

Nah dran

A photograph of three women standing in a shower of water. They are wearing black dresses and have white paint splatters on their faces, necks, and arms. The woman in the center is looking upwards with an open mouth, while the woman on the right is holding a black cup. The woman on the left is also holding a black cup. The background is dark and textured, suggesting a shower or a similar environment.

Konzept 2022-2025

THEATER

DRACHEN
GASSE





Das Theater Drachengasse ist eine professionelle Bühne mit engster Bindung an die Wiener Szene freier Theatermacher*innen. Wir tragen die emanzipatorische Tradition und den Gründungsanspruch, Theatermacherinnen zu fördern ohne dabei Theatermacher auszuschließen, weiter und sehen uns vor allem als Spielwiese und verlässlichen Partner für die junge Generation der Künstler*innen.

Unsere Kernkompetenz ist professionell umgesetztes neues Autor*innentheater, Erst- und Uraufführungen, inhaltlich brisant und formal anspruchsvoll, die dennoch zugänglich sind – Theater für alle.

Bei uns mischen sich die Generationen, auch wenn unser Schwerpunkt auf der *Förderung junger Theatermacher*innen* liegt. Dementsprechend vielfältig ist auch unser Publikum. Wir bieten ihm ein spartenübergreifendes und sehr offenes Programm und nützen dann die positive Stimmung, um ihm anspruchsvolle Varianten neuer Dramatik näher zu bringen. Wir spielen für kulturell und gesellschaftspolitisch Interessierte *weit über den engen Kreis der Theater-Insider hinaus*.

Wir streben nachhaltige Arbeitsbeziehungen mit jungen Theatermacher*innen an. Über unseren alljährlichen Nachwuchswettbewerb lernen wir uns kennen, in der Folge vertiefen wir die Zusammenarbeit in Koproduktionen, die den jungen Gruppen eine Basisfinanzierung und die Möglichkeiten eines eingespielten Theaterbetriebs bieten – ein idealer Nährboden für die Entwicklung und Umsetzung neuer Konzepte. Ziel ist, den Gruppen zeitnah eine Eigenproduktion anzuvertrauen.

Unser Anspruch, Theater für alle zu machen, bedeutet auch besondere Anstrengungen im Bereich *Kulturvermittlung*. Auch hier liegt unser Schwerpunkt auf dem Nachwuchs. Enge Kooperationen mit Schulen und Einrichtungen wie KulturKontakt Austria und KUS, sowie unsere speziellen Angebote holen junge Zuschauer*innen ins Theater.

Wir beziehen *internationale Impulse* vor Ort ein. Unser Nachwuchswettbewerb wird im ganzen deutschsprachigen Raum und darüber hinaus wahrgenommen und Finalist*innen vernetzen sich in der direkten Zusammenarbeit. Wir zeigen internationale zeitgenössische Dramatik und spielen auch in englischer Sprache.

Seit der Saison 2016/2017 liegt die künstlerische Leitung in den Händen von Beate Platzgummer und Katrin Schurich. Wir haben ein gut funktionierendes Haus mit einem engagierten Team übernommen und uns gegen einen harten inhaltlichen und personellen Bruch entschieden. Wir sind den Weg einer umsichtigen inhaltlichen und ästhetischen Erneuerung gegangen, der von unserem Publikum und den Künstler*innen geschätzt

und mitgetragen wird. Uns ist es wichtig, unsere Ressourcen, die von zwei Generationen Frauen erkämpft worden sind, mit den Jungen, die wenig Chancen auf Neugründungen haben, solidarisch zu teilen und uns gemeinsam zu fragen, wie dem Primat der totalen Liberalisierung mit künstlerischen Mitteln und Strategien zu begegnen wäre, um sich der Idee der Emanzipation immer wieder neu zu ermächtigen.

Katrin Schurich und Beate Platzgummer

Inhalt

1. Profil	8
1.1. Kristallisationspunkt	
1.2. Inhalt	
1.3. Professionalität	
1.4. Stil	
2. Das Modell Drachengasse	12
2.1. Eigenproduktionen	
2.2. Gast- und Koproduktionen	
3. Nachwuchsförderung	18
3.1. Nachwuchsprojekte	
3.2. Nachwuchswettbewerb	
4. Kulturvermittlung	22
4.1. Start up – Junges Theater Drachengasse	
4.2. Die Schule kommt ins Theater	
4.3. Das Theater kommt in die Schule	
4.4. Berufsschüler*innen	
4.5. Zehn Jahre Kooperation mit BS für Verwaltungsberufe	
5. Gender Mainstreaming	26
5.1. Frauentheater?	
5.2. Ein Denkanstoß	
6. Marketing	28
6.1. Basis-Werbung	
6.2. Publikumsbindung	
6.3. Neues Publikum gewinnen	
7. Organisation	34
Anhang	
Jahresprogramm 2022	
Finanzierungsmodelle	
Preisgestaltung	
Sponsoring	
Liste der permanent Beschäftigten	
Kalkulation	

1. Profil

Zeitgenössisches Theater hat viele Gesichter, die alle in der Wiener Szene vertreten sein sollten. Im Sinne der Vielfalt der Wiener Theaterszene erscheint es uns unerlässlich, dass jedes Theater sein eigenes Profil erarbeitet.

1.1. Kristallisationspunkt

Wir sind ein offenes Haus und sehen uns als *Kristallisationspunkt* für Projekte der Wiener Szene. Diese Szene lebt von den sich immer wieder in neuen Projekten und Zusammensetzungen gruppierenden Künstler*innen, einem großartigen Pool an Spieler*innen, Regisseur*innen, Dramatiker*innen, Ausstatter*innen, Medienkünstler*innen und Musiker*innen. Wir leben eine partizipative Entwicklung unseres Schwerpunktes auf zeitgenössischem Sprechtheater, sind mit der Szene im Gespräch, geben und empfangen Impulse und sind offen für Vorschläge. Wir definieren uns dabei in unserer Funktion als Mittel zum Zweck, uns geht es nicht um die Verwirklichung eigener künstlerischer Arbeiten. Unser Anliegen ist es, tragfähige, nachhaltige Arbeitsbeziehungen zu kreieren, und den Künstler*innen Raum, Vertrauen und Unterstützung zu geben, damit sie in Ruhe arbeiten können.

1.2. Inhalt

Alle unsere Produktionen definieren sich über den *Inhalt*. In einer Zeit der Polarisierungen verstehen wir Theater als offenen Ort der differenzierten Auseinandersetzung und als Alternative zu abgeschotteten medialen Echoräumen und ihrem Primat der einfachen Lösungen. Wir setzen auf gesellschaftspolitisch relevante Themen, rücken *kontroverielle Inhalte* ins Zentrum und widmen uns auch dem Verdrängten, dem Schmerzvollen und dem Ungesagten. Theater kann die Welt nicht verändern, aber ein Ort der unterhaltsamen Reflexion und der reflektierten Unterhaltsamkeit sein, jenseits von inhaltlicher Beliebigkeit. Wir formulieren für jede Saison einen inhaltlichen Schwerpunkt, an dem sich die Eigenproduktionen und – so möglich – auch die Koproduktionen orientieren. Ein besonderes Anliegen ist uns, *Frauen und ihren Themen* Raum zu geben.

1.3. Professionalität

Wir legen größten Wert auf *Professionalität*. Theatermachen ist auch ein Handwerk. Eine gute Idee allein genügt nicht. Wir sind immer auf der Suche nach interessanten Künstler*innen, wir beschäftigen sowohl erfahrene Regisseur*innen und Schauspieler*innen als auch vielversprechende junge Kolleg*innen.

