

SIE ROCKT DIE BÜHNE

Dagmar Windisch produziert seit Jahren die erfolgreichsten Musicals auf den internationalen Bühnen. Jetzt ist sie heimgekehrt nach Wien und startet von hier aus ihre nächsten Projekte

VON MICHAELA ERNST

IRGENDWO AUF DER WELT läuft fast immer ein Musical, bei dem Dagmar Windisch ihre Finger im Spiel gehabt hat. Das macht die Welt einerseits ganz klein, den Erfolg hingegen übermäßig groß, und wenn man versucht diese beiden Extreme gedanklich zusammenzubekommen, landet man unweigerlich bei der Erkenntnis: Die Oper hat ihre Diven, das Theater seine Stars, das Kino seine Götter – was aber hat das Musical? Das Musical hat seine Spitzenproduktionen. Und was kaum einer weiß: Eine der profiliertesten Fädenzieherinnen in der Topliga des gesungenen Tanztheaters stammt aus Wien.

Dagmar Windisch hat an der Europa-Adaption des Klassikers „Cats“ mitgewirkt. Sie hat im Auftrag ihres Hauptauftraggebers BB-Promotion – The Art of Entertainment –, der zu den fünf europäischen Big Playern des gehobenen Live-Entertainments zählt, das Queen-Musical „We Will Rock You“ produziert, „Hairspray“ mitentwickelt. In einem ebenso naheliegenden wie genialen Schachzug gelang es ihr 2003, BB-Promotion vom künstlerischen Produktionskonzept der „West Side Story“ zu überzeugen sowie die weltweiten Rechte (mit Ausnahme der USA und von Großbritannien) an der „West Side Story“ für BB-Promotion zu sichern: „Als wir versprochen, die US-Choreographie von Jerome Robbins beizubehalten, hatten wir den Deal in der Tasche.“ Sie hat Richard O'Briens „Rocky Horror Show“ unter Aufsicht von dessen Schöpfer 2011 eine

FOTO: BEIGESTELLT

Neuinszenierung verpasst, „Die Schöne und das Biest“ auf deutsche Bühnen gebracht.

Ein Projekt lief ins andere über, organisch wachsend, so hört es sich zumindest an. Über Werdegänge spricht sie so unaufgeregt und uneitel, dass man sich der Tragweite der Leistungen, die sie seit 1998 für BB-Promotion erbracht hat, gar nicht bewusst ist. In den ersten Jahren hat sie die Schiene Eigenproduktionen und Lizenzakquise aufgebaut. Seit 2004 dient sie dem Unternehmen (aber auch anderen Veranstaltungsbetrieben) als Produzentin, Beraterin für künstlerische Fragen, Akquisiteurin und Strategin. Ein Blick auf die Zahlen zeigt, dass es hier – vor allem in Konstellation mit BB-Promotion – um richtiges Big Business im Showbereich geht: Mit „We Will Rock You“ wurden allein im deutschen Sprachraum fünf Millionen Tickets verkauft. Man muss wissen: Diese sind nicht gerade billig. Die üblichen Kartenpreise liegen zwischen 60 und 100 Euro. Die BB-Eigenproduktion der „West Side Story“ sorgte nicht nur in Europa, sondern auch in Australien und weiten Teilen Asiens für ausverkaufte Häuser. Die „Rocky Horror“-Tournee war die erfolgreichste Tournee in Deutschland in der Spielzeit 2011/2012 – „sie wird“, so Windisch, „auch in englischer Sprache gespielt, damit wir bald damit ins Ausland können“. Superlative um Superlative. Dabei erreicht das seit Jahren in die Krise geredete Genre Musical, gerade wenn es um wirtschaftliche Fakten geht, immer noch Dimensionen, von denen jedes Festival, jede andere Kunstgattung nur träumen kann. Vorausgesetzt man bleibt, wie sie sagt,

„ganz bodenständig“ – jeder Produktion gehen Kalkulationen voraus, die sich fast wie ein Kochrezept nach einem strikten Schema gestalten.

