



WERBEPARTNERSCHAFT Kulturpass-Tickets 2024

Hintergrund

Wir stellen allen Inhaber*innen des Kulturpasses Freikarten für bis zu zwei Kinder und einem Erwachsenen für unsere Vorstellungen zur Verfügung. Der Kulturpass ist eine Initiative des Vereins „Hunger auf Kunst und Kultur“, die nun bereits seit 20 Jahren einkommensschwachen Menschen die wichtige Teilhabe am kulturellen Leben der Stadt ermöglicht.

Jährlich geben wir mehr als 500 Kulturpass-Freikarten aus. Um diese zu finanzieren, bitten wir Sie um Unterstützung. Mit Ihrem Beitrag tun sie doppelt Gutes:

- Sie unterstützen unser Theaterhaus und unsere Künstler*innen und Mitarbeiter*innen
- Sie ermöglichen Kindern unbeschwerte Stunden im LILARUM!



Unsere Zielgruppe

Mit unserem Programm für Kinder von 3 bis 8 Jahren erreichen wir Mütter und Väter (Familien) im Alter von zirka 25 bis 45 Jahren, Großeltern und (Elementar-) Pädagog*innen!

Pakete

Die Fundraising-Pakete bieten den Werbepartner*innen attraktive, zeitlich klar umrissene Gegenleistungen. Damit möchten wir es auch kleineren Betrieben (z.B. KMUs) ermöglichen, im Rahmen einer Werbevereinbarung einerseits Kunst und Kultur zu fördern und andererseits unser Publikum auf ihr Unternehmen und ihr gesellschaftliches Engagement aufmerksam zu machen.

Werbeleistungen

- Logo + Verlinkung auf der Detailseite des Stücks der gewählten Spielserie ab Montag vor Beginn der Spielserie bis zu deren Ende
- Wahlweise ein Posting auf FB/Insta oder ein Tipp im Newsletter während der Spielserie
- Verlinkung mit Logo im Partner*innen-Bereich als „Kulturpass-Sponsor*in 2024“ ab 1. Jänner bzw. Abschluss der Werbevereinbarung bis 31. Dezember 2024
- 10 Theatergutscheine zur freien Weitergabe (Privatpersonen, Institutionen, ...)



Preis

Der Basispreis pro Spielserie beträgt 200 € + 20% USt.

Je nach Länge der Spielserie und Jahreszeit gibt es prozentuelle Auf- und Abschläge.

Anzahl & Laufzeit der Werbevereinbarungen

Pro Spielserie werden maximal zwei Werbevereinbarungen geschlossen. Auf Branchenexklusivität wird geachtet. (First come, first served)

Die Laufzeit der Werbevereinbarung orientiert sich an der Länge der Spielserie. Die meisten Spielserien werden vier Wochenenden lange gezeigt, manche nur drei. (siehe Tabelle unten)

Rabatte & Aufschläge

- 20% Rabatt bei Stücken, die drei Wochenenden lange gezeigt werden
- 50% Aufschlag für die Weihnachtsproduktion
- 25% Aufschlag im November
- 20% Rabatt im Juni und September

Reichweiten (Stand: 11.10.2023)

- Newsletter: ca. 3500 Empfänger*innen
- Facebook: 4000+ Follower – Beitragsreichweite: ca. 3800
- Instagram: 300+ Follower – Reichweite: ca. 750
- Website: 5000+ Nutzer*innen
- Theaterbesucher*innen/Spielserie: ca. 2800 (3 Wochen) – 4000 (4 Wochen)
Websitezugriffe und Besucher*innen unterliegen jahreszeitbedingten Schwankungen

Programm 2024

Jänner	Der kleine Mondrache (4+)	+25% (Jänner)
Februar	Drei Hühner legen los! (3+)	-20% (3 Wochen)
März	Bär Brumm Bär (3+)	
April	Finn Flosse räumt das Meer auf (3+ Premiere!)	-20% (3 Wochen)
Mai	Koko mit dem Zauberschirm (3+)	
Juni	Der gestiefelte Kater (3+)	-20% (Juni)
	<i>SOMMERPAUSE</i>	
September	Der Prinz mit der Trompete (4+)	-20% (September)
Oktober	Koko und der weiße Vogel (3+)	
November	Mia und der Schattenfleck (3+)	+25% (November)
Dezember	Weihnacht im Winterwald (3+)	+50% (X-Mas)

Spielserien können am Monatsanfang & -ende überlappen! Programmänderungen vorbehalten. Diese beeinflussen nicht die Gültigkeit bereits geschlossener Werbevereinbarungen!



Vertrag & Verrechnung

Wir schließen eine Werbevereinbarung über die o.g. Werbeleistungen ab. Nach dem Ende der Laufzeit erhalten Sie von uns eine Rechnung mit ausgewiesener USt. über das vereinbarte Werbeentgelt.

Kontakt

Zur Beantwortung Ihrer Fragen, für zusätzliche Informationen sowie zur Vereinbarung eines Termins für ein persönliches Gespräch stehe ich jederzeit gerne zur Verfügung:

Andreas MORITZ

PR, Projektmanagement, nationale & internationale Kooperationen

Tel: +43 1 710 26 66-11 | E-Mail: andreas.moritz@lilarum.at