1.4. Stil

Unsere Produktionen sind durch die starke Setzung unserer Räume geprägt. Die große Nähe zwischen Publikum und Spieler*innen erlaubt eine Konzentration auf die einfachen – und gleichzeitig schwierigen – Aspekte des Theatermachens. Wir suchen nach einer Differenziertheit in Spiel und Text und einer Authentizität im Ton, die die Unmittelbarkeit des Kontaktes und die Nähe zum Publikum aufgreifen und im Idealfall eine Intimität im Erleben ermöglichen, die größere Theaterräume nicht bieten können. Beispielhaft ist hier unsere Produktion *All das Schöne* in der Regie von Esther Muschol zu nennen, in der die Möglichkeiten unseres Saales optimal genutzt wurden. Wir setzen auf die Verführungskunst unserer Schauspieler*innen, Regisseur*innen und Autor*innen.

Die architektonischen Besonderheiten des Theaterraums sind eine Herausforderung für unsere Bühnenbildner*innen. Obwohl wir keine großen Ausstattungsbudgets haben, ist uns eine adäquate ästhetische Umsetzung sehr wichtig.





2. Das Modell Drachengasse

Die Drachengasse betreibt zwei Spielstätten: das Theater Drachengasse und Bar&Co. Unser Modell – eine Kombination aus *Eigenproduktionen im Theater Drachengasse* und *Koproduktionen bzw. Gastproduktionen in Bar&Co* – vereint die Vorteile eines Hauses mit Profil und Kontinuität mit der künstlerischen Offenheit der sich permanent erneuernden Wiener Szene. Uns ist es wichtig, ein verlässlicher und berechenbarer Partner für die Künstler*innen zu sein.

Wir erhalten sehr viele Projektangebote. Wenigen gelingt es, sich über eine Projektförderung zu finanzieren. Geförderte Koproduktionen unterstützen wir durch Maßnahmen wie substanzielle Produktionskostenzuschüsse, Unterstützung im Bühnenbau, Übernahme von Tantiemen, Werbekosten und der Honorare für professionelle PR etc. So ermöglichen wir vor allem jungen Teams, ihre Ideen mit überschaubarem Risiko und professioneller Betreuung umzusetzen. In Einzelfällen finanzieren wir auch Koproduktionen und Wiederaufnahmen von besonders erfolgreichen Koproduktionen aus. Nach wie vor ist der Selbstausbeutungsgrad für die produzierenden Gruppen aber sehr hoch.

Wir begrüßen die Initiative des fair pay für Kulturarbeit der Stadträtin Veronika Kaup-Hasler und nutzen die Anhebung der Förderung in der Höhe von € 50.000.- seitens der Stadt Wien für die Jahre 2020 und 2021, um die Gehälter und Honorare der Künstler*innen der Eigenproduktionen sowie die Produktionskostenzuschüsse für die Koproduktionen und unseren Wettbewerb anzuheben. Allerdings kann das nur ein erster Schritt sein, da uns diese Summe zum Beispiel nicht ermöglicht, das Risiko für die Gastproduktionen, die für 70% der Nettoeinnahmen aus dem Kartenverkauf spielen, über Einnahmengarantien abzufedern.

Wichtig ist uns, dass es zwischen Bar&Co und dem Theater Drachengasse mit seinen im Vergleich privilegierten Produktionsbedingungen für die Künstler*innen Durchlässigkeit gibt. Das heißt, dass auch jungen Theatermacher*innen Eigenproduktionen angeboten werden.

2.1. Eigenproduktionen Theater Drachengasse

Die Eigenproduktionen definieren über Inhalt und künstlerische Ausrichtung das Profil der Drachengasse. Das Theater Drachengasse hat ein Fassungsvermögen von ca. 80 Personen und zeigt pro Saison vier bis fünf *Eigenproduktionen* mit einer Laufzeit von vier bis fünf Wochen.

2.1.1. Stücke

Wir zeigen fast ausschließlich *Erst- und Uraufführungen*. Das Risiko, nicht auf die beliebte Praxis der Überschreibung von Topoi aus der Literatur und der Populärkultur zu setzen, tragen wir gerne. Die Suche nach neuen Autor*innen und Stücken erfordert neben dem Wissen um dramatische und literarische Qualität auch systematische Recherche, gute Kontakte und ein Gespür für Themen, die auch unserem Publikum unter den Nägeln brennen.

Unser Schwerpunkt liegt auf dem sprachorientierten *Interpretieren neuer dramatischer Texte* und auf Produktionen, die mit den *Strategien einer erweiterten Autorenschaft* entstehen. Ob und warum eine

Produktion oder ein Text gut ist, lässt sich nur schwer definieren. Unser Interesse bewegt sich zwischen den Polen Nachvollziehbarkeit einerseits und dem spielerischen Ausloten von Möglichkeiten des Erzählens andererseits. Immer notwendig aber ist der subtile Umgang mit Sprache.

In den letzten Jahren haben wir vermehrt Stückaufträge und Stückentwicklungen für unsere Eigenproduktionen vergeben. Dadurch können wir uns einerseits vom Wettbewerb mit großen Häusern um gute, neue Stücke unabhängig machen und andererseits Theatermacher*innen, die in Kollektiven arbeiten, die Umsetzung ihrer Themen ermöglichen. Für die Saison 19/20 vergaben wir einen Stückauftrag an Ulrike Syha (*Der öffentliche Raum* – ausgezeichnet mit dem Hamburger Literaturpreis 2019), eine Stückentwicklung an Grischka Voss (*Bulletproof*) und eine an Franz-Xaver Mayr (*Der Anfang, das Ende.*, verschoben auf Mai 2021 wegen der COVID-19-Pandemie).

Unser Ziel ist es, gesellschaftliche Strömungen mit den Mitteln des Theaters kritisch zu reflektieren. Unser Theater soll intellektuell anregen und emotional berühren. Uns interessiert eine differenzierte Auseinandersetzung mit den Themen unserer Zeit über Texte, die uns neue, überraschende, schockierende Wahrnehmungen jenseits der dominanten Diskurse ermöglichen.

2.1.2. Autor*innen

Wir setzen auf eine Mischung aus Neuentdeckungen wie Akin Emanuel Şipal und Teresa Dopler und bekannten Autor*innen wie Ulrike Syha und Duncan Macmillan.

Unsere ausgezeichneten Verlagskontakte ermöglichen uns den frühen Zugang zu deutschsprachigen Neuerscheinungen. Die Verlage schätzen unser überzeugendes Engagement für neue Dramatik, das Niveau unserer Aufführungen, die besondere Intimität unserer Bühnensituation und unsere relativ langen Aufführungsserien, die uns selbst neben großen Häusern attraktiv machen.

Wir sind gut vernetzt in der deutschsprachigen Szene der Autor*innenförderung. Über Sandra Schüdekopf, die regelmäßig bei uns inszeniert, haben wir einen direkten Einblick in die Förderprogramme von UniT Graz. Da unser jährlicher Nachwuchswettbewerb inzwischen im gesamten deutschsprachigen Raum wahrgenommen wird, ergeben sich auch über Projekteinreichungen Kontakte zu jungen Autor*innen aus den Schreiblehrgängen der Universitäten.

Nicht zuletzt sind auch unsere englischsprachigen Gastproduktionen zeitgenössischer Dramatik zu nennen. In langjähriger Zusammenarbeit mit dem vienna theatre project und der Regisseurin Joanna Godwin-Seidl präsentieren wir neue englischsprachige Stücke und Autor*innen wie Ayad Akhtar, Katori Hall, Julia Pascal, Robert Schenkkan – oft bevor sie übersetzt werden und breite Wahrnehmung in den deutschsprachigen Branchenblättern und Feuilletons finden. Die Inszenierungen mit Native Speakern finden sowohl in der englischsprachigen Community als auch beim heimischen Publikum begeisterte Aufnahme.

2.1.3. Künstler*innen

In der Drachengasse gibt es *kein fixes Ensemble*. Wir stellen für jedes Stück das passende Team zusammen und beschäftigen fast ausschließlich Künstler*innen der freien Szene.

Professionelle Qualität ist die Voraussetzung. Wir arbeiten mit *erfahrenen Regisseur*innen* und mit vielversprechenden *jungen Kolleg*innen*. Frauen zu fördern ist uns hier ein wesentliches Anliegen, mit den Regisseurinnen Milena Michalek, Esther Muschol, Sandra Schüddekopf und Joanna Godwin-Seidl etwa arbeiten wir regelmäßig zusammen.

