



KONZEPT 2018-2021

KLEIN, FEIN, SCHRÄG / THEATER FÜR ALLE

THEATER	
	DRACHEN GASSE



Das Theater Drachengasse ist eine **professionelle Bühne mit engster Bindung an die Wiener Szene freier TheatermacherInnen**. 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 TheatermacherInnen.

Unsere Kernkompetenz ist professionell umgesetztes **neues AutorInnentheater**, 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 TheatermacherInnen** liegt, sind wir offen für die Exzellenz erfahrener KünstlerInnen. 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 tragfähige Arbeitsbeziehungen mit jungen TheatermacherInnen an. Über unseren alljährlichen Nachwuchs-Wettbewerb lernen wir uns kennen, in der Folge vertiefen wir dann 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, Go4Culture und KUS, sowie unsere speziellen Angebote holen junge ZuschauerInnen ins Theater.

Unser Ansatz ist **international**, indem wir internationale Impulse vor Ort einbeziehen. Unser Nachwuchs-Wettbewerb wird im ganzen deutschsprachigen Raum und darüber hinaus wahrgenommen und FinalistInnen von außen vernetzen sich mit dem heimischen Nachwuchs in der direkten Zusammenarbeit. Wir zeigen internationale zeitgenössische Dramatik, kooperieren mit EURODRAM und spielen auch in englischer Sprache.

Mit der Saison 2016/2017 liegt die Künstlerische Leitung in den Händen von Beate Platzgummer und Katrin Schurich. 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 die Idee der Emanzipation zu retten.

Katrin Schurich und Beate Platzgummer



KONZEPT

Inhalt

1. Profil	3
1.1. Inhalt	
1.2. Kristallisationspunkt	
1.3. Professionalität	
1.4. Stil	
2. Das Modell Drachengasse	5
2.1. Eigenproduktionen	
2.2. Gast- und Koproduktionen	
3. Nachwuchsförderung	9
3.1. Nachwuchsprojekte	
3.2. Nachwuchswettbewerb	
4. Kulturvermittlung	11
4.1. Start up – Junges Theater Drachengasse	
4.2. Die Schule kommt ins Theater	
4.3. Das Theater kommt in die Schule	
4.4. Bildungsferne Schichten	
5. Gender Mainstreaming	13
5.1. Die Sache mit dem Gender	
5.2. Ein Denkanstoß	
6. Marketing	15
6.1. Basis-Werbung	
6.2. Publikumsbindung	
6.3. Neues Publikum gewinnen	
7. Organisation	20

Anhang:

Jahresprogramm 2018
Finanzierungsmodelle
Preisgestaltung
Sponsoring
Liste der permanent Beschäftigten
Kalkulation



1. Profil

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

1.1. 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 **kontroversielle 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, dem **weiblichen Blick auf die Welt** Raum zu geben.

1.2. Kristallisationspunkt

Die Wiener Szene lebt von den sich immer wieder in neuen Projekten und Zusammensetzungen gruppierenden KünstlerInnen. Diesem großartigen Pool an SpielerInnen, RegisseurInnen, DramatikerInnen, AusstatterInnen und MusikerInnen stehen wir als **Kristallisationspunkt** für Projekte zur Verfügung. Das gilt für unsere Eigenproduktionen und für die Gast- und Koproduktionen. Wir sind mit der Szene im Gespräch, geben Impulse und sind offen für Vorschläge. Wir definieren uns nicht als Zweck, sondern als Mittel zum Zweck. Unser Anliegen ist es, die richtigen Leute mit den richtigen Stoffen zusammenzubringen, ihnen Raum, Vertrauen und Unterstützung zu geben, damit sie in Ruhe arbeiten können.

1.3. Professionalität

Wir legen größten Wert auf **Professionalität**. Theatermachen ist auch ein Handwerk. Eine gute Idee und der Drang zur Selbstdarstellung genügen nicht. Wir sind immer auf der Suche nach interessanten KünstlerInnen, wir beschäftigen sowohl erfahrene RegisseurInnen und SchauspielerInnen als auch vielversprechende junge KollegInnen.

