

# Caliente! Festival Tropical – The finest in Latin, Brasil & Caribbean Culture

*Caliente ist zum Inbegriff für Latin-Feeling in der Schweiz geworden.*

*Rund 150'000 Besucher werden auch an der 13. Ausgabe vom 15. bis 17. Juni 2007 in Zürich erwartet.*



von  
**Roger Furrer**

Veranstalter  
Caliente Festival  
Geschäftsführer  
Sound Managers  
info@soundmanagers.ch

FESTIVAL TROPICAL  
**CALIENTE!**  
15-17 JUNIO 2007

**C**aliente organisiert inzwischen nicht nur das alljährliche Festival, sondern seit mehreren Jahren ein Caliente-Ferientram, ein FM-Radio, Medienreisen an Caliente-Destinationen wie Kuba und Brasilien sowie Caliente-Fiestas in anderen Ortschaften und Ländern. Caliente produzierte schon über 15 CD-Compilations, die immer gut platziert in der Schweizer CD-Hitparade zu finden sind. Das Caliente-Logo ziert manche Latin-Veranstaltung und manches Latin-Produkt. Und für 2008 planen die Caliente-Macher ein Festival in Miami, der weltweiten Latin-Kapitale.

## Von der Latin-Party zur Marke für Latin-Feeling in der Schweiz

Keine Veranstaltung in der Schweiz vermochte bislang so treffend das Lebensgefühl Lateinamerikas und der gesamten spanisch- und portugiesisch sprechenden Weltbevölkerung widerzuspiegeln. Musik und Tanz liefern einen tiefen Einblick in die faszinierende Kultur der Karibik, Lateinamerikas und Südeuropas. Diese Atmosphäre, die uns bestenfalls aus schönen Ferienerinnerungen gegenwärtig ist, trägt jedes Jahr dazu bei, Brücken für ein grösseres Verständnis der Latin-Kultur zu bilden.

Das Caliente-Festival hat sich zu einem der wichtigsten und populärsten Latin-Festivals in Europa entwickelt. In Zürich ist Caliente mittlerweile der zweitgrösste jährlich stattfindende Event nach der *Streetparade*.

## Konzept Caliente-Festival

Das Caliente-Festival setzt auf internationale Top-Stars der Latin-Music-Szene, die jeweils für ein ausverkauftes Volkshaus sorgen. Die Kommunikation solcher bekannten Grössen spricht sowohl die direkten Zielgruppen der Latins und ihre meist schweizerischen (Ehe-)Partner, als auch das breite, weltoffene Schweizer Publikum an. Um ein abendfüllendes Programm in den verschiedenen Sälen des Volkshauses bieten zu können, werden auch lokalen Latin-Acts (Bands, DJs und Tanz-Shows) Auftritte ermöglicht. Wichtig ist zudem, dass möglichst viele der populären Musikstilrichtungen mit einer Musikgruppe oder einem DJ abgedeckt werden: Salsa, Merengue, Bachata, Reggaeton, Brasil, Rock Latino. Das Volkshaus wird so zum brodelnden Party-Tempel.



Farbenpracht am Caliente-Festival: Brasilianische

Rund um das Volkshaus wird der *Mercado Mundial* aufgebaut. Helvetiaplatz, die Ankerstrasse/Kanonengasse, Zeughausstrasse und das Zeughausareal werden von über 200 Marktständen in Beschlag genommen. Von Freitag- bis Sonntagabend können die Besucher dort bei freiem Eintritt exotische Drinks und scharfe Gerichte geniessen, Kunsthandwerk und die neuste Latin-Mode kaufen oder auch einfach eines der vielen musikalischen Darbietungen auf verschiedenen Openair-Stages bestaunen. Während der drei Caliente-Tage verwandelt sich das ganze Langstrassenquartier im Kreis 4 in ein authentisches Barrio Latino in Feststimmung.