Ein besonderes Anliegen ist uns die *Nachwuchsförderung*. Wir besuchen die Abschlussvorstellungen der Schauspielschulen und bekommen über die Einreichungen und die Hearings für unseren Wettbewerb einen guten Überblick über die Arbeiten junger Theatermacher*innen. Mit vielen der Künstler*innen, die Finalist*innen der Wettbewerbe waren, ergeben sich tragfähige und fruchtbare Arbeitsbeziehungen jenseits des Wettbewerbs. Dabei ist es uns wichtig, auch den großen Theaterraum zu öffnen. Exemplarisch hierfür stehen die Arbeiten von Milena Michalek mit YZMA (Koproduktionen und Stückentwicklungen: *Morsch, Abendsand, Spektakel Total!*; Eigenproduktion und Stückentwicklung: *Regime der Auster*) und Franz-Xaver Mayr (Koproduktionen und Stückentwicklungen: *Die großen Kinder unserer Zeit* und *Arme Gerechtigkeit, liegst im Bett und hast kein Kleid!*; Eigenproduktion und Stückentwicklung: *Der Anfang, das Ende*).

2.2. Gast- und Koproduktionen / Bar&Co

Bar&Co hat ein Fassungsvermögen von 50 Personen. Wir nutzen den Spielraum möglichst intensiv, da die vielen Anfragen seitens der Künstler*innen unsere Kapazitäten längst übersteigen. Diese ständig steigende Nachfrage führen wir auf den guten Ruf der Drachengasse und unsere engagierte Betreuung zurück.

Bar&Co ist im Vergleich mit dem Theater Drachengasse formal ein offener Raum. Betreut von Beate Platzgummer (Dramaturgie und Programmierung) und Michaela Pink (Projektbetreuung und Technik), steht dieser Raum fast ausschließlich *freien Produktionen* zur Verfügung. Das Programm ist heterogener als im Theater Drachengasse. Es ist experimentell, frech, schräg und geht weit über den Rahmen des Sprechtheaters im engeren Sinn hinaus.

Auswahlkriterien sind *Inhalt, künstlerischer Anspruch, Professionalität, Realisierbarkeit im gegebenen Rahmen und Enthusiasmus*.

2.2.1. Experimentierfeld, Labor, Sprungbrett

Bar&Co ist unsere Spielwiese für innovatives Sprechtheater, das sich in der Reibung an performativen Strategien ausformuliert und weiterentwickelt. Idealerweise korrespondieren die Theaterproduktionen in Bar&Co thematisch mit den Eigenproduktionen. Durch die engen Arbeitsbeziehungen mit den Finalist*innen des Wettbewerbs kristallisiert sich immer mehr eine gemeinsame Dramaturgie für beide Spielstätten heraus, da wir schon sehr frühzeitig unsere thematische Suche für die Künstler*innen öffnen und durchaus auch Projekte anstoßen. Wichtig ist für uns aber, nicht dogmatisch zu sein. Uns interessieren alle Projekte, die ergebnisoffen auf aktuelle Thematiken setzen. Als Beispiel sei *Weißer Rauch – Pocahontas im Virginia-Megastore* von 3000Theater genannt.

Der alljährliche Nachwuchswettbewerb ist fixer Bestandteil des Programms von Bar&Co.

2.2.2. Kompetenz und Erfahrung

Uns ist es wichtig, ein solidarischer Partner auch für arrivierte Künstler*innen zu sein, von deren Qualität wir überzeugt sind, die aber auf Grund von Änderungen in der Förderpolitik oder beruflichen Umbrüchen aus Produktionszusammenhängen herausfallen. Wir beobachten, dass es oft Frauen sind, die beim Zerschlagen von Produktionsstrukturen den Verlust sämtlicher Produktionsmittel zu verkraften haben. Es ist uns ein Anliegen, für Projekte und Künstler*innen offen zu sein, die von Diskontinuitäten betroffen sind, bzw. mit ihrer Ästhetik oder ihren Inhalten quer zum Mainstream der Szene stehen.

2.2.3. Literarisches

Der sehr sprachzentrierte Ansatz der Drachengasse zeigt sich auch in der regelmäßigen Präsentation von Autor*innenlesungen, szenischen Lesungen, Lyrikperformances, literarisch-musikalischen Programmen, Buchpräsentationen, sowie Adaptationen literarischer Texte für das Theater. Auch hier kommen vor allem Frauen zu Wort, etwa Katharina Tiwald mit *Marinas letzte Briefe*.

2.2.4. Starke Frauen

Mit dem Wiener porträttheater koproduzieren wir regelmäßig Stücke über starke Frauen in Wissenschaft, Politik und Kunst. In ihren Stücken verbinden die Theatermacherinnen Anita Zieher und Sandra Schüddekopf die Sichtbarmachung herausragender Frauen mit einer konsequenten Recherche zur Vermittlung von Wissen mittels kreativer Ausdrucksformen wie jener des Schauspiels, des Films und anderer Formen der darstellenden Kunst. Die Koproduktionen *Curie_Meitner_Lamarr_unteilbar*, *Geheimsache Rosa Luxemburg*, *Arbeit, lebensnah – Käthe Leichter und Marie Jahoda*, sowie *Mathematische Spaziergänge mit Emmy Noether* wurden zu Gastspielen in Australien, Belgien, Dänemark, Deutschland, Großbritannien, Iran, Niederlande, Polen, Rumänien, Schweden, Schweiz, Spanien, Ukraine, Ungarn und USA eingeladen.

2.2.5. Schnelle, freche Programme

ergänzen und erweitern den Spielplan in Bar&Co. In kürzeren Spielserien zeigen wir Programme, die ohne großen Aufwand und relativ kurzfristig auf die Bühne gestellt werden können. Sie sind im Bereich Cross-Over Theater/Musik/Comedy oder Improtheater angesiedelt.

Improtheater: regelmäßige Vorstellungen in deutscher und englischer Sprache, als Serien im Abendprogramm, als Nightline und als stark nachgefragte Vormittagsvorstellungen für Schulklassen.

Musikalisches: Musikschiene (durchschnittlich zweimal im Monat) und Spurwechsel (zweiwöchiges theatrales Musikfestival), kuratiert von Gordana Crnko, und andere musikalische und musikalisch-theatrale Spielserien.





3. Nachwuchsförderung

Wir sehen unser Theater als einen Ort, an dem es einer jungen Generation von Theatermacher*innen ermöglicht wird, mit bestmöglicher Unterstützung ihre Projekte zu realisieren. Viele Orte gibt es diesbezüglich nicht in Wien. Deshalb ist es unser Ziel, ein verlässlicher und engagierter Partner für junge Künstler*innen zu sein. Über den Wettbewerb lernen wir die Künstler*innen kennen und bauen eine Arbeitsbeziehung auf mit dem Ziel, ihnen zeitnah eine Eigenproduktion im Theater Drachengasse anzuvertrauen.

3.1. Nachwuchsprojekte

Uns ist es wichtig, die jungen Theatermacher*innen, mit denen wir koproduzieren, nachhaltig zu fördern. Wir unterstützen die Gruppen mit Produktionskostenzuschüssen und bieten eine optimale Betreuung.

Der jährliche Nachwuchswettbewerb ermöglicht uns, Kontakte zu jungen Theatermacher*innen zu knüpfen. Wenn irgend möglich, bieten wir den Teilnehmer*innen in den Folgejahren die Gelegenheit, Projekte in Bar&Co zu präsentieren. Wir sind undogmatisch, das heißt, dass auch Künstler*innen zum Zug kommen können, die es zum Beispiel auf Grund eines zu großen Formats des Projektes nicht ins Finale des Wettbewerbs geschafft haben, uns aber bei den Hearings überzeugt hatten. Als Beispiel sei *Middle Management of Happiness* von Katrin Hammerl genannt (verschoben auf Herbst 2021 wegen der COVID-19-Pandemie).

