

## **Konzeptionelle Skizze eines Erotik-Events**

**als verkaufsfördernde Maßnahme mittels ästhetischer Miniaturen  
zur Face-to-Face-Live-Kommunikation im direkten Kundenkontakt**

### **IST-Beschreibung**

**Verkaufsfördernde Maßnahme im klassischen Event-Marketing**

**Verkaufsobjekt >Sexy-Toys< als Kommunikationsmittel**

**Beispiel: Dienstleistungen im gewerblichen Eigenbetrieb**

**Beispiel: Sexy Toys**

**Beispiel: Marktstände**

1. *Öle oder Gleitgels*
2. *Sekt, Austern, Kaviar*
3. *Kleidung*

### **Methodik des Verfahrens**

1. *Kontaktbeendigung zu erproben*  
*(Kassenverkauf, Erwerb, Einsatzorte und Nutzung)*
2. *Koborn-Situation szenisch zu improvisieren und*
3. *Einsatzort wie Verwendungszweck zu erforschen sowie die*
4. *einzelnen Elemente im Durchlauf einer Bühnenhandlung*

### **IST-Beschreibung**

Ich wollte die Zwischenzeit nutzen, um zu prüfen, welche ästhetischen Inhalte von Platzhirsch-Events im Sinne der Qualität eines Alleinstellungsmerkmals sich vermitteln ließen, um ein bestimmtes Klientel von Gästen anzusprechen. Wollte mir dazu einige Events von PH anschauen, die ich auf eurer Homepage oder joyclub gesehen hatte, kurz nach dem letzten Treffen. Mich interessierte dieses auch vor dem Hintergrund, in welche dieser Veranstaltungen, die "Unterhaltung der Kupplerinnen" hätte eingebaut werden können. Doch überraschenderweise kann ich keine dieser Einträge mehr finde. Sehe aber, dass PH-home und joy nun nur aufs Forum konzentriert und mit reduziertem Fotogebruch online sind, womit das Interesse dann auf den regen Austausch unter den Gästen bis ca. Mitte Okt.'21 fällt, danach

aber keine aktuellen Einträge im Forum mehr stattfinden (oder habe ich was übersehen?). Zur Zeit wird anscheinend nur der Shop beworben.

### **Verkaufsfördernde Maßnahme im klassischen Event-Marketing**

Bei Verkaufsflächen von Märkten, Shops, Einkaufszentren etc. wird als verkaufsfördernde Maßnahme im Bereich des klassischen Event-Marketings gerne auf Attraktionen wie Marktschreier, Live-Präsentation des Produkts in praktischem Gebrauch oder Aufbau von Ständen für gastronomische Angebote zurückgegriffen, um den Verbrauchern mit der Produktion von Erlebnissen eine kommunikative Idee vermittelnd zur Hand zu geben, die auch in erweiterte Öffentlichkeit versteht, fokussierte Aufmerksamkeit zu bewirken, bzw. diese auch zu steuern in der Lage ist..

### **Verkaufsobjekt >Sexy-Toys< als Kommunikationsmittel**

Übertragen auf euren Shop wäre eine solche Attraktion, z.B. die Live-Präsentation von Sexy-Toys oder erotischer Wäsche. Dazu , wobei gäbe es Miniaturen von kürzeren, eigenständigen, in zeitliche Wiederholung geschalteten >Show Acts<, wo Akteur\*innen das Verkaufsobjekt, während der Vorstellung durch sensomotorische Selbstanwendung dessen praktizierten Einsatz demonstrieren. Als Handlungsmotiv der Akteur\*innen in Betracht käme das „Kobern“, was einerseits das Ausschau halten nach Freiern durch eine Prostituierte bezeichnet, andererseits das Ansprechen von Passanten auf der Reeperbahn von St. Pauli durch einen Angestellten beschreibt. So (be-)nutzen Akteur\*innen das Verkaufsobjekt als Kommunikationsmittel, um damit einen lebendigen Face-to-Face-Kontakt mit Kunden vor Ort herzustellen, für dessen Auflösung dann Variationen standardisierter Abläufe zur Auswahl stehen, je nachdem, welches Thema, welche Bedürfnisse sich im direkten Kundenkontakt entwickeln.