Um die multikulturelle Toleranz des Quartiers widerzuspiegeln, werden bei der Auswahl der Marktstände vor allem Latin-Angebote aber auch asiatische und afrikanische Stände und sogar Schweizer Raclette-Stände zugelassen. Die zu entrichtende Standmiete muss dem Veranstalter die Kosten für Bewilligungen, Platzmiete, Elek-

## Caliente! Festival

Postfach 584  
8047 Zürich  
Telefon 044 401 50 50  
Fax 044 401 50 52  
info@caliente.ch  
www.caliente.ch

tro-Installationen, Sicherheit, Reinigung, Werbung und Administration decken. Damit allein wäre ein solches Festival noch nicht finanziert. Sponsoren sind unabdingbar. Insbesondere Sponsoren aus dem Getränkebereich können mit einer Exklusivitätsvereinbarung an diesem grossen Volksfest durch hohe Umsätze profitieren. In den Bereichen Softdrinks, Bier und auch Spirituosen wie Rum, Wodka und vor allem Cachaca sind die Aussteller verpflichtet, ausschliesslich die Marken unserer Exklusivpartner via einen zentra-



Tanzgruppe Da Cor Do Brasil. Bild: Guillermo Fernandez.

len Getränkelieferanten zu beziehen und zu verkaufen. Die über 100'000 Besucher konsumieren beispielsweise zirka 15'000 Liter Bier und etwa 40'000 Caipirinhas.

### Attraktive Side Events

Im Vorfeld von Caliente werden diverse Side Events durchgeführt, die das grosse Festival Tropical ankündigen und die Vorfreude aufbauen sollen. Besonders beliebt war in den letzten Jahren das *Caliente-Ferien-Tram*. Dieses verkehrte vier Wochen lang vor dem Festival in der Zürcher Innenstadt. Das Party-Tram der VBZ als rollendes Restaurant servierte Spezialitäten eines Destinationspartners (u.a. Dominikanische Republik, Balearen, Lanzarote, Malta). Es wurde speziell nach dem Motto dieses Landes dekoriert (Pflanzen, Bilder, Accessoires) und natürlich auch beschallt. Vor allem der offene Cabrio-Anhänger

mit flatternden Palmen und fröhlicher Latin-Musik war eine gefragte Touristenattraktion. Wenn das Caliente-Gefährt zur Mittagszeit durch die Bahnhofstrasse fuhr, schauten sowohl gestresste Angestellte als auch gemütliche Shopping-Touristen dem farbigen Vehikel freudig nach. Das Caliente-Tram konnte letztes und dieses Jahr wegen technischer Revision nicht durchgeführt werden. Bereits aber wird die Planung für das Jahr 2008 angegangen.

Weitere Side Events sind die Fiestas Tropicales in anderen Ortschaften wie zum Beispiel Bern, im Grand Casino Baden oder dem Winter-Caliente «Out in the Snow» in Arosa. Caliente erhält somit eine nationale Bedeutung und Ausweitung. Während dreier Jahre konnte auch ein FM-Radio Caliente mit einer Kurz-Konzession von 30 Tagen betrieben werden. In den letzten beiden Jahren fand sich jedoch kein Finanzier für diese Plattform.

### Caliente 2007 erstmals auf Wasser

Dieses Jahr wagt sich Caliente erstmals aufs Wasser. Am 9. Juni wird das Salsaschiff der *Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft* von Caliente organisiert. In Planung ist auch schon eine Caliente-Kreuzfahrt auf dem Mittelmeer, durchgeführt vom Caliente-Hauptsponsor *Helvetic Tours (Kuoni)*. Ein wichtiges Element, das Caliente das ganze Jahr im Gespräch hält, sind die Caliente-CDs. Jährlich erscheinen drei Compilations mit aktuellen Top-Hits der Original-Interpreten. Inzwischen wurden seit dem Jahr 2000 weit über 100'000 Caliente-CDs in der Schweiz verkauft. Ein grosser Erfolg für die Latin-Music in Mitteleuropa.