3.2. Nachwuchswettbewerb

Der alljährliche Nachwuchswettbewerb ist eine Aufforderung an junge Künstler*innen, eigene Projekte zu entwickeln, und bietet die Chance, sich erstmals einer breiteren Öffentlichkeit in einer längeren Spielserie zu präsentieren. Unser Wettbewerb wird in der ganzen deutschsprachigen Theaterszene wahrgenommen und hat uns als Haus auf der Landkarte junger Theatermacher*innen einen renommierten Platz verschafft.

Wir laden junge Schauspieler*innen und Regisseur*innen ein, Konzepte für Kurzprojekte zu einem vorgegebenen Thema einzureichen. Aus den durchschnittlich 60 Projektvorschlägen, die bei uns aus dem gesamten deutschsprachigen Raum einlangen, wählen wir vier Projekte/Gruppen aus. Sie erhalten ein Budget von je € 6.000.-, die Gelegenheit, drei Wochen in der Drachengasse zu proben und anschließend ihre Arbeit in einer Spielserie von 16 Tagen zu präsentieren. Wir begleiten die Proben mit Produktionsdramaturgie bzw. Coaching. Die Gewinner*innen des Wettbewerbs werden über Publikumsabstimmung bzw. Juryentscheid ermittelt.

Die Zusammensetzung der Jury zielt auf einen möglichst hohen Grad der Vernetzung ab, um den Künstler*innen weitere Chancen zu eröffnen. Diese Saison hatten wir für die Jury Cornelia Anhaus (WERK X-Petersplatz), Veronika Steinböck (Kosmos Theater Wien) und Katalin Erdődi (Kuratorium für Theater, Tanz und Performance in der Stadt Wien) angefragt. Das Finale des Wettbewerbs *Jetzt erst recht* müssen wir wegen der COVID-19-Pandemie aber in die nächste Saison verschieben.

Der Jurypreis ist in den letzten Jahren mit € 5.000.- von der Kulturabteilung der Stadt Wien großzügig

unterstützt worden. Auf Wunsch des Kuratoriums für Theater, Tanz und Performance in der Stadt Wien wird es ab 2022 keine direkte Unterstützung des Jurypreises seitens der Stadt Wien mehr geben, um sich nicht dem Vorwurf einer Bevorzugung der Künstler*innen des Wettbewerbs auszusetzen. Wir haben uns darauf geeinigt, dass wir die Jurypreisgelder für die nächsten vier Jahre in unsere Kalkulation hineinnehmen. Die Mitglieder des Kuratoriums wollen den Wettbewerb aber weiterhin als Juror*innen begleiten. Wie bisher werden wir das Preisgeld von € 5.000.- verdoppeln. Mit diesem Produktionsbudget kann das Jurypreis-Projekt in der Folgesaison in einer abendfüllenden Version erarbeitet werden, die in einer zweiwöchigen Spielserie in Bar&Co gezeigt wird.





4. Kulturvermittlung

Kulturvermittlung ist uns ein wichtiges Anliegen. Unser Anspruch, Theater für alle zu machen, bedeutet auch, Strategien zu entwickeln, weniger geübten Zuschauer*innen unsere Arbeit und die Kulturtechnik Theater näherzubringen und die Lust an Neuem zu wecken.

Wir sprechen neue Publikumssegmente direkt an, vor allem durch Zielgruppenarbeit im Rahmen der engen Grenzen der EU-Datenschutz-Grundverordnung. Es bedarf besonderer Anstrengungen, Kooperationspartner*innen und Neukontakte, die mit Theater nicht so vertraut sind, sowie Pädagog*innen und Schüler*innen für unser nicht ganz so leicht konsumierbares Programm zu interessieren. Durch unsere jahrelange, individuelle, konsequente und nachhaltige Kulturvermittlungsarbeit ist es uns gelungen, einen Stammkund*innenkreis aufzubauen, der sich durch Mundpropaganda laufend vergrößert. Wir sind auf den persönlichen und direkten Kontakt mit unseren Zielgruppen angewiesen, da wir mit unserem Werbe-Etat mit finanzkräftigeren Institutionen nicht wirklich konkurrieren können. Besonders bemühen wir uns um junge Zuschauer*innen. Mittlerweile werden ca. 950 Pädagog*innen unterschiedlichster Schultypen und ca. 40 Kooperationspartner*innen regelmäßig über unsere aktuellen Theaterangebote informiert. Das sind die besten Multiplikator*innen.

Kathrin Kukulka-Lebisch betreut diesen Bereich mit großem Erfolg.

4.1. Start up – Junges Theater Drachengasse

Die Drachengasse bietet seit Jahren kontinuierliche Kulturvermittlung für Schulen an. Dank engagierter Pädagog*innen machen die Schüler*innen aus Wien und den Bundesländern einen konstanten Teil unseres Publikums aus.

Jede Saison geben wir einen Folder für Lehrende und Lernende mit unseren Angeboten der Kulturvermittlung heraus: *Start up – Junges Theater Drachengasse*.

4.2. Die Schule kommt ins Theater

Wir bieten neben besonders günstigen Gruppenpreisen für Abendvorstellungen und speziellen Vormittagsvorstellungen für Schüler*innengruppen eine Reihe von Begleitprogrammen an: vor- und nachbereitende Gespräche mit der Theaterleitung und den Künstler*innen, Backstageführungen „Wie funktioniert Theater?“, Probenbesuche, etc.

Die Backstageführungen, die besonders gerne von Berufsschulen gebucht werden, nutzen wir auch, um das Theater als Berufsfeld zu präsentieren, das auch jenseits des künstlerischen Bereichs Chancen und interessante Berufsbilder bietet.

Da alle Aktionen wesentlich vom Engagement der Pädagog*innen abhängen, bieten wir den Lehrenden die Möglichkeit, alle Generalproben gratis zu besuchen und laden sie im Herbst zu unserer Pressekonferenz für Lehrende und zur Spielplanpräsentation ein.

4.3. Das Theater kommt in die Schule

Wir bieten verschiedene Programme direkt in den Schulen an, wie Workshops und Jahresprojekte. Mit unseren Workshops können wir ganz unmittelbar auf die Erlebniswelten der Schüler*innen der 8.–13. Schulstufe eingehen. Alles kann Material werden: der Alltag im Schul- und Lehrbetrieb, die Vorstellungen vom Leben und der Zukunft oder auch ganz konkrete Lehrinhalte. Auch hier ist uns wichtig, dass die Inhalte mit Mitteln des Theaters bearbeitet werden und die Schüler*innen neue Ausdrucksmöglichkeiten kennenlernen.

Durch das außergewöhnliche Engagement der Diplom-Pädagogin Ingrid Schwarz der Berufsschule für Verwaltungsberufe Embelgasse gibt es seit 2011 ein Jahresprojekt mit jeweils einer Klasse, das in Bar&Co präsentiert wird.

Um den Aufwand der Künstler*innen für diese Aktivitäten bezahlen zu können, sind wir auf das gut funktionierende System der Förderungen von KulturkontaktAustria/OeAD/culture connected, KUS und Elternvereinen angewiesen.

4.4. Berufsschüler*innen

Es ist uns ein Anliegen, auch Berufsschüler*innen zu erreichen. In den letzten Jahren haben wir einen intensiven Kontakt zu den Wiener Berufsschulen für Handel und Administration, für Industrie, Finanzen und Transport und für Verwaltungsberufe aufgebaut. Lehrlinge für unsere Arbeit zu interessieren, ist eine besondere Herausforderung. Die meisten von ihnen haben selten oder noch nie ein Theater besucht. Wir versuchen, mit unseren maßgeschneiderten Angeboten, Hemmungen abzubauen und Partizipation zu ermöglichen.