„Eine Produktion wird auf 18 Monate berechnet, egal ob man mit ihr auf Tournee geht oder in einem festen Haus spielt. Das heißt, man muss sich schon im Vorfeld überlegen, ob das Stück diese Dauer auch trägt“, erklärt sie. 18 Monate ist auch die magische Zeitspanne, die vor jeder Premiere stehen sollte, da das Geschäft sonst unrentabel wird: Sechs Monate dürfen die Verhandlungen mit potenziellen Partnern dauern, ein Jahr das Erarbeiten der Produktion. In dieser Phase sollten die Kosten vernünftigerweise zwischen 1,3 und maximal 3,4 Millionen Euro liegen. Während der laufenden Produktion beträgt das wöchentliche Budget zwischen 250.000 und 340.000 Euro. „Damit sind nicht nur die Personalkosten für die 80 bis 120 Leute aus dem Team, sondern auch die Hausmiete, das Marketing und die Promotion abgedeckt. Musical ist nämlich wesentlich marketingintensiver als Oper oder Theater“, sagt sie. Was unter anderem daran liegt, dass es kaum bis gar nicht subventioniert wird beziehungsweise an staatliche Institutionen gebunden ist. „In der internationalen Szene wird Musical von Leuten gemacht, die aus der Privatwirtschaft stammen. Ich weiß, in Österreich läuft das etwas anders. Insofern herrschen hier paradiesische Zustände“, lacht sie, die in der Welt Umherkommende.

Die ständige Ruhelosigkeit ist ihr dann doch zu heftig geworden. Hauptsitz der BB-Promotion ist zwar Mannheim, doch nachdem Dagmar Windisch an der Front arbeitet – also

scoutet, castet, ständig nach neuen Stücken sucht, diese meist auch gleich übersetzt, Rechte mitverhandelt und berät –, ist sie immer dort, wo gerade Neues entsteht. Vergangene Woche Paris – im Théâtre du Châtelet gibt man gerade die „West Side Story“. Nächste Woche Neapel, weil dort die „Rocky Horror Show“ gastiert. Dazwischen Deutschland und ein paar Tage Wien.

Wien, ihr Geburtsort, der sich selbst über Jahre nicht so verändert, dass man seine Uralt-Freunde ganz aus den Augen verlieren könnte – „Es ist eine gute Stadt, um nach Hause zu kommen“ –, Wien, wo sie seit 2008 ihr eigenes Büro hat, outside eye, ihre Zentrale. „Ich war 13 Jahre lang heimatlos“, erzählt sie, „habe nur aus dem Koffer gelebt und wusste, wenn ich nicht bald eine Entscheidung treffe, lass ich mich nie wieder in meiner Heimat nieder. Augenblicklich plane ich von hier aus zwei neue große Projekte für Deutschland.“

Von hier aus, das ist ein ebenerdiges Büro im achten Bezirk, ein Konferenz-tisch für acht Leute, ihr Schreibtisch mit einem Notebook, ein Vorraum, in dem – je nach Stressfaktor – ein bis drei Mitarbeiter untergebracht sind, ein kleines Entree mit einer roten Couch. Alles sehr aufgeräumt, nichts überfrachtet, ein paar Regale mit dem Notwendigen, Pressemappen, Unterlagen zu Produktionen, CDs. Das erkennt man gleich: Wer viel unterwegs ist, lernt rasch sein tägliches Werkzeug aufs Wesentliche zu reduzieren. Trotzdem ist es gemütlich. Weil das Büro in einem Biedermeierhaus untergebracht ist, Räume mit interessanten Grundrissen sich auf unterschiedlichen Ebenen erstrecken. Es

DIE ERFOLGE

Dagmar Windisch und BB-Promotion – The Art of Entertainment. Als Executive Producer (ausführende Produzentin) realisierte sie für den deutschen Top-Veranstalter folgende Produktionen:

WE WILL ROCK YOU

Der Renner im deutschen Sprachraum. Seit der Premiere im Kölner Musical Dome im Dezember 2004 sahen an die fünf Millionen Menschen das Queen-Musical. Allein der Musical Dome war knappe 1.500 Mal ausverkauft. Das Erfolgsspektakel gastierte außerdem in Stuttgart, Berlin, Stockholm, Oslo, Wien, Zürich und Basel, wo es derzeit noch bis 24. März 2013 zu sehen ist. Im kommenden Jahr feiert „We Will Rock You“ erneut eine Premiere: am 14. April im Colosseum Theater in Essen.

WEST SIDE STORY

Der Klassiker wurde – in seiner jetzigen künstlerischen Adaption – seit seiner Premiere im Jahr 2003 bis heute an die 1.500 Mal in 80 verschiedenen Städten weltweit (bis hin nach Thailand, Südkorea oder China) aufgeführt ... and the show will go on.

ROCKY HORROR SHOW

Seit der Premiere im Jahr 2008 gab es bereits über 400 Vorstellungen. 100.000 Besucher allein in Wien. Weitere Stationen waren Berlin, München, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, Zürich und Triest. Zwei neue internationale Shows sind in Planung.

