



Mit einer Kampagne durch die Krise

Das Theater Casino Zug rüstet sich für eine anspruchsvolle Saison. Ausgestanden ist die Coronakrise noch nicht.



Diese Plakate hängen ab heute an diversen Orten in Zug. Bild: PD

Laura Sibold

Seit heute Montag sind Veranstaltungen bis 1000 Personen wieder erlaubt und als Mindestabstand gelten neu 1,5 Meter. Über den erfreulichen und immer wieder kommunizierten Lockerungen geht eines aber oft vergessen: Die Veranstaltungsbranche steckt noch mitten in der Krise und eine Erholung der Situation ist kurzfristig nicht absehbar. Auch das Theater Casino Zug bekommt das zu spüren.

«Bei uns gilt bis zum Saisonstart Mitte September im Grunde genommen immer noch der Lockdown», sagt Katrin Kolo,

die seit acht Monaten als Intendantin der Theater- und Musikgesellschaft Zug (TMGZ) die Geschicke des Theater Casinos leitet. Das künstlerische Programm für die Saison 20/21 war bereits fertig, als die Coronapandemie ausbrach und soll möglichst wie geplant durchgeführt werden. «Das ist ein massives finanzielles Risiko, doch wir wollen unserem Kulturauftrag gegenüber der Bevölkerung gerecht werden», so Kolo. Einige der seit März abgesagten Anlässe konnte das Vielsparten-Haus ins neue Programm integrieren.

Mittels Plakatkampagne «Liebe wecken»

Die finanziellen Auswirkungen seien noch nicht im Detail abschätzbar, doch es werde herausfordernd, betont Katrin Kolo. «Unser Ziel war eigentlich, ab Spätsommer neue Sponsoren an Bord zu holen. Das wird nun sehr schwer.» Darüber hinaus werden die Einnahmen in der neuen Spielzeit deutlich geringer ausfallen, da das Theater Casino Zug voraussichtlich viel weniger Publikum begrüssen kann. Durch die geltenden Abstandsregeln könnten im grossen Theatersaal



aktuell nur rund 150 Personen eingelassen werden. Das ist ein Viertel der möglichen Kapazität. Wegen der aufwendigen Schutzmassnahmen kostet zudem jede Aufführung mehr Geld als üblich.

Davon will sich die neue Intendantin allerdings nicht unterkriegen lassen. Sie legt den Fokus auf den Saisonstart des Theater Casinos und will die Zugerinnen und Zuger via Plakatkampagne mit ihrer Liebe für Zug und das Casino anstecken. Ab heute hängen an diversen Stellen in der Stadt Plakate, mit denen die TMGZ auf ihr Comeback aufmerksam machen will. Die Aufschrift «Zug mon Amour» sei als Schlagwort für die neue Saison zu verstehen, sagt Kolo. Es stehe für das künstlerische Schaffen und für das Theater Casino an sich, das zu einem schlagenden Herz für Zug werden solle. Die Plakatkampagne startet zeitgleich wie die «Night of Light», bei welcher auch das Theater Casino Zug heute Nacht mit roten Lichtern angestrahlt wird (siehe Box).

Für den Saisonauftakt am 19. und 20. September plant das Theater Casino zwei Uraufführungen. Einerseits wird eine Komposition des Zegers Cyrill Schürch aufgeführt, andererseits kommt die Tanz- und Theaterproduktion «In der Dunkelwelt» des Choreografen Joachim Schlömer auf die Bühne. Letzteres ist eine Co-Produktion des Theaterhauses Dschungel Wien und der Tanz-

komplizen Berlin.

Ein Fokus auf Eigen- und Co-Produktionen

Während der Saisonstart feststeht, ist die Durchführung des weiteren Programms, obwohl bereits publiziert, noch ungewiss. «Erst wenn klar ist, ob die Veranstaltungen stattfinden und wie viele Gäste wir einladen können, schwingen wir die Werbetrummel und starten den Vorverkauf», betont Kolo und hofft, dass dies spätestens zwei Monate vor dem jeweiligen Anlass der Fall sein wird. Für die Comedy-Lokalmatadoren gilt eine Ausnahme und es können bereits Tickets erworben werden. Das betrifft die Premiere von Michael Elseners Programm «Fake me happy» am 25. und 26. September sowie jene der Exfreundinnen mit Zugerin Isabelle Flachsmann und ihrem Programm «SEKTe» am 28. Oktober, dazu Rob Spence, der am 10. April 2021 in Zug zu sehen sein wird. Weitere Programmpunkte sowie das Detailprogramm zum Saisonauftakt sollen ab Mitte August buchbar sein. Auch eine grosse Co-Produktion mit der belgischen Needcompany sowie ein neues Format namens «ageless!» mit der Zuger Sinfonietta. Damit wird Katrin Kolo ihrer zum Amtsantritt geäusserten Vision gerecht: Sie legt einen Fokus auf Eigen- und Co-Produktionen. Bleibt zu hoffen, dass das kreative Programm umgesetzt werden kann.

Kulturgebäude leuchten rot

«Night of Light» Unternehmen aus der Veranstaltungsbranche sowie Veranstaltungsorte wie Konzerthallen, Theater oder Opernhäuser aus der ganzen Schweiz strahlen heute Montagabend ab 22 Uhr bis Mitternacht solidarisch ihre Gebäude oder stellvertretend ein Bauwerk in ihrer Region mit roter Beleuchtung an. Damit wollen die Exponenten auf das Comeback der Veranstaltungswirtschaft aufmerksam machen. Im Kanton Zug beteiligen sich neben dem Theater Casino die Chollerhalle, Galvanik und das Postgebäude beim Postplatz in Zug, der Lorzensaal in Cham sowie das Böschhof Kultursilo in Hünenberg an der «Night of Light». Mit der Aktion wollen die Veranstalter auch auf die schwierige Situation in der Branche hinweisen. Denn seit Ende Februar macht die Veranstaltungsbranche keinen Umsatz mehr. Anders als in den produzierenden Branchen können weggefallene Umsätze nicht mehr nachgeholt werden. Erste Analysen gehen für den Zeitraum von März bis mindestens August von Umsatzeinbussen zwischen 80 bis 100 Prozent aus. Wegen der Insolvenzgefahr fordern Branchenvertreter weitere Planungssicherheit ab dem 1. September, immerhin damit ein Teil der ausgefallenen Anlässe wieder stattfinden kann. (ls)