### **Beispiel: Gewerbliche Dienstleistungen im selbständigen Eigenbetrieb**

Damit wären durch die Vorstellung solcher >Show Acts< zugleich auch Akteur\*innen im Haus, die während der Ruhephase der Miniatur weitere Dienstleistungen im gewerblichen Eigenbetrieb anbieten, um die erotische Atmosphäre zur Steigerung des Verkaufsverkehrs insgesamt zu fördern. In dieser Hinsicht erfüllte derer Angebot die Funktion von Marktschreibern, die im Erscheinungsbild der Person auch einen erweiterten Raum um sich

herum mit ihrer Persönlichkeit erfüllen. Der stimmlich-lauten Preisung von Angeboten wie auf dem Tagesmarkt stände das nächtliche Klacken der Pumps oder Highheels auf feuchtem Straßenasphalt entgegen. Demzufolge können sich die Akteur\*innen frei durch die gesamte Verkaufsfläche bewegen und würden im Klang der Schritte, dieses fürs Rot-Licht-Milieu prägnante Geräusch, einer ästhetischen Erfahrung zugänglich machen.

### **Beispiel: Sexy-Toys**

Kund\*in kauft ein Objekt und lässt sich in dessen Gebrauch privat von Akteur\*innen einführen. Mit dieser Aktion als kommunikative Idee der Bewerbung wäre Anlass gegeben um auf anderen Kanälen mit Kund\*innen in Kontakt zu treten.

### **Beispiel: Marktstände**

Öle oder Gleitgels – Das beworbenen Produkte könnten der Kommunikationsanker für das Kundengespräch darstellen. Je nach der Beschaffenheit und Funktion der Verkaufsobjekte werden verschiedene Anwendungen (von Massage- bis Fetisch-Bereich) angeboten, je nachdem, ob beispielsweise gerade Öle oder Gleitgels im Verkauf beworben werden. Auch hier könnte das Produkt eingepackt und mit nach Hause mitgenommen oder vor Ort sogleich und *in flagranti* ausprobiert werden.

Sekt, Austern, Kaviar - Über die erotische Symbolik von Sekt, Austern, Kaviar können kulinarische Gelüste der Gäste angesprochen oder geweckt und befriedigt werden. Die hochwertige Qualität angebotener Köstlichkeiten könnte einen höheren Event-Eintrittspreis berechtigen, mit dem zugleich eine Klientel-Selektion stattfindet.

Kleidung - Da Kleidung stets nur im Zusammenhang mit Ver- und Enthüllen, Be- oder Entdeckung des Körpers in Erscheinung tritt, wäre im Bereich der Erotik >Striptease< das entsprechende Standthema, das im besten Fall von mehreren Akteur\*innen beim >Pole-Dancing< durch Einsatz und Wechsel der Kleidungsartikel repräsentiert wird. Wäre nur eine Akteur\*in vertreten, sollte das Angebot auf den Privat-Bereich beschränkt sein, da nicht jeder Kleidungswechsel eine ästhetische Ausführung verspricht und eine öffentliche Privatheit verschulden, die nur der Situation geschuldet ist. Von zwei Akteur\*innen an aufwärts könnten solche Wechsel mittels Wechsel der Akteur\*innen fortlaufend stattfinden.

## **Methodik des Verfahrens**

Als Vorbereitungsphase wären 1 bis 1 ½ Arbeitstage zweckdienlich, um verschiedene Variationen von:

1. Kontaktbeendigung zu erproben  
(Kassenverkauf, Erwerb, Einsatzorte, Nutzung)
2. *Koborn-Situation* szenisch zu improvisieren und
3. Einsatzort wie Verwendungszweck zu erforschen sowie die
4. einzelnen Elemente im Durchlauf einer Bühnenhandlung

insgesamt vorzustellen. Bei Proben dienen diese Strukturen dem Erleben und Verhalten der Akteur\*innen als elementare Grundlage ihres unmittelbaren Umfelds mit jeweils unterschiedliche Qualitäten zur Vermittlung von ästhetischen Erfahrungen, wie z.B. Sensibilisierung für Authentizität, konzentrierte Präsenz, Spontanität der Aktion. Mit Mitteln des Theater könnte/würde sich durch solche Miniatur von ästhetischer Erfahrung in der Kommunikation mit dem Kunden erotischer Inhalt vermitteln und ausdrücken lassen. Die Methodik des Verfahrens würde es insbesondere gestatten, gerade solche Verkaufsobjekt zu bewerben, die aus hygienischen Gründen nur ungeöffnet von Kunden erworben werden können.