1.4. Stil

Unsere Produktionen sind durch die starke Setzung unserer Räume geprägt. Die große Nähe zwischen Publikum und SpielerInnen erlaubt eine Konzentration auf die einfachen – und gleichzeitig schweren – Aspekte des Theatermachens. Wir suchen nach einer Differenziertheit in Spiel und Text und einer Authentizität im Ton, die in der Unmittelbarkeit des Kontaktes und der Nähe zum Publikum bestehen und im Idealfall eine Intimität im Erleben ermöglichen, die größere Theater-räume nicht bieten können. Wir setzen auf die Verführungskunst unserer SchauspielerInnen, RegisseurInnen und AutorInnen. Die Überwältigung des Publikums mit Mitteln des Spektakels und der Eventkultur überlassen wir anderen.

Die architektonischen Besonderheiten des Theaterraums sind eine Herausforderung für unsere BühnenbildnerInnen. 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 in seiner Kontinuität verlässlicher und berechenbarer Partner für die KünstlerInnen zu sein.

Wir erhalten sehr viele Projektangebote. Wenigen gelingt es, sich über eine Projektförderung zu finanzieren. Wir sind daher dazu übergegangen, die Projekte, die wir koproduzieren, direkt zu unterstützen. Durch Maßnahmen wie substanzielle Produktionskostenzuschüsse, Einnahmengarantien, Übernahme von Tantiemen, Werbekosten und der Honorare für professionelle PR etc. ermöglichen wir vor allem jungen Teams, ihre Ideen mit überschaubarem Risiko umzusetzen. Nach wie vor ist der Selbstausschüttungsgrad für diese Gruppen aber extrem hoch, da wir die Projekte zwar unterstützen, nicht aber voll finanzieren können. Auch die Gastproduktionen können bei uns zu fairen Bedingungen arbeiten und werden bestmöglich unterstützt.

Wichtig ist uns, dass es zwischen Bar&Co und dem Theater Drachengasse mit seinen im Vergleich privilegierten Produktionsbedingungen für die KünstlerInnen Durchlässigkeit gibt. Das heißt, dass auch jungen TheatermacherInnen 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 **4 bis 5 Eigenproduktionen** mit einer Laufzeit von 4 bis 6 Wochen.

2.1.1. Stücke

Wir zeigen fast ausschließlich **Erst- und Uraufführungen**. Das damit verbundenen Risiko tragen wir gerne. Die Suche nach neuen AutorInnen 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 ganz puristischen **Interpretieren neuer dramatischer Texte**. Wir sind aber auch offen für 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.

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.

Gelegentlich vergeben wir auch Stückaufträge an AutorInnen.

2.1.2. AutorInnen

Wir setzen auf eine Mischung aus **Neuentdeckungen** wie Christiane Kalss, Thomas Köck und Leon Engler – den wir über unseren Nachwuchs-Wettbewerb schätzen gelernt haben und der inzwischen vom Henschel Verlag Berlin vertreten wird – und **bekanntem AutorInnen** wie Juli Zeh oder Rebekka Kricheldorf.

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 Autorenförderung**. Über Sandra Schüddekopf, die regelmäßig bei uns inszeniert, haben wir einen direkten Einblick in die Förderprogramme von Uni-T Graz. Da unser jährlicher Nachwuchs-Wettbewerb inzwischen im gesamten deutschsprachigen Raum wahrgenommen wird, ergeben sich auch über Projekteinreichungen Kontakte zu jungen AutorInnen aus den Schreiblehrgängen der Universitäten.

Relativ neu ist die Zusammenarbeit mit **EURODRAM**, dem europäischen Netzwerk für zeitgenössische Dramatik. Mit Ulrike Syha, der Leiterin des deutschsprachigen Komitees, verbindet uns eine langjährige Arbeitsbeziehung – wir haben bereits zwei Stücke von ihr produziert – die sich jetzt um die Präsentation der Arbeit des Komitees in Wien erweitert hat.

Nicht zuletzt sind auch unsere **englischsprachigen Produktionen zeitgenössischer Dramatik** zu nennen. So zeigten wir unter anderem die kontinentalen Erstaufführungen zweier Stücke von Ayad Akhtar, die sowohl in der englischsprachigen Community als auch beim heimischen Publikum begeisterte Aufnahme fanden.

