

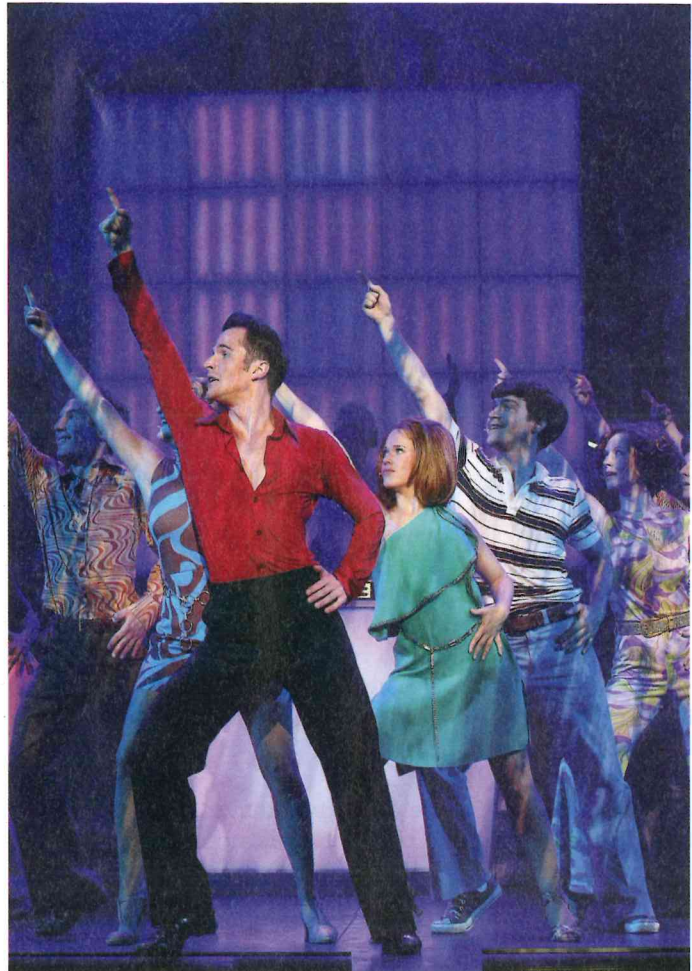
Über Redner-Abo den Weg ins Theater ebnen

Frank Serr Showservice International e.K.

Ein neues Konzept zur Abonentengewinnung im Kulturbereich hat Frank Serr Showservice International entwickelt. Das Unternehmen mit Stammsitz in Rieschweiler-Mühlbach (Landkreis Südwestpfalz) und einem Standort in Los Angeles bietet seit kurzem das Redner-Abonnement „Profitieren von den Besten“ an. Damit soll eine Zielgruppe erreicht und langfristig an das Theater gebunden werden, die dort nur zaghaft vertreten ist – Berufstätige mittleren Alters. Das Unternehmen verfolgt dabei einen völlig neuen Ansatz, der nicht auf den bereits bestehenden Abonnements aufbaut, sondern diese ergänzen soll. Und das ohne den Kulturetat zusätzlich zu belasten.

Das Angebot von Serr Showservice beinhaltet fünf Vorträge von fünf verschiedenen Rednern mit Themen rund um den Alltag. Versprochen wird Unterhaltung, Wissensvermittlung und Motivation. Verpflichtet wurden hierfür über 30 Referenten. Laut Konzept soll ab 2016 von Januar bis Mai pro Spielstätte je ein Vortrag pro Monat stattfinden. Frank Serr Showservice International bietet das 5er-Abonnement ohne Festgage, lediglich auf Basis einer Einnahmerteilung aus dem Ticketverkauf an. Nach Angaben von Serr sollen sich die Ticketpreise ebenfalls in einem sehr moderaten Rahmen bewegen. Der Geschäftsführer des Unternehmens, Prof. h.c. Frank Serr: „Die Mischung aus Unterhaltung und Wissensvermittlung ist momentan sehr gefragt. Man muss nur eine TV-Zeitschrift aufschlagen und entdeckt unter der Rubrik „Infotainment“ allerhand Angebote.“

