkampfphase hat noch nicht begonnen, da lädt das Junge Theater Leverkusen die OB-Kandidaten zur Diskussion über ihre Vorstellungen zur Leverkusener Kulturpolitik ein. Die Veranstaltung ist öffentlich und jeder Bürger kann Fragen und Anregungen an die Kandidaten einreichen.

Nach Auffassung des Autors liegt der Modellcharakter für ganz Deutschland darin begründet, dass zwar alle über Haushaltsprobleme diskutieren, **aber wie man den kulturellen Mehrwert eines Standorts auch in Zeiten knapper Kassen gewährleisten kann oftmals unterbelichtet ist.**

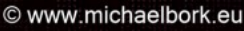
Zudem kommunale Wahlkampfveranstaltungen in der Regel durch Einzelauftritte der Kandidaten dominiert wird. Ein **kommunales Kandidaten-Duell** ist in unserem politischen Medien-Alltag nicht die Praxis. Wer dabei sein möchte:

Mittwoch, 11. Juni 2025, von 18:30 bis 20:00 Uhr, im Jungen Theater Leverkusen-Opladen, Karlstr. 9a.

Anmeldung erwünscht unter jungestheaterlev@web.de.

[nach oben](#)

Künstler-Marketing: Die Kunst, sichtbar zu werden



Eine Frage, die Bork immer wieder von Künstler-Kollegen*innen hört und die deshalb in lockerer Folge in diesem Newsletter beantwortet wird. Der heutige Teil 2 behandelt die Kunst, sichtbar zu werden ...

Erfolg als Künstler kommt nicht nur durch Talent, sondern auch durch kluge Selbstvermarktung. Wer gesehen werden will, muss strategisch vorgehen – und dabei stets authentisch bleiben. Hier sind drei essenzielle Wege, um als Künstler*in eine nachhaltige Sichtbarkeit zu erreichen:

□ **Die eigene Geschichte erzählen:** Menschen kaufen nicht nur Kunst, sie investieren in Geschichten. Künstler*innen sollten ihre Inspirationen, Arbeitsprozesse und persönlichen Erlebnisse teilen – sei es durch Social Media, Blogbeiträge oder Interviews. Die emotionale Bindung zum Publikum entsteht durch Authentizität.

□ **Kunst als Erlebnis inszenieren:** Eine einfache Ausstellung reicht oft nicht aus, um nachhaltig in Erinnerung zu bleiben. Interaktive Events, Live-Demos oder ungewöhnliche Locations machen die Präsentation einzigartig. Kunstliebhaber schätzen Erlebnisse, die sie aktiv einbinden.

□ **Digitale Präsenz gezielt aufbauen:** Eine starke Online-Präsenz ist unerlässlich. Die Kombination aus Social Media, professioneller Website und gezieltem E-Mail-Marketing bringt nicht nur Reichweite, sondern schafft auch direkte Verbindung zu Sammlern und Interessierten.

Wer diese Prinzipien verinnerlicht, wird nicht nur als Künstler*in wahrgenommen, sondern als Marke mit Wiedererkennungswert. Künstler-Marketing ist keine Frage von Werbung, sondern von Persönlichkeit, Strategie und kreativer Inszenierung.

[Teil 1](#) findet ihr im Mai-Newsletter | Nutzt für *Fragen und Anregungen* bitte die [Kontaktmöglichkeit](#).

[nach oben](#)

Die kommenden [mikebovisuals Ausstellungen](#) - Stand 06/25



Ende Juni haben wir dann auch schon wieder die erste Jahreshälfte hinter uns. Es bleibt spannend, denn auch in der zweiten Jahreshälfte wird der Fotokünstler

[Michael Bork](#) erneut auf zahlreichen Kunstevents in Deutschland und Österreich vertreten sein. Den Auftakt macht die Ausstellung **K.I. Kunst versus Intelligenz** im Kunst- und Kreativhaus Rechenzentrum **Potsdam** vom 1. bis 5. **Juli**. Im **August** folgt **Montmartre 2025** in **Ratingen**, eine Veranstaltung unter freiem Himmel, die Kunst und Publikum direkt zusammenbringt. Ende des Monats nimmt Bork an **Landart 2025** in **Kevelaer** teil, wo Natur und Kunst in einzigartiger Weise verschmelzen. **September** bringt internationale Präsenz mit der **Contemplor Herbstaussstellung** in **Wien**, gefolgt von **Crossart Open** in **Düsseldorf**, einer großen Ausstellung im Rahmen der Kunstpunkte. Im **Oktober** wird Bork Teil der **Kunstnacht Leverkusen**, die sich dem Thema „Durch die Dunkelheit“ widmet. Wenige Tage später präsentiert er Werke bei **Farblicht 2025** in Mönchengladbach. Den Jahresabschluss bildet die **Jahresausstellung der AG Leverkusener Künstler** im **November**, die einen umfassenden Überblick über die Arbeiten der Künstlergemeinschaft bietet.

Diese Events bieten Kunstliebhabern die Möglichkeit, Borks Werke in verschiedenen Kontexten zu erleben – von thematischen Ausstellungen bis hin zu regionalen und internationalen Kunstfestivals. [Alle mikebovisuals Ausstellungen und Kunst-Events findet ihr hier ...](#)

[nach oben](#)