2.1.3. KünstlerInnen

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

Professionelle Qualität ist die Voraussetzung. Wir arbeiten mit **erfahrenen RegisseurInnen** oder mit vielversprechenden **jungen KollegInnen**. Frauen zu fördern ist uns hier ein wesentliches Anliegen, mit den RegisseurInnen Sandra Schüddekopf und Christine Wiplinger 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 TheatermacherInnen. Mit vielen der KünstlerInnen, die FinalistInnen der Wettbewerbe waren, ergeben sich tragfähige und fruchtbare Arbeitsbeziehungen jenseits des Wettbewerbs. Dabei ist es uns wichtig, auch den großen Theaterraum für die Jungen zu öffnen. Exemplarisch hierfür stehen die Arbeiten von Leon Engler und Michael Schlecht (*X Jahre Kriegsfreiheit*, *Wasserstoffbrennen*, Koproduktionen Bar&Co, und *Die Schattenseite meines Lebens als Lichtgestalt*, Eigenproduktion und Stückauftrag Theater Drachengasse).

2.2. Gast- und Koproduktionen / Bar&Co

Bar&Co hat ein Fassungsvermögen von 50 Personen, die Anzahl der Produktionen, Vorstellungen und BesucherInnen ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Wir möchten den Spielraum möglichst intensiv nützen, da die vielen Anfragen seitens der KünstlerInnen 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 Stefan Rauchenwald (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 FinalistInnen des Wettbewerbs kristallisiert sich immer mehr eine gemeinsame Dramaturgie für beide Spielstädte heraus, da wir schon sehr frühzeitig unsere thematische Suche für die KünstlerInnen öffnen und durchaus auch Projekte anstoßen. Wichtig ist für uns aber, nicht dogmatisch zu sein. Wir sind offen für alle Projekte, die ergebnisoffen auf aktuelle Thematiken setzen. Als Beispiele seien *Abendsand* des YZMA Theaterkollektiv und *Meine Nase läuft* von Technocandy genannt.

Der alljährliche Nachwuchs-Wettbewerb ist fixer Bestandteil des Programms von Bar&Co.

2.2.2. „Alte Hasen“

Die Förderpolitik der letzten Jahre hat zu großen Veränderungen in der Wiener Szene geführt. Es ist uns ein Anliegen, für Projekte und KünstlerInnen offen zu sein, von deren Qualität wir überzeugt sind, die aber mit ihrer Ästhetik oder ihren Inhalten quer zum Mainstream der Szene stehen und es mitunter schwer haben, selbst für geförderte Produktionen einen Spielort zu finden. Als Beispiel sei hier Thomas Kamper von Theaterblau mit seiner Produktion *Anfangen* genannt.

2.2.3. Literarisches

Der sehr sprachzentrierte Ansatz der Drachengasse zeigt sich auch in der regelmäßigen Präsentation von AutorInnenlesungen, szenischen Lesungen, Lyrikperformances, literarisch-musikalischen Programmen, Buchpräsentationen, sowie Adaptierungen literarischer Texte für das Theater. Auch hier kommen vor allem Frauen zu Wort, etwa Katharina Tiwald mit ihren Sprechopern *Die Kummerinnen in: Leuchtkraftformel* und *Mann Ohr Mann!*.

2.2.4. Schnelle, freche Programme

ergänzen und erweitern den Spielplan in Bar&Co. In kürzeren Spielserien zeigen wir Programme, die ohne großen Aufwand 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 theatralisches Musikfestival), kuratiert von Gordana Crnko, und andere musikalische und musikalisch-theatralische Spielserien.

Kabarett/Comedy: Obwohl wir keine Kabarettbühne sind, zeigen wir gelegentlich Formate, etwa von Marie-Thérèse Escribano, die zu uns passen.



3. Nachwuchsförderung

Wir sehen unser Theater als einen Ort, an dem es einer jungen Generation von TheatermacherInnen möglich gemacht 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 KünstlerInnen zu sein. Über den Wettbewerb lernen wir die KünstlerInnen kennen, bauen eine Arbeitsbeziehung auf mit dem Ziel, ihnen zeitnah eine Eigenproduktion im Theater Drachengasse anzuvertrauen.

