

# Kabarett-Brunch

## Die Vorstellung

Fun and Suxess Communications launcht eine neue Eventserie, wahrscheinlich DIE Innovation des Jahres auf dem kulturellen Veranstaltungssektor.

## Die Idee

Es gibt Jazz-Brunch, es gibt Theater-Brunch, es gibt Vormittagskino, und vieles mehr, aber es gab (bis dato!) noch keinen Kabarett-Brunch. Doch demnächst gibt es ihn!

Vorerst steht der Kabarett-Brunch maximal sechsmal im Jahr auf dem Plan und zwar an drei Sonntagen im Frühjahr bzw. auch dreimal im Herbst, zur klassischen Brunch-Zeit. Jeweils Sonntag, um 11.00 Uhr vormittags. Beginn der Veranstaltung(en) wird allerdings jeweils schon um 10.00 Uhr, mit Saal-Einlass ab 10.30 Uhr sein.

Und während im Rahmen einer klassischen Kabarett-Abend-Veranstaltung, das Publikum nur sporadisch, spärlich, bis gar nicht an den Künstler bzw. die jeweilige Künstlergruppe heran kann, darf, soll, wird hier dem Publikum die Gelegenheit geboten, die Künstler auch einmal von einer anderen Seite her kennen zu lernen.

Nämlich eher von der privaten Seite. Man steht nebeneinander am Buffet. Man plaudert, scherzt, lacht, unterhält sich. Man lässt sich's gemeinsam bei gutem Essen und Getränken in gediegenem Ambiente in netter Atmosphäre und edler Umgebung gut gehen und genießt den Vor-Mit-Tag.

# Kabarett-Brunch

## Das Ziel

Die Veranstaltung soll sich als renommierte, attraktive, laufend statt findende Serie etablieren, dem Publikum ein Begriff sein und als Fixstern am Veranstaltungssektor zum Kabarett-Kult-Klassiker werden.

## Der Ansatz

Wie wir dieses Ziel erreichen wollen? Eine berechnete Frage. Unser Ansatz beruht auf der Förderung junger, doch bereits arrivierter Talente, die seit Jahren konstant für gute Qualität in ihren jeweiligen Kabarett-Programmen sorgen. Die Förderung junger Künstler und das ungeheure kreative Potential, das in ihnen steckt, einer breite(re)n Öffentlichkeit zugänglich machen, ist unsere Ambition.

**Variante A:** Veranstaltungen von renommierten Kabarett-Stars wie Roland Düringer, Alfred Dorfer, Josef Hader, Andreas Vitasek oder Lukas Resetarits sind jedes Mal binnen weniger Stunden ausverkauft und Restkarten nur noch Mangelware.

Somit liegt es auf der Hand, unserem Event mit eben diesen großen Namen schnell zu einem hohen Bekanntheitsgrad zu verhelfen und diesen Faktor dann für unseren Ansatz, der Förderung junger Künstler, auszunützen.

Vorteil dieser Variante: ein volles Haus ist garantiert, die Veranstaltung gewiss ausverkauft. Nachteil dieser Variante: hohe Fixgagenkosten, die ohne wirklich potente Sponsoren wohl nicht zu finanzieren wäre.

# Kabarett-Brunch

**Variante B:** Die mir weitaus interessanter erscheinende Alternative. Voraussetzung ist eine Medienkooperationen, die im Vorhinein zu fixieren ist, die bei Exklusivitäts-Gewährleistung unsererseits (inklusive Leser-Eintritts-Ermäßigungen od. derl. ähnl.) im Gegenzug den garantierten Ausverkauf aller Karten sicherstellt. Die Veranstaltung wird vom jeweiligen Medium dann so lange mittels Kupon- oder Rücklauf-Anzeigen und Gewinnspielen bzw. redaktionellen Promotion-Aktionen beworben, bis alle Karten verkauft sind und auch so ein volles Haus und eine ausverkaufte Veranstaltung gewährleistet ist.

Vorteil dieser Variante: kürzerer Weg zum Ziel der Nachwuchs-Förderung. Aufgabe dabei jedoch: ein Medium zu finden, das die Idee zu dieser Veranstaltungsserie interessant genug für diese Form der Kooperation empfindet.

# Kabarett-Brunch

## Der Ort

Pro Veranstaltung sind in etwa rund 150 bis 200 Personen im Publikum geplant, denen in einem festlich noblen, gediegenem und feinen Ambiente (jedoch nicht abgehoben) beste Unterhaltung und gutes Kabarett geboten wird.