### Partnerschaften für zwei verschiedene Zielgruppen

Viele bestehende Partner sind unmittelbar vernetzt in der Zielgruppe. Das heisst, sie haben einen direkten und eindeutigen Bezug zur Latin-Welt. Zum Beispiel die Medienpartnerschaften mit den Magazinen und Zeitschriften für Latinos in der Schweiz, oder der Geldtransfer-Dienstleister *Western Union*, der mit der Zielgruppe der Latinos einen Grossteil seines Umsatzes macht. Die meisten Partner von Caliente sprechen jedoch eher ein breiteres und allgemeineres Publikum an. Sie schätzen die grosse Reichweite des Festivals. Sie nutzen das positive Image von Lebensfreude und Tropical-Ambiente zur Positionierung ihrer Produkte. Optimal trifft der Reiseveranstalter *Helvetic Tours* seine Zielgruppen. Einerseits kann er seine Spanien-, Karibik- und Südamerika-reisen im passenden Umfeld an die Ferienplanenden anbieten, andererseits kann

er auch die Nur-Flug-Angebote in die Heimdestinationen der Latinos bekannt machen.

### Corporate Events

Caliente ist ein Event. Was liegt näher, als dass die Partner von Caliente ihren Event am Event machen. Dafür bietet der Veranstalter viele Möglichkeiten. Seit Jahren schon findet der beliebte Branchen-*Apéro* von *Travel Inside* in Zusammenarbeit mit *United Airlines* und Flughafen Zürich am Caliente-Festival statt. Der Anlass wird vollumfänglich von Caliente organisiert: dekorierte Saal, Catering, Unterhaltung mit Live-Act, Tanzshows und natürlich anschliessendem Eintritt an die Konzerte im Volkshaus. Möglich ist auch eine reservierte VIP-Sitzplatzzone, um die Konzerte der Top-Stars aus bester Sicht geniessen zu können. Sehr beliebt sind auch eigene Firmen-Bars im Volkshaus oder beim *Mercado Mundial*. Der Partner erhält eine Fläche, wo er eine eigene Bar betreiben kann. Ob er nun dies nutzt, um möglichst viel Getränkeumsatz zu machen, oder um bestehende und neue Kundschaft in einem gemütlichen Rahmen zu pflegen, ist ihm überlassen.

Helvetic Tours präsentiert sich mit einem grossen Zelt, einer Bar und eigener Show-Bühne. Caliente übernimmt die Programmierung der Live-Acts für *Helvetic Tours*. Das Ganze wird dann auch offiziell als *Helvetic Tours Live Openair Stage* innerhalb der Caliente-Kampagne kommuniziert.

### Ungebrochener Latin-Boom

Der Latin-Boom ist ungebrochen. In der Schweiz leben zirka 500'000 spanisch- und portugiesisch sprechende, potenzielle Caliente-Besucher. Zusätzlich spricht die Latin-Music die italienstämmige Bevölkerung an. Über 300'000 Reisen jährlich aus der Schweiz nach Lateinamerika sind ein klares Indiz für die Attraktivität der Latin-Kultur. Salsa-Schulen und -Partys an jeder Ecke, Shakira, Juanes und Aventura als Dauerbrenner in der Hitparade bezeugen, wie stark sich der Latin-Lifestyle in der Schweiz manifestiert hat.

Das Caliente-Festival erreicht neben dieser Latin-Zielgruppe vor allem auch die breite Schicht von weltoffenen Kulturgängern im Alter zwischen 18 und 45 Jahren.

Um auch in Zukunft einen tropischen Farbtupfer in die kulturelle Vielfalt der Schweiz zu setzen, benötigt der Veranstalter die Unterstützung von starken Partnern. Als Gegenleistung wird ein attraktiver und authentischer Anlass, der als vielfältige Kommunikationsplattform genutzt werden kann, geboten.