3.1. Nachwuchsprojekte

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

Der jährliche Nachwuchs-Wettbewerb dient uns dazu, Kontakte zu jungen TheatermacherInnen zu knüpfen. Wenn irgend möglich, bieten wir den TeilnehmerInnen in den Folgejahren die Gelegenheit, Projekte in Bar&Co zu präsentieren. Wir sind undogmatisch, das heißt, dass auch KünstlerInnen zum Zug kommen können, die es nicht ins Finale des Wettbewerbs geschafft haben, uns aber bei den Hearings oder im Showcase überzeugt haben. Als Beispiele seien *Your Customized Lovestory* von Einhornproduktionen und *WE WANT THIS TO BE SOMETHING SPECIAL* von E3 Ensemble genannt.

3.2. Nachwuchs-Wettbewerb

Der alljährliche Nachwuchs-Wettbewerb ist eine Aufforderung an junge KünstlerInnen, eigene Projekte zu entwickeln, und bietet die Chance, sich erstmals einer breiteren medialen Öffentlichkeit zu präsentieren.

Wir laden junge SchauspielerInnen und RegisseurInnen ein, Konzepte für Kurzprojekte zu einem vorgegebenen Thema einzureichen. Aus den durchschnittlich 70 Projektvorschlägen, die bei uns aus dem gesamten deutschsprachigen Raum einlangen, wählen wir vier Projekte/Gruppen aus. Sie erhalten ein Budget von je € 5.000.-, die Gelegenheit, drei Wochen in der Drachengasse zu proben (Katharina Schwarz steht ihnen als Coach zur Verfügung) und anschließend ihre Arbeit in einer Spielserie von 16 Tagen nachhaltig zu präsentieren. Die GewinnerInnen des Wettbewerbs werden über Publikumsabstimmung bzw. Juryentscheid ermittelt.

Die Zusammensetzung der Jury zielt auf einen möglichst hohen Grad der Vernetzung ab, um den KünstlerInnen weitere Chancen zu eröffnen. Beim diesjährigen Thema *Willkommen in meinem Schutzraum!* besteht die Jury aus Kira Kirsch (brut), Ernst Kurt Weigel (Off-Theater und bernhard.ensemble) und Bettina Hagen (Kuratorium für Theater, Tanz und Performance in der Stadt Wien).

Der Jurypreis ist in den letzten Jahren mit € 5.000.- von der Kulturabteilung der Stadt Wien großzügig unterstützt worden. Wir verdoppeln diese Summe. Mit diesem Produktionsbudget kann dann das Jury-Preis-Projekt in der Folgesaison eine abendfüllenden Version erarbeiten, die in einer zweiwöchigen Spielsérie 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 oder ungelerten ZuschauerInnen unsere Arbeit und die Kulturtechnik Theater näherzubringen und die Lust am Neuen zu wecken.

Wir sprechen neue Publikumssegmente direkt an, da wir mit unserem Werbe-Etat mit finanzkräftigeren Institutionen nicht konkurrieren können. Es bedarf besonderer Anstrengungen, Menschen, die mit Theater nicht so vertraut sind, für unser nicht ganz so leicht konsumierbares Programm zu interessieren. Besonders bemühen wir uns um junge ZuschauerInnen.

Kathrin Kukulka-Lebisch betreut diesen Bereich seit einigen Jahren mit großem Erfolg.

4.1. Start up – Junges Theater Drachengasse

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

Jede Saison geben wir eine Broschüre 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 und speziellen Vormittagsvorstellungen für SchülerInnengruppen eine ganze Palette von Begleitprogrammen an: Vor- und nachbereitende Gespräche mit der Theaterleitung und den KünstlerInnen, Backstageführungen „Wie funktioniert Theater?“, Probenbesuche, etc.

Die Backstageführungen, die besonders gerne von Berufsschulen gebucht werden, nutzen wir zum Beispiel 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 ProfessorInnen abhängen, bieten wir den Lehrenden die Möglichkeit, Generalproben gratis zu besuchen und laden sie im Herbst zu unserer Spielplanpräsentation ein.