Uns schweben derzeit in erster Linie diverse Schlösser und Burgen südlich von Wien in der Gegend der BH Mödling bzw. im südlichen Wiener Raum vor (Schloss Laxenburg, Schloss Hunyadi, Schloss Hetzendorf, Burg Perchtoldsdorf, Burg Liechtenstein, et cetera).

Auch das eine oder andere Wiener Palais war bereits in unserer engeren Auswahl oder ganz modern, das Studio 44 der Österreichischen Lotterien. Der Ort der Veranstaltung könnte bei Bedarf sogar an den jeweiligen Künstler bzw. gerne natürlich auch Hauptsponsor individuell abgestimmt werden.

Die Veranstaltung/Veranstaltungsserie kann bei Bedarf natürlich auch in anderen Bundesländern initiiert werden. Einzige Voraussetzung unsererseits ist die Auswahl eines entsprechenden geeigneten Ortes mit vorhin bereits erwähnten Attributen in Hinblick auf das Ambiente! Diese Anforderungen erfüllen natürlich auch andere, zahlreiche, diverse, über ganz Österreich verstreute Schlösser und Burgen.

Um den Markt nicht zu übersättigen sollten pro Bundesland ebenfalls jeweils maximal sechs Kabarett-Brunches stattfinden. Österreichweit ergeben sich dadurch somit maximal mögliche 54 Veranstaltungen, die je minimum als Dreier-Serien vermarktet werden sollen.

# Kabarett-Brunch

## Die Zeit

Die Veranstaltungsreihe kann mit einer Serie von drei Events im Frühjahr oder Herbst jeden Jahres beginnen. Insgesamt dürfen jedoch maximal sechs Veranstaltungen statt finden. An jeweils drei Sonntagen im Frühjahr (wahlweise Februar, März, April, Mai) und an drei Sonntagen im Herbst (wahlweise September, Oktober, November, Dezember). Beginn wird jeweils um 11.00 Uhr - zur klassischen Brunch-Zeit - sein!

### Beim Event vor Ort:

- ab 10.00 Uhr Einlass
- ab 10.30 Uhr Begrüßungs-Aperitif und Häppchen
- 11.00 Uhr Beginn: Kabarett
- ca. ab 12.00 Uhr: Mittags-Buffett
- ca. ab 13.30 – 14.00 Uhr: gemütlicher Ausklang

Je nach Verfügbarkeit der diversen Locations bzw. Buchungslage der KünstlerInnen und Künstlergruppen und jeweiliger Finanzierung durch Sponsoren, Förderer, Eintrittseinnahmen sowie mittels Kooperationen wäre 2007 jeder Sonntag innerhalb oben genannter Monate als Termin vorstell- und realisierbar.

# Kabarett-Brunch

## Die Werbung

Die klassische Form der Veranstaltungsbewerbung wird, ausgehend vom Gedanken wie in Variante B vorhin skizziert, nicht notwendig sein, sondern über ebenjene fixe Medienkooperation gewährleistet.

Abseits davon kann es selbstverständlich auch gut bewährte, alt eingesesse, klassische Werbemaßnahmen wie zum Beispiel Plakate und Postkarten geben.

Ein entsprechender Internet-Auftritt ist ebenso selbstverständlich zu inkludieren, wie eine etwaige Vorstellung der Event-Idee, aller Beteiligten, Förderer, Sponsoren und Kooperationspartner auf einer multimedialen und interaktiv gestalteten Pressekonferenz.

Sollte Außenwerbung finanzierbar sein, um die Awareness für unsere Events zu erhöhen oder eine Außenwerbefirma als Partner einsteigen wollen, wären City Lights bzw. Straßenbahn-/Autobus-/Öffis-Werbung ein äußerst interessantes Thema.

Die Kabarettsszene an sich ist eher klein, aber fein und auch sehr kommunikativ. Diesen Umstand machen wir uns zu Nutze. Ankurbelung der Gerüchteküche, Plaudern und Gerede, diese Form der gezielten Mundpropaganda verstärken wir noch über Postkarten und den brancheninternen Newsletter der Kabarett-Insider-Plattform **kabarett.cc**.

# Kabarett-Brunch

## *Die Sponsoren*

Hier wird (hoffentlich) in Kürze Ihr Name oder der Name Ihrer Firma stehen ...!?!  
Wir bieten Ihnen dafür eine Reihe von Paketen zur Zusammenarbeit an.

## *Die Kooperationspartner*

Sie wollen mit uns zusammenarbeiten? Wir stehen gerne für Ihre Anfragen  
oder Ideen diesbezüglich zur Verfügung!