4.5. Zehn Jahre Kooperation Theater Drachengasse und BS für Verwaltung

Die Berufsschule für Verwaltungsberufe und das Theater Drachengasse können auf ein Jahrzehnt gemeinsamer Theaterarbeit mit 150 beteiligten Schüler*innen zurückblicken.

In den Jahresprojekten erarbeiten die Berufsschüler*innen eigene Theatertexte, assoziierend aus ihren Lebens- und Berufswelten, und machen Theater, wobei sie sämtliche Aufgaben im Produktionsprozess einer Theateraufführung übernehmen und dadurch diese oft neuen Themen- und Arbeitsbereiche kennenlernen. Die Teilnehmer*innen finden verschiedene Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten vor und können ihren Beitrag selbstbestimmt steuern. Die Jahresprojekte sind ergebnisoffen gestaltet, es muss nicht zwingend eine Theateraufführung entstehen, auch andere Formate wie Ausstellungen und audiovisuelle Dokumentationen sind möglich. Neben der Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Thema wird den Jugendlichen die Erfahrung ermöglicht, dass sie ihrer Sicht auf die Welt eine Bühne geben können.

Theaterspielen setzt schöpferische Prozesse in Gang, bei denen man anfänglich nicht weiß, was am Ende herauskommt, man sucht nicht, sondern findet. Diplom-Pädagogin Ingrid Schwarz

Wir begrüßen das neue Förderprogramm der Stadt Wien für Kulturvermittlung KulturKatapult sehr. Allerdings finden wir es sehr bedauerlich, dass partizipative Basisarbeit, die vor allem nach innen wirkt und nicht auf große Außenwirkung setzt, zwar den Förderkriterien zu entsprechen scheint, bei der Auslobung der Projekte der Fokus aber auf Innovation gelegt wurde. Wir werden mit unserer nachhaltigen Arbeit in diesem Bereich zurückverwiesen auf die bisherigen – vergleichsweise – niedrigen Fördertöpfe.

THAT
DIDN'T
WORK
OUT





5. Gender Mainstreaming

Nach einer Phase, in der vermehrt Frauen bei den Besetzungen von Leitungspositionen in großen Wiener Theatern zum Zug kamen, sind wir wieder in der „Normalität“ angekommen. Die Frauen, die Häuser geleitet hatten, die von akuten ökonomischen Krisen oder der Verwaltung dauerhafter Unterdotierung betroffen waren, wurden durch Männer ersetzt, die deutlich bessere budgetäre Bedingungen vorfinden. Hier reproduziert sich ein Muster, das auch in der Privatwirtschaft zu finden ist. In Zeiten des Mangels dürfen Frauen mit ihrer – ihnen zugeschriebenen – besonderen sozialen Kompetenz Schrumpfungsprozesse anleiten, um dann in Zeiten der Fülle wieder von „genialen Machern mit großen Visionen“ ersetzt zu werden.

Ganz grundsätzlich können wir feststellen, dass etwa 60% der Berufsanfänger*innen am Theater Frauen sind, aber nur ganz wenige von ihnen sich in die gut dotierten Bereiche vorarbeiten können. Dort, wo was zu holen ist, fehlen die Frauen. Ob die ökonomische Krise im Zuge der COVID-19-Pandemie diese strukturellen Ungleichgewichte verschärft, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht absehen. Es zeichnet sich aber ab, dass die Auswirkungen auf alle „effeminierten“ Arbeitszusammenhänge brutaler sein werden, als in den gut bezahlten Bereichen.

In diesem Punkt passt das Label des Frauentheaters auf die Drachengasse, da unsere knappen Budgets ein außergewöhnliches Engagement aller Beteiligten erfordern, das sich nicht über die Vorstellung „Leistung muss sich lohnen“ definiert und immer noch mit Selbstaussbeutung einhergeht. Das zeigt auch der Vergleich der Gehaltsschemata der Wiener Theaterhäuser, die sich im PAKT WIEN zusammengeschlossen haben. Das Theater Drachengasse hat eine extrem flache Gehaltspyramide. Unsere Leitungsgehälter bewegen sich auf dem Niveau von Abteilungsleiter*innen vergleichbarer Wiener Häuser.

5.1. Frauentheater?

Unsere Arbeit steht in einer emanzipatorischen Tradition mit dem Schwerpunkt der konkreten Förderung von Frauen in unserem Berufsfeld. Wir beschränken uns nicht auf feministische Themen, sondern reklamieren die ganze Welt als Stoff unserer Arbeit. Wichtiger als ein provokantes Politisieren ist uns die Durchsetzung einer emanzipatorischen und partnerschaftlichen Praxis im Betrieb, mit den Künstler*innen, in der Wahl unserer Inhalte und in der Repräsentation von Frauen auf der Bühne. Allzu oft wird auf Bühnen eine Weltsicht proklamiert, die von den Produktionsverhältnissen krass konterkariert wird. Es ist uns ein Anliegen, die Praxis mit den Inhalten in Einklang zu bringen.

5.2. Ein Denkanstoß

Heute leben wir in einem gesellschaftspolitischen und wirtschaftlichen Umfeld, das alle emanzipatorischen Strategien auf ihr Potenzial, aus dem Menschen den Konsumenten zu „befreien“, reduziert und pervertiert. Es stellt sich die Frage, wie diesem Primat der totalen Liberalisierung mit künstlerischen Mitteln und Strategien zu begegnen wäre, um die Idee der Emanzipation neu zu reklamieren.

Wir wünschen uns ein breit angelegtes Symposium, das feministische, Gender- und queere Diskurse verknüpft mit Möglichkeiten und Erfahrungen theatraler Strategien. Ziel wäre ein Festival, das alle Wiener Theater einlädt, sich mit Produktionen zu beteiligen.

Das Symposium/Festival kann nicht Teil unseres Konzepts sein, da es unsere Möglichkeiten sprengt. Wir wollen aber eine Diskussion anstoßen und würden im Falle einer Realisierung unsere Infrastruktur und unsere Beziehungen zur Verfügung stellen.

6. Marketing

Das Produkt

Unser puristischer Ansatz – zeitgemäße Themen, zeitgenössische Dramatik, Konzentration auf Schauspiel – hat viele Anhänger*innen.

Die Tatsache, dass die Besucher*innenzahlen der Drachengasse konstant sind und die durchschnittliche Auslastung bei über 80% liegt, zeigt, dass unsere Art Theater zu machen unser größtes Plus in allen Fragen des Marketings ist. *Wir haben ein gutes Produkt.*

Das Publikum

Unser Programm spricht sehr heterogene Zuschauer*innengruppen an, was Alter und soziale Herkunft betrifft. Wir richten unser Programm nicht auf eine segmentierte Zielgruppe aus. Die gelungene Koexistenz von jungen und älteren Künstler*innen am Haus spiegelt sich in den Altersgruppen im Publikum. So finden sowohl die Arbeiten arrivierter Künstler*innen als auch die Nachwuchs-Produktionen ihr Publikum. Diese Streuung der Altersgruppen sehen wir auch bei unseren Eigenproduktionen, mit einer Häufung der 30- bis 40jährigen. Wie in allen Theatern ist der Frauenanteil im Publikum deutlich höher als der Männeranteil.

Die Beiträge in unserem Publikumsforum lassen auf Menschen schließen, die über einen gewissen Bildungsgrad verfügen und intellektuelle Auseinandersetzung und schwierige Themen schätzen, sofern ein emotionaler Zugang möglich ist. Eine Analyse der Beiträge zeigt, dass folgende Bereiche am häufigsten kommentiert werden (gereiht nach Anzahl der Nennungen): Thema/Stück, Schauspieler*innen, Inszenierung.

Die Strategien

Basis-Werbung

Publikumsbindung

Neukunden-Anwerbung

Wir gehen von folgenden Überlegungen aus:

Unser Werbebudget ist klein, Qualität geht vor Quantität.

Wir wenden uns nicht an eine diffuse Kundenmasse, sondern gezielt an Menschen, die sich für unsere Art des Theaters interessieren.

Unsere Erfahrung zeigt, dass Mundpropaganda der wichtigste Werbefaktor ist.