Durch die Zusammenarbeit mit der „Scherer Academy“ und der Referenten-Agentur „Premium Speakers“ kann Serr auf einen großen Pool von Top-Rednern zurückgreifen. „Dadurch haben wir die Möglichkeit, auf die Termin- und Themenwünsche der Veranstalter individuell einzugehen. Das bestehende Veranstaltungsprogramm wird also nicht beeinträchtigt. Den Rednern bietet das Konzept die Möglichkeit, im Rahmen ihrer Auftritte Kunden zu ak-



Mit Musical-Produktionen wie „Saturday Night Fever“ möchte Frank Serr Showservice International gezielt auch jüngeres Publikum ansprechen und die Lust am Theater wecken.

quirieren. Nebenbei schaffen wir außerdem eine Plattform mit idealen Bedingungen für eine Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Kultur. Werbepartnerschaften, Sponsoring oder die Abnahme eines größeren Ticketkontingents für Kunden oder Mitarbeiter



BLUESITE Beratungsgesellschaft für die Informationstechnologie

Sicherheitsberatung und Qualitätsmanagement bei IT-Systemen, Produktion und Dienstleistung

Komplett-Systeme und Praxis-Seminare

2-tägiges Praxis Seminar in Karlsruhe und Stuttgart
Integrierte QM-Systeme mit Office 365 und SharePoint

Telefon (0 72 73) 91 97 - 38 | www.bluesite.de | Friedrich-Ebert-Straße 52 Hagenbach/Pfalz

Microsoft, Office 365 und SharePoint sind entweder eingetragene Marken oder Marken der Microsoft Corporation in den Vereinigten Staaten und/oder in anderen Ländern.



seien hier als Beispiele genannt.“ Das Redner-Abo könne so zum Startschuss für längerfristige Partnerschaften werden und damit direkt zur Kulturförderung beitragen.

Serr engagiert sich auch als Ausbilder von Veranstaltungskaufleuten und -technikern. Und auch das Publikum von morgen hat er im Blick. Für jüngere Leute baut er auch schon mal moderne Elemente in Klassiker ein – wenn er sie nicht gar komplett umkrempelt. Beispielsweise sei Goethes „Faust“ als Rockoper gut angekommen. „Mit unseren Musicals wie Hair, Saturday Night Fever und Daddy Cool sprechen wir das jüngere Publikum an und ebnen den Weg ins Theater.“

Seit über 20 Jahren hat es sich Serr zum Ziel gemacht, ein niveauvolles, aber auch für jedermann erschwingliches Kulturprogramm zu schaffen. Zu seiner Kundschaft zählen größtenteils Kommunen (80 Prozent) und örtliche Veranstalter (20 Prozent). Ihnen verspricht er „aktuelle Themen und professionelle Arbeit vor und hinter den Kulissen“. Und weil er weiß, dass die Kommunen immer mehr auf die Kosten achten müssen, „legen wir bei allen Produktionen eine vernünftige Kalkulation zu Grunde“, obwohl auch bei ihm die Kosten steigen. Zur günstigen Kalkulation trage auch bei, dass Serr in Riesweiler über eine eigene Schreinerei, einen Bühnenbau und eine Werkstatt für die Fahrzeuge und die Technik verfügt.

„Wir bieten den Full-Service“, beschreibt und bewirbt Serr seine Dienstleistung. Vom Konzept der Revue über das Casting der Künstler bis zum Programmheft, vom Schneiden der Kostüme über den Bau des Bühnenbildes bis zur Lichttechnik kümmert sich das Unternehmen um alles. Arbeitsgenehmigungen für internationale Stars beschaffen gehört dazu, Hotelunterkünfte und Verpflegung. Über 400.000 Euro hat das Unternehmen im vergange-

nen Jahr in weitere Fahrzeuge investiert. Auch wurde für rund 200.000 Euro Bühnentechnik angeschafft. Für 2016 steht die nächste Groß-Investition an: der Neubau einer Betriebshalle von 500 Quadratmetern.