4.3. Das Theater kommt in die Schule

Wir bieten verschiedene Programme direkt in den Schulen an, wie Klassenzimmertheater, Workshops und Jahresprojekte.

Unsere **Klassenzimmertheater**-Angebote bieten Ausschnitte aus Produktionen, die in den Klassenzimmern gezeigt werden und danach anhand der verhandelten Themen in Rollenspielen und Gesprächen aufgearbeitet werden. Wichtig ist uns, dass die SchülerInnen auch ins Spielen kommen und die rein kognitive Ebene erweitert wird durch andere Erfahrungs- und Ausdrucksmöglichkeiten. Ein besonders gut gebuchtes Programm war zum Beispiel *Curie_Meitner_Lamarr_unteilbar*, das Frauen in den Naturwissenschaften zum Thema hatte.

Ein wichtiger weiterer Schwerpunkt sind **Workshops**, mit denen wir ganz unmittelbar auf die Erlebniswelten der SchülerInnen eingehen können. Alles wird Material: der Arbeitsalltag im Lehrbetrieb, die Vorstellungen vom Leben und der Zukunft oder auch ganz konkrete Lehrinhalte, wie im Workshop *Gebt uns Stoff!*. Auch hier ist uns wichtig, dass die Inhalte mit Mitteln des Theaters bearbeitet werden und die SchülerInnen neue Ausdrucksmöglichkeiten kennenlernen.

Durch das außergewöhnliche Engagement der Diplom-Pädagogin Ingrid Schwarz der Berufsschule für Verwaltungsberufe Embelgasse gab es in den letzten vier Jahren immer ein **Jahresprojekt** mit jeweils einer Klasse, das in Bar&Co zur Aufführung gekommen ist.

Um den Aufwand der Künstlerinnen für diese Aktivitäten bezahlen zu können, sind wir auf Förderungen von KulturKontaktAustria, Go4Culture, KUS, etc. angewiesen.

4.4. Bildungsferne Schichten

Es ist uns ein Anliegen, auch bildungsfernere Publikumsschichten zu erreichen. In den letzten Jahren haben wir einen engen Kontakt zu den Wiener Berufsschulen aufgebaut. Lehrlinge für unsere Arbeit zu interessieren, ist eine besondere Herausforderung. Die meisten von ihnen haben noch nie ein Theater besucht. Wir versuchen, mit unseren maßgeschneiderten Angeboten, Hemmungen zu zerstreuen und Partizipation zu ermöglichen.



5. Gender Mainstreaming

Erfreulicherweise kamen in letzter Zeit wieder vermehrt Frauen bei den Besetzungen von Leitungspositionen in Wiener Theatern zum Zug. Auffällig aber ist, dass das vor allem in Häusern, die von akuten ökonomischen Krisen oder der Verwaltung dauerhafter Unterdotierung betroffen sind, geschieht. Hier reproduziert sich ein Muster, das auch in der Privatwirtschaft zu finden ist. In Zeiten des Mangels dürfen Frauen mit ihrer – 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 BerufsanfängerInnen 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.

Da passt leider auch die Drachengasse ins Bild. Unsere knappen Budgets erfordern ein außergewöhnliches Engagement aller Beteiligten, das sich nicht über die Vorstellung „Leistung muss sich lohnen“ definiert und mit Selbstaussbeutung einhergeht.

5.1. Die Sache mit dem Gender

Unsere Arbeit steht in einer emanzipatorischen Tradition mit dem Schwerpunkt des weiblichen Blicks auf die Welt und der konkreten Förderung von Frauen in unserem Berufsfeld. Wir reduzieren 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 KünstlerInnen, 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

Wir denken, dass die Praxis, frauenspezifische und feministische Themen in eigenen Häusern zu bearbeiten, nicht mehr zeitgemäß ist. Diese Nischen waren historisch gesehen ein notwendiger Schritt, um Frauen die Möglichkeit und den Raum zu geben, sich von den heteronormativen Diskursen und Praxen emanzipieren zu können, und sich und ihre Anliegen sichtbar zu machen. 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 zu retten.

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.

Uns ist klar, dass in Zeiten leerer Kassen unsere Anregung schwer umsetzbar scheint. Das Symposium/Festival kann auch 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 AnhängerInnen.