Wir nutzen Social Media, um Neukunden und jüngeres Publikum anzusprechen.

Wir vernetzen uns mit Organisationen und bewerben Zielgruppen, die sich aus der Thematik der Stoffe ergeben.

Ein Theaterbesuch ist ein komplexes Erlebnis. Der „Wohlfühlfaktor“ spielt genauso eine Rolle wie die Kunstrezeption.

6.1. Basis-Werbung

Da wir nur über ein geringes Werbebudget verfügen, versuchen wir, die vorhandenen Mittel möglichst effizient einzusetzen. Flächendeckende und breit gestreute Maßnahmen wie Plakatwerbung oder Inserate sind sehr kostspielig und stehen in direkter Konkurrenz zu finanzkräftigeren Institutionen. Der Aufwand für diese Maßnahmen steht in einem ungünstigen Verhältnis zur Wirkung. Wir sprechen potenziell interessierte Menschen möglichst direkt an und erhöhen dadurch die Effizienz unserer Werbemittel.

Wir setzen auf *Kontinuität und Wiedererkennbarkeit* in der graphischen Gestaltung unseres Werbeauftritts, sowie auf Klarheit in der Formulierung der Inhalte. Die Marken *Theater Drachengasse* und *Bar&Co* sind bestens eingeführt und die beiden Logos bestehen in ihrer Zeitlosigkeit.

Allgemeine Werbemaßnahmen sollen hier nur cursorisch genannt werden, da sie sich kaum von den Maßnahmen anderer Theater unterscheiden:

PR- und Öffentlichkeitsarbeit: regelmäßige und ausführliche Information der Medien (Print, Funk, TV, Online), Angebot von kostenfreiem Werbematerial (Fotos, Video- und Audiomaterial), Angebot von exklusiven Inhalten (Interviewtermine mit Autor*innen etc.), Zusammenarbeit mit der Agentur artphalanx für die Koproduktionen und den Wettbewerb

Internet-Auftritt: übersichtliche und tagesaktuelle Homepage mit guter Usability, Kulturplattformen, Beispielen von Social Media-Kanälen (facebook, twitter)

Plakate und Inserate für den gezielten Einsatz nach Maßgabe des geringen Budgets

Imagekampagne mit Kärtchen, Plakat und Giveaways, Stand auf unileben Messe für Studierende

Start up-Folder zur Präsentation der Kulturvermittlungsprogramme

Austausch von Inseraten mit Kooperationspartnern, Medienkooperation mit DER STANDARD

Kartenbüros, Club Ö1, Kooperationspartner, etc.

Kartenverlosung im Internet und in Zeitungen

6.2. Publikumsbindung

Die Drachengasse hat sich über Jahre ein Stammpublikum aufgebaut, das die Vorstellungen regelmäßig besucht. Wir schätzen, dass etwa 15% der Zuschauer*innen zu diesem Segment gehören und die Drachengasse mehrmals pro Jahr besuchen.

Jahresspielplan

Unser wichtigstes Werbemedium ist der Jahresspielplan. Er erscheint im Herbst und bietet einen Überblick über alle Produktionen der Saison. Er wird an 4500 Stammadressen sowie einschlägige Institutionen wie Schulen, Volkshochschulen, Programmkinos, Kooperationspartner etc. versandt.

Spielplanpräsentation

Der Spielplan wird zu Saisonbeginn in einer Spielplanpräsentation vorgestellt, bei der alle geplanten Produktionen in Form eines 3-Minuten Ausschnitts angerissen werden. Es werden nicht nur Vertreter*innen der Medien, Subventionsgeber und Publikumsorganisationen eingeladen, sondern auch

Pädagog*innen, langjährige Abonnent*innen und „Meinungsmacher*innen“. Bei der Spielplanpräsentation treffen sich viele der Künstler*innen aus den unterschiedlichen Produktionen zum ersten Mal und wachsen bei dieser gemeinsamen Aktion zusammen – ein wesentlicher Aspekt für die Integration aller Bemühungen.

Direct mailing/Newsletter

Eigenproduktionen und freie Produktionen werden mittels eines Monatsprogrammes sowie Infokärtchen beworben, die an ca. 3500 Personen, die sich in unserer Adressdatei eingetragen haben, verschickt werden. Weitere 4000 Personen werden per Newsletter bzw. Online-Flyer verständigt.

Publikumsforum

Wir haben einen besonders engen Austausch mit unserem Publikum. Wir erhalten regelmäßig Kommentare zu Stücken und veröffentlichen sie – egal ob positiv oder negativ – auf unserer Webpage. Das Publikumsforum unserer Webpage wird häufig besucht. (<http://www.drachengasse.at/publikumsforum.asp>).

Drachengasse Abo

Wir legen ein Wahlabo für jede Saison auf, die Stücke stehen fest, die Termine können frei gewählt werden. Abgesehen von den Zuschauer*innen, die ein Abo direkt buchen, kaufen viele Stammkunden auch Abos und Freie-Stückwahl-Karten als Geschenk.

Komm wieder-Karte

Seit der Saison 18/19 legen wir eine Stempelkarte auf, ein einfaches und beliebtes Angebot zur Kundenbindung. Wer viermal kommt, bekommt beim fünften Mal eine Freikarte.

Social Media

Über unsere Social Media-Kanäle stehen wir mit derzeit 5000 Followern in Kontakt, die mit Informationen zu unserem Programm, Gewinnspielen und exklusivem Online Content bespielt werden.

Der Wohlfühlfaktor

Ein wesentlicher Faktor ist das Ambiente des Theaters. Die Möglichkeit, sich in Bar&Co vor und nach der Vorstellung zu treffen, wird sehr gerne von unserem Publikum angenommen. Wir legen Wert darauf, dass das gesamte Personal der Drachengasse (inklusive Kasse, Garderobe, Büro, Technik und Bar) über die Stücke Bescheid weiß und darüber Auskunft geben kann.

Probleme haben wir, wenn beide Räume gleichzeitig bespielt werden und ausverkauft sind. Dann platzt das Foyer aus allen Nähten, was gelegentlich für Unmut bei den Besucher*innen führt. Wir sehen aber keine Möglichkeit, das zu ändern, ohne das Gesamtkonzept der Drachengasse zu kippen.

6.3. Neues Publikum gewinnen

6.3.1. Nachwuchspublikum

Durch unsere breite und kontinuierliche Zusammenarbeit mit der jungen Wiener Szene hat sich auch unser Publikum ganz wesentlich verjüngt. Wir machen die Erfahrung, dass die jungen Zuseher*innen mit avancierten Erzähltechniken der zeitgenössischen Dramatik weit weniger Schwierigkeiten haben als älteres Publikum.

Neben den Nachwuchs-Produktionen finden vor allem die Impro-Formate, wie etwa die *Late-Night-Show*, großen Anklang beim jungen Publikum. Die späte Beginnzeit integriert sich gut in die Ausgewohnheiten junger Erwachsener. Der interaktive Charakter der Impro-Programme in deutscher und englischer Sprache und der Spaßfaktor dieser Formate bieten einen niederschwelligeren Zugang zum Theater, der gerne angenommen wird.

Die Freizeitindustrie und das große kostenfreie Eventangebot der Stadt buhlen um das junge Publikum mit Mitteln, von denen wir nur träumen können. Auch hier setzen wir auf intensive und gezielte Kleinarbeit und Kontakte mit einschlägigen Organisationen.

Die Programme, die wir speziell für Schulen anbieten, wurden bereits im Kapitel Kulturvermittlung vorgestellt. Durch unsere sehr kundenorientierte Betreuung der Pädagog*innen haben wir uns ein stetig nachwachsendes Stammpublikum für Vormittagsvorstellungen und ausgewählte Abendvorstellungen erarbeitet. Wir erleichtern den ersten Schritt ins Theater und ermöglichen, dass der Funke der Theaterbegeisterung überspringen kann.