Neun Mitarbeiter sind bei Serr Showservice fest angestellt, daneben kann das Unternehmen auf weitere 30 bis 50 freie Mitarbeiter zurückgreifen. Einen Umsatz von 2,3 Millionen Euro wurde im vergangenen Jahr erwirtschaftet (2013: 1,5 Mio Euro), 2,5 Millionen sollen am Jahresende 2015 unterm Strich stehen. Für 2016 hat sich Serr vorgenommen, den Umsatz nochmals um mindestens 50 Prozent zu erhöhen. (pt)



www.showservice-international.de

www.pfalz.ihk24.de

Ihr Firmenreport

Im Firmenreport des Wirtschaftsmagazins gibt die IHK Pfalz ihren Mitgliedern Gelegenheit, ihr Unternehmen kostenlos mit einem redaktionellen Beitrag vorzustellen. Voraussetzung ist ein entsprechender Anlass wie zum Beispiel eine Neugründung, ein Jubiläum oder eine große Investition.

Haben Sie Interesse? Ihre Ansprechpartnerin ist Olga Heiland, Tel. 0621 5904-1205, olga.heiland@pfalz.ihk24.de.

Partner im Netzwerk
IHK24.de

Dokument-Nr.: 12861

NEU

START-UP-UNTERNEHMEN

Touristic Communications Justrequest GmbH

Der Gast ist König – nirgends gilt dieses Motto mehr als in der Hotelbranche. Dass man den Servicegedanken noch toppen kann, zeigt das in Römerberg ansässige Technologieunternehmen Touristic Communications Justrequest mit seiner neuen Smartphone-App justrequest. Die cloudbasierte Anwendung vereinfacht die Kommunikation zwischen Gästen und Hotelbetreibern – und möchte den Gast zum Kaiser machen.

Tippen, klicken, meckern: Mit der App justrequest können Hotelgäste ihre Wünsche, Beschwerden und Anregungen direkt an die Hotelrezeption melden. Innerhalb kürzester Zeit werden Anfragen dort angezeigt und können unmittelbar bearbeitet werden. Der Gast wird permanent über den aktuellen Status seines Anliegens informiert. Lange Wartezeiten an der Rezeption oder am Telefon sollen damit der Vergangenheit angehören.

Auch für die Hotelbetreiber bringt justrequest Vorteile: Sie können individuelle Nachrichten an einzelne Gäste versenden und zeitnah auf Wünsche und Anregungen reagieren, was, so sind

sich die Entwickler der App sicher, die Kundenzufriedenheit und -bindung fördert. Für die Gäste ist die Verwendung von justrequest nach Unternehmensangaben kostenlos, nur die Hotelbetreiber zahlen eine monatliche Gebühr. Die App kann aus den gängigen Stores direkt auf das Smartphone geladen werden. Nach dem Herunterladen der App wählt der Gast das Hotel aus, gibt seinen Namen sowie die Reisezeit ein und kann direkt mit dem Hotel kommunizieren. Der Einsatzzweck für justrequest ist vielfältig, denn das System funktioniert nicht nur in Hotels, sondern auch auf Kreuzfahrtschiffen, in Ferienparks oder ähnlichen Einrichtungen.

Die Touristic Communications Justrequest GmbH wurde von Pilar Lemes, Antonio Ramírez und Uwe Schneider gegründet. Für ihre Kommunikations-App wurden sie in diesem Jahr von der Initiative Mittelstand mit dem Innovationspreis-IT, Prädikat Best of 2015, ausgezeichnet. (pmo)

www.justrequest.de