Die Tatsache, dass die BesucherInnenzahlen 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 ZuschauerInnengruppen an, was Alter und soziale Herkunft betrifft. Wir richten unser Programm nicht auf eine segmentierte Zielgruppe aus. Die gelungene Koexistenz von jungen und älteren KünstlerInnen am Haus spiegelt sich in den Altersgruppen im Publikum. So finden sowohl Programme für Menschen, die dem Haus schon lang treu sind, 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, SchauspielerInnen, 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 nützen 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 AutorInnen etc.)

Internet-Auftritt: übersichtliche und tagesaktuelle Homepage mit guter Usability, Bespielen verschiedener Social Media-Kanäle (facebook, twitter, etc.)

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

Imagekampagne mit Kärtchen, Plakat und Giveaways (alle 3-4 Jahre)

Start-up Heft zur Präsentation der Kulturvermittlungsprogramme

Austausch von Inseraten mit anderen Kulturinstitutionen

Kartenbüros, Club Ö1, 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 ZuschauerInnen 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 5000 Stammadressen sowie einschlägige Institutionen wie Schulen, Volkshochschulen, Programmkinos etc. versandt. Voraussetzung ist natürlich eine rechtzeitige Planung des Programms, was vor allem bei den Gast- und Koproduktionen nicht immer möglich ist.

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 VertreterInnen der Medien, Subventionsgeber und Publikumsorganisationen eingeladen, sondern auch PädagogInnen, langjährige AbonnentInnen und „MeinungsmacherInnen“. Bei der Spielplanpräsentation lernen sich viele der KünstlerInnen aus den unterschiedlichen Produktionen zum ersten Mal kennen 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 Info-kärtchen beworben, die an ca. 5000 Personen, die sich in unserer Adressdatei eingetragen haben, verschickt werden. Weitere 3000 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 ZuschauerInnen, die ein Abo direkt buchen, kaufen viele Stammkunden auch Abos und Freie-Stückwahl-Karten als Geschenk für Freunde.

Social Media

Über unsere Social Media-Kanäle stehen wir mit derzeit 3500 KundInnen in Kontakt, die mit Informationen zu unserem Programm, Gewinnspielen und exklusivem Online Content (z.B.: Videos) 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, Sekretariat, 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 BesucherInnen 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. Das trifft vor allem auf Bar&Co zu, soll sich aber durch die Platzierung junger TheatermacherInnen in den Eigenproduktionen auch für das Theater Drachengasse realisieren. Wir machen die Erfahrung, dass die jungen ZuseherInnen mit avancierten Erzähltechniken der zeitgenössischen Dramatik weit weniger Schwierigkeiten haben als älteres Publikum. Wir wollen unser Publikum in diesem Aspekt durchaus fordern und werden deshalb ab der Saison 2016/2017 ein eigenes **U30 Abo** auflegen, das unsere Eigenproduktionen allen Jungen – nicht nur den StudentInnen – kostengünstig zugänglich macht.

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 ausgegewohnheiten Jugendlicher. 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. Viele dieser Aktionen setzen sich zwar nicht direkt in ZuschauerInnenzahlen um, wir glauben aber, dass sie unerlässlich sind, um den ersten Schritt ins Theater zu erleichtern und den Funken der Theaterbegeisterung überspringen zu lassen.

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

6.3.2. Themenbezogene Publikumswerbung

Je nach Thema des Stücks machen wir einschlägige Publikumsgruppen aus und sprechen sie durch gezielte Werbung an. Ergänzend organisieren wir Podiumsdiskussionen und Büchertische zu stückbezogenen Themen.

Beispiel:

Atmen von Duncan Macmillan: Paartherapie, Paarberatung und Beziehungcoaching, Familienaufstellung, Gewaltfreie Kommunikation Austria, SinglesAktiv, Lehranstalt für systemische Familienaufstellung, Institut für Soziologie, Österr. Institut für Familienforschung, Akademie für soziale Kompetenz, Der Katholische Familienverband Österreich, Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung, PsychotherapeutInnen, Britische Botschaft, Englischer Bookshop, Institut für Institutionelle und Heterodoxe Ökonomie.

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.