Social Media sind unerlässlich für das Marketing im Bereich junger Zuschauer*innen. Deshalb ist uns die Bespielung dieser Kanäle sehr wichtig. Da die jungen Theatermacher*innen einen sehr selbstverständlichen Umgang mit den Möglichkeiten der Social Media haben und von vornherein Marketing als Mittel der Selbstvermarktung begreifen, kommt es hier zu wertvollen Synergien mit unseren Bemühungen und zu einer signifikanten Mobilisierung von neuen Zuseher*innen.

6.3.2. Themenbezogene Publikumswerbung

Je nach Thema des Stücks machen wir einschlägige Publikumsgruppen aus, die wir im Rahmen unserer Kulturvermittlung ansprechen (Seite 22). Darüber hinaus bieten wir Podiumsdiskussionen mit Expert*innen an.

Beispiel:

Podiumsdiskussion zum Thema *Freitod in der Familie* anlässlich der Produktion *All das Schöne* von Duncan Macmillan, Podiumsdiskussion zum Thema *Was tun gegen den Pflegenotstand?* anlässlich der Produktion *Tag des Zorns* von Árpád Schilling, Éva Zabezsinszkij, Podiumsdiskussion *Heimat – ein umkämpfter Begriff* anlässlich der Produktion *Ein Haus in der Nähe einer Airbase* von Akin Emanuel Şipal

6.3.3. Allgemeines

Flyer

Zu allen Produktionen gibt es Flyer bzw. Infokärtchen, die an unsere Adressen verschickt werden, den Gruppen zum Verteilen bereitgestellt werden und in passenden Institutionen aufliegen.

Tourismus

Wir kooperieren mit Easy City Pass Wien.

Kooperationen

Wir kooperieren in unterschiedlichster Weise mit zahlreichen Publikums- bzw. Bildungsorganisationen, z.B. Club Ö1, Volkstheater Bezirke, Hunger auf Kunst und Kultur, Integrationswoche, Europäische Thea-

ternacht, mdw Universität für Musik und darstellende Kunst, Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Med Uni Alumni Club, Med Uni Betriebsräte, Veterinärmedizinische Fakultät, WU ÖH Kulturreferat, Volkshochschulen, Berufsbildende Schulen, ZSK Zentrum für Schulische Kulturarbeit, Wiener Bildung, Amerika Institut, Kolping Österreich, UnicreditGroup, Verbund, Wien Energie Extra Würstel, AK, stadtbekannt.at, Neue Wiener, pflegenetz, Singles Aktiv, ab5zig Wiener Senioren, Family Extra Card, Bonusticket, Restkartenbüro Jirsa, Joes Reiseclub, ÖGB Kulturlotsinnen.

Jugendabonnement der Stadt Wien

Wir sind durch unsere langfristige Planung ein verlässlicher Partner für das Theater der Jugend. Das Abo-Publikum hat sich in den letzten Jahren weiter verjüngt, was für die Akzeptanz unseres Spielplanes nicht unwichtig ist.

Anzeigenschaltungen

Punktuell und sehr gezielt schalten wir Inserate im FALTER und auf SIMS Internetportal Kultur. Durch die Medienkooperation mit DER STANDARD konnten wir auf der Basis des gegenseitigen Anzeigenaustausches unsere Präsenz in diesem Medium deutlich erhöhen.



7. Organisation

Trägerorganisation ist die Drachengasse 2 Theaterges.m.b.H., Gesellschafterinnen sind Johanna Franz, Eva Langheiter und Emmy Werner, Geschäftsführerin und Konzessionsinhaberin ist Katrin Schurich.

Das Team

Die interne Organisation der Drachengasse zeichnet sich durch eine flache Hierarchie und eine flache Gehaltspyramide aus. Darin drückt sich unsere politische Haltung aus, die dem Prinzip einer partnerschaftlichen Praxis verpflichtet ist. Diese Praxis ist die Voraussetzung für eine intensive Zusammenarbeit, die von gegenseitigem Respekt getragen ist, von allen Mitarbeiter*innen ein hohes Maß an Selbstorganisation verlangt und Verantwortung für den eigenen Arbeitsbereich in die Hand gibt. Nicht zuletzt ermöglicht sie den sehr kostengünstigen Betrieb des Theaters.

Wir sind ein Team, in dem alle an einem Strang ziehen. Es gibt niemanden, der „Dienst nach Vorschrift“ macht. Voraussetzung ist eine starke Identifikation aller Beschäftigten mit dem Theater und ein außergewöhnliches Engagement. Alle grundsätzlichen Entscheidungen bezüglich Spielplan und Finanzen werden von Beate Platzgummer und Katrin Schurich gemeinsam getroffen, alle Mitarbeiter*innen bringen aber die Erfahrungen ihres jeweiligen Arbeitsbereichs in anstehende Entscheidungen ein.

Es gibt klare Entscheidungsstrukturen, eine genaue Aufgabenverteilung und offene Kommunikationsstrukturen. Da die meisten Beschäftigten in mehreren Funktionen tätig sind, gibt eine Liste der permanent Beschäftigten und eine prozentuelle Zuteilung nach Bereichen das beste Bild der Gesamtstruktur wieder (Seite 40).

Der Personalstand ist für einen Betrieb von zwei Spielräumen extrem schlank. Derzeit sind 13 Angestellte, davon 2 Vollzeit, alle anderen zwischen 12 und 36 Stunden/Woche in der Drachengasse beschäftigt. Ergänzt wird diese Kerntruppe durch 10 geringfügig Beschäftigte nach Bedarf sowie diverse freie Mitarbeiter*innen für Pressebetreuung, Grafik, Fotografie, Videoaufzeichnungen etc.

Das Leitungsteam

Seit der ersten von Katrin Schurich programmierten Spielzeit ist unsere Zusammenarbeit sehr eng. Wir teilen uns die künstlerische Leitung gleichberechtigt und entscheiden auch alles Organisatorische und Administrative partnerschaftlich. Bei Katrin Schurich liegt der Schwerpunkt auf Gesamtplanung, Dramaturgie und Vertretung nach außen, bei Beate Platzgummer auf Produktionsleitung, Künstlerkontakten und Organisation.

Katrin Schurich Künstlerische Leitung und Geschäftsführung



Schon während ihrer Schulzeit spielte und lernte Katrin Schurich an der Elisabethbühne Salzburg und schloss ihre Ausbildung zur Schauspielerin mit der paritätischen Bühnenreifeprüfung in Wien ab. Bis 1993 arbeitete sie am Landestheater Salzburg und an der Elisabethbühne als Schauspielerin. Sie studierte Germanistik, Philosophie und Musikwissenschaft. Nach insgesamt acht Jahren im Engagement am Theater Bamberg und dem Schauspielhaus Salzburg ging sie nach Wien. Ihre Suche nach einer stärker inhaltsbezogenen und selbstbestimmten Arbeitsweise führte sie zur Regie. Seit 2004 arbeitete sie als Regisseurin und Produzentin. Sie war 2003 Preisträgerin des Autorenpreises Emscher Drama, sowie

Stipendiatin des Internationalen Forums des Berliner Theatertreffens 2007. Die Frustration über die schlechten Einkommensverhältnisse im freien Theater führte sie 2013 in die Wirtschaft. Sie arbeitete als Assistentin der Geschäftsführung bei wikifolio Financial Technologies GmbH. Seit Oktober 2015 ist Katrin Schurich Geschäftsführerin des Theater Drachengasse. Seit der Saison 2016/2017 teilt sie mit Beate Platzgummer die künstlerische Leitung.