ROCKY HORROR SHOW



WESTSIDE STORY



gibt herrlich zuckerige, knallbunte Petit Fours von der Konditorei Aida und Tee, ja so lebt man in Wien, der Kreis schließt sich.

Theaterverrückt sei sie damals gewesen, als sie in den achtziger Jahren Theaterwissenschaft studierte. An der schwarzen Tafel hing ein Praktikum ausgeschrieben. Das Burgtheater suchte einen Probendolmetscher, der den französischen Regisseur Jerome Savary unterstützen sollte. Auf dem Programm stand „Vom dicken Schwein, das dünn werden wollte“, ein Musical für Kinder, Premiere war am 7. November 1984. Sie sprach französisch und bekam den Job. „Ich habe mich gut mit Savary verstanden und ihm gesagt, dass ich das gern weitermachen würde“, erinnert sie sich. Vier Jahre blieb sie, begleitete ihn zu den Bregenzer Festspielen, arbeitete für ihn, als er „Die Zauberflöte“ und „Die lustige Witwe“ an der Volksoper inszenierte. „Savary war mein erster großer Mentor, er hat mir gezeigt, wie es geht – und er hat mich mit dem Theaterbazillus infiziert“. 1989 beendete sie ihr Studium, lernte kurz darauf Filmregisseur Marvin Chomsky kennen, der sie fürs Deutschland-Casting für seinen sechsteiligen Fernsehfilm „Die Strauß-Dynastie“ engagierte. Kaum war dieses Projekt abgeschlossen, erfuhr sie, dass Stefan Seigner und Peter Schwenkow – Zweiterer war Geschäftsführer und Mitinhaber des Ronacher – nach Leuten suchten. „Vor allem von Seigner habe ich viel über die geschäftliche Seite des Theaters gelernt“, erinnert sie sich. Damals kam sie auch mit André Heller zusammen, der im Ronacher „Magnetan“ inszenierte. „Als Seigner das Haus verließ, bin auch ich gegangen und habe die



//

Musical ist wesentlich marketing-intensiver als Oper oder Theater, was unter anderem daran liegt, dass es kaum bis gar nicht subventioniert wird

//

folgenden drei Jahre in der Heller-Werkstatt gearbeitet.“ 1998 warb sie von dort Michael Brenner, der mittlerweile verstorbene Gründer und Geschäftsführer von BB-Promotion, nach Deutschland ab. Eine „segensreiche Begegnung“, wie sie heute sagt, „denn durch ihn bekam ich die wichtigsten Chancen in meinem Leben. Als

mein Hauptauftraggeber trug er auch zu meinen größten Erfolgen bei.“

Diese perfekte Konstellation – zur richtigen Zeit am richtigen Ort gewesen zu sein – hat sich mehr als einmal in ihrem Leben eingestellt, daher klingt es auch nicht kokett, wenn sie rückblickend sagt: „Vieles in meinem beruflichen Werdegang war ein Glücksfall. Außerdem hat meine Generation nicht so viel Druck gehabt beim Aufbau einer Karriere. Es gab diesen Luxus, den Arrivierten bei der Arbeit zuschauen zu dürfen, ihnen ein bisschen zu helfen und dafür auch noch bezahlt zu werden.“ Dafür erwartete niemand Dankbarkeit, man empfand auch keine. „Das Interessante ist ja, dass ich das, was ich von meinen Mentoren lernen konnte, heute viel schärfer im Gedächtnis habe als damals. Als junger Mensch hat man das Besondere einfach so hingenommen, nach dem Motto: Man hat halt eine Arbeit gesucht und gefunden.“

Das Schöne an ihrer Geschichte, sagt sie, „ist, dass man Partnerschaften entwickeln kann.“ Windisch verwendet bewusst nicht das Wort „Seilschaften“ (in Zeiten, da sich Seile zunehmend als brüchig herausstellen). „Es gibt in meiner Branche sehr wenige Leute im Top-Bereich, deshalb ist es wichtig, Partnerschaften zu entwickeln. Und weil wir uns in einem kleinen Kreis bewegen, in dem viel auf Vertrauen basiert, entstehen Bindungen, die bestehen. Das ist eine konservative Seite an dem Business, die mir gefällt. Nach der ‚West Side Story‘-Premiere heuer im Juni in Berlin kam der Besitzer des amerikanischen Verlags zu mir und sagte: ‚The beautiful thing is about the people behind the deal‘. Genauso empfinde ich das auch.“

WE WILL ROCK YOU