Tourismuswerbung

Wir schalten Inserate in einschlägigen Tourismus-Zeitschriften und kooperieren mit Easy City Pass Wien und dem Onlinereiseführer Expedia.de.

Kooperationen

Wir kooperieren in unterschiedlichster Weise mit zahlreichen Publikums- bzw. Bildungsorganisationen, z.B. Volkshochschulen, Berufsschulen, ZSK Zentrum für Schulische Kulturarbeit, teachersnews.at, Wiener Bildung, AK, Gewerkschaften, Unis, Club Ö1, Hunger auf Kunst und Kultur, Wien Energie, ab5zig Wiener Seniorenbund, Bonusticket, Culinarius Media, Easy City Pass Wien, Family Card Extra, Restkartenbüro Jirsa, Joes Reiseclub, ÖGB Kulturlotsinnen, Med Uni Betriebsräte, SeniorInnen Wien, Singles Aktiv, stadtbekannt.at, Volkstheater Bezirke, WU ÖH Kulturreferat, WUK SeniorInnen Zentrum.

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 Gestaltung unseres Spielplanes nicht unwichtig ist.

Anzeigenschaltungen

Punktuell und sehr gezielt schalten wir Inserate im FALTER, in DER STANDARD, auf Kunst-Kultur.at, SIMS Internetportal Kultur und auf Radio Klassik.



7. Organisation

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

Das Team

Die interne Organisation der Drachengasse zeichnet sich durch eine besonders flache Hierarchie aus. Es gibt kaum Unterschiede bei den Gehältern. 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 MitarbeiterInnen ein hohes Maß an Selbstorganisation verlangt und Verantwortung für den eigenen Arbeitsbereich in die Hand gibt. Nicht zuletzt ermöglicht sie den extrem 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 MitarbeiterInnen bringen aber die Erfahrungen ihres jeweiligen Arbeitsbereichs in anstehende Entscheidungen ein. Finanzielle Entscheidungen auf jeder Ebene sind allen zugänglich.

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 (siehe Anhang).

Der Personalstand ist für einen Betrieb von zwei Spielräumen extrem schlank. Derzeit sind 13 Angestellte, davon 3 Vollzeit, alle anderen zwischen 12 und 36 Stunden/Woche in der Drachengasse beschäftigt. Ergänzt wird diese Kerntruppe durch 7 geringfügig Beschäftigte nach Bedarf, sowie diverse freie MitarbeiterInnen für Pressebetreuung, Grafik, Fotografie, Videoaufzeichnungen etc.

Das Leitungsteam



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 bis Juni 2014 als Assistentin der Geschäftsführung bei wikifolio Financial Technologies GmbH. Seit September 2013 ist Katrin Schurich Mitglied des Leitungsteams des Theater Drachengasse Wien, seit Oktober 2015 Geschäftsführerin. Die Künstlerische Leitung teilt sie mit Johanna Franz, die im Juni 2016 in Pension geht, ab der Saison 2016/2017 mit Beate Platzgummer.

Persönliche Stärke: 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 Kassa 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 verant-

wortlich, 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 Nachwuchs-Wettbewerbes 2008 Mitglied der Auswahljury für die FinalistInnen und übernimmt die gesamte organisatorische Verantwortung. Die intensive Arbeit mit diesen Projekten und ihren AkteurInnen 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

Wir sind ein gutes Team. Seit der ersten von Katrin Schurich programmierten Spielzeit (2014/2015) 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, Künstlerkontakte und Organisation.



KONZEPT 2018-2021

**HERAUSGEBER UND FÜR DEN INHALT
VERANTWORTLICH:**

**DRACHENGASSE 2 THEATER GES.M.B.H.
1010 WIEN, FLEISCHMARKT 22**

BÜRO: 512 13 54, FAX: 512 06 04

THEATER@DRACHENGASSE.AT

**FOTOS: ANDREAS FRIESS, BARBARA PÁLFFY
UND THEATER DRACHENGASSE**

REDAKTION: KATRIN SCHURICH

DRUCK: GRÖBNERDRUCK

DRACHENGASSE.AT



WIEN KULTUR

**BUNDESKANZLERAMT ÖSTERREICH
KUNST**