Persönliche Stärken: Analytische Intelligenz, soziale Kompetenz, strategische Planung

Beate Platzgummer Künstlerische Leitung



Das Interesse für Literatur und Theater führte Beate Platzgummer von Beginn ihres Studiums (Germanistik, Geschichte, Philosophie an der Universität Wien) an in Kontakt mit der Wiener Theaterszene und dem Theater Drachengasse. Sie begann an der Kasse und im Betriebsbüro und war als Inspizientin und Hospitantin tätig. 1994 schloss sie ihr Studium ab und ist seit 1995 hauptberuflich im Theater Drachengasse tätig. Sie ist für die Programmierung und Organisation der Vorstellungen in Bar&Co verantwortlich, ist aber auch seit längerer Zeit in die Dramaturgie für die Eigenproduktionen involviert und wirkt in allen Bereichen des öffentlichen Auftritts des Theaters mit. Beate Platzgummer ist seit Beginn des jährlichen

Nachwuchswettbewerb 2008 Mitglied der Auswahljury für die Finalist*innen und übernimmt die gesamte organisatorische Verantwortung. Die intensive Arbeit mit diesen Projekten und ihren Akteur*innen verschafft ihr einen breiten Überblick über die aktuelle junge Szene und innovative Entwicklungen. Internationale Kontakte schloss sie unter anderem im Rahmen des Projektes *Töchter und Söhne* 2011/12. Persönliche Stärken: Organisatorische und logistische Kompetenz, Krisenmanagement, Erfahrung und gute Kontakte

Jahresprogramm 2022

Verbunden durch die thematische Klammer eines Spielzeitmottos, das zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht feststehen kann, planen wir folgende Produktionen:

Vier Eigenproduktionen

Premierentermine: Jänner, März, Mai und Oktober 2022

Geplant sind vier Premieren neuer Stücke oder Stückentwicklungen. Sandra Schüddekopf wird eine Regie übernehmen, für die anderen Positionen sind wir mit den Regisseur*innen Franz-Xaver Mayr, Esther Muschol, Milena Michalek, Valerie Voigt-Firon, Karin Koller und dem Performance-Kollektiv Dorn ° Bering im Gespräch.

Da wir in unserer Spielplangestaltung sehr unmittelbar auf das Angebot an Neuerscheinungen der Verlage und auf Neuentdeckungen auf dem Autor*innen-Markt reagieren, können wir noch keine konkreten Texte angeben.

Nachwuchswettbewerb

Für Frühjahr 2022 ist das Finale des Wettbewerbs geplant. Die Ausschreibung, die ein Thema vorgibt, erfolgt im Juni 2021, die Einreichfrist wird im November 2021 zu Ende gehen. Thematisch wird sich die Ausschreibung an das Jahresmotto anlehnen.

Vier Koproduktionen

Wir planen vier Koproduktionen mit Gruppen aus der freien Szene. Da die Gruppen sehr kurzfristig planen und abhängig sind von den Förderentscheidungen des Kuratoriums, können wir zum jetzigen Zeitpunkt keine konkreten Projekte nennen.

Gastproduktionen

Englischsprachige Programme

Wir planen eine Frühjahrs-Show und eine Weihnachts-Show mit den English Lovers, sowie zwei Produktionen zeitgenössischer Dramatik mit dem vienna theatre project.

Sonstige Gastproduktionen

Anfragen für Gastproduktionen erreichen uns in der Regel eher kurzfristig. Das heißt, wir können zum jetzigen Zeitpunkt keine konkreten Angaben über Anzahl und Inhalt abgeben.

Serien

Das musikalische Programm, kuratiert von Gordana Crnko, wird im Rahmen von durchschnittlich zwei Terminen pro Monat fortgesetzt.

Ebenfalls geplant ist die English Lovers *Late Night Theater Jam* mit zwei Terminen pro Monat, sowie eine deutschsprachige Impro-Serie.

Finanzierungsmodelle Drachengasse

1. Eigenproduktionen

Zur Gänze aus dem Jahresbudget der Drachengasse finanziert. Die Entscheidung über Stück, Dramaturgie, Regie, Besetzung liegt bei uns, wir greifen aber auch Vorschläge auf, die an uns herangetragen werden.

2. Gastproduktionen

Die Drachengasse ist nur Veranstalter, stellt Technik, Basiswerbung, Abendbetreuung, oft auch Probe-raum. Aufteilung der Einnahmen 70/30.

3. Koproduktionen

Voraussetzungen:

Übereinstimmung der künstlerischen Ziele. Es gibt ein gemeinsames inhaltliches Interesse an dem Projekt als Voraussetzung für partnerschaftliches Verhalten.

Klare Abmachungen. Verbindliche Abgrenzungen von Verantwortung und Finanzierung.

Rechtzeitige Terminplanung. Ein Projekt, das nicht zustande kommt, muss rechtzeitig durch ein anderes ersetzt werden können, um keine Ausfälle und Leerstände zu haben.

Vertrauen zwischen den Koproduktionspartner*innen – die wichtigste und zugleich wenig greifbare Voraussetzung. Für uns ist es wesentlich, dass unsere Partner*innen spüren, dass sie willkommen sind und dass die künstlerische Arbeit wichtiger ist als die Institution. Ohne Künstler*innen ist ein Theater kein Theater.

Modell A

mit einem Theater oder einer Gruppe, die selbst über Subventionen oder sonstige Geldmittel verfügt – Drachengasse und Theater/Gruppe teilen sich die Produktionskosten. Neben den evidenten finanziellen Vorteilen für beide Seiten heißt das, dass Produktionen mehr Publikum erreichen und dass sie über den lokalen Kontext hinaus wahrgenommen werden.

Modell B

mit einer Gruppe, die nicht oder nur unzureichend subventioniert ist. Die Drachengasse ermöglicht die Realisierung durch diverse Formen der Unterstützung: Produktionskostenzuschüsse, Einnahmengarantien, Werbung, Bühnenbau, professionelle PR etc.

Preisgestaltung

Die Kartenpreise in der Drachengasse liegen zwischen 9,50 und 19 € und sind stark gestaffelt.

Soziale Kriterien: Schüler*innen, Student*innen, Senior*innen, Hunger auf Kunst und Kultur

Belohnung für „Wiederholungstäter“: Wahl-Abo, Komm-wieder-Karte, Theaterdienstag, diverse Gruppenpreise

Kontakte zu Organisationen: THEWI, Stadtabo, Club Ö1, AK, Gewerkschaften, Wiener Seniorenbund, Wiener Bildung, Wien Energie etc.

Sponsoring

Trotz anhaltender Bemühungen ist es uns nicht gelungen, Sponsoren für nennenswerte Beträge zu gewinnen. Die Drachengasse ist zu klein, Sponsoren fördern lieber große Einzelevents als ein kontinuierliches Programm.

Gute Erfahrungen machen wir mit Sponsoring in Form von Gratisleistungen und Sachspenden. Im Bereich Bühne und Kostüm finden wir oft Sponsoren.

Bildnachweise

- Titelseite Nehle Breer und Karola Niederhuber in *Die großen Kinder unsrer Zeit* von Franz-Xaver Mayr Foto: Elisabeth Anna Brucker
- Seite 2 Florentin Groll und Heinz Weixelbraun in *Wasser* von Kateřina Černá Foto: Andreas Friess
- Seite 10 Nancy Mensah-Offei in *Weißer Rauch – Pocahontas im Virginia-Megastore* von Effe U Knust Foto: Barbara Pálffy
- Seite 16 Luis Lüps und Gottfried Neuner in *Abendstimmung Afrika Digitalprint* von Léon Engler Foto: Andreas Friess
- Seite 20 Reinhold G. Moritz, Sonja Romei und Sümeyra Yilmaz in *Ein Haus in der Nähe einer Airbase* von Akin Emanuel Şipal Foto: Andreas Friess
- Seite 24 Georg Bütow in *Cinema Perverso* von Florian Ronc Foto: Barbara Pálffy
- Seite 33 Grischka Voss in *Bulletproof* von Grischka Voss Foto: Andreas Friess
- Seite 35 Fotos: Andreas Friess
- Seite 39 Christoph Kail und Maria Strauss in *Grooming* von Paco Bezerra Foto: Andreas Friess
- Rückseite Silvan Frick und Reinhold G. Moritz in *Die großen Kinder unsrer Zeit* von Franz-Xaver Mayr Foto: Elisabeth Anna Brucker

