



Bild: Stefan Borkert

«Zauberflöte»: Mit 200 000 Besuchern, gut 20 000 davon aus der Schweiz, rechnet die Direktion.

«Bühnenbilder sind Ikonen»

Es begann als Geburtstagsgeschenk. Heute achtet **Michael Diem** als kaufmännischer Direktor der Bregenzer Festspiele auf deren Finanzen.

Herr Diem, wann war Ihr erstes Spiel auf dem See?

Michael Diem: Das war an meinem 25. Geburtstag im Jahr 1995, Fidelio als Geburtstagsgeschenk von meiner jetzigen Frau. Im Nachhinein betrachtet ein Schlüsselerlebnis in meinem Leben: nicht nur die Aufführung war grossartig, zufälligerweise habe ich auch bei einer Besucherbefragung teilgenommen. Ein Jahr später wurde von den Bregenzer Festspielen die Stelle des Controllors ausgeschrieben, auf die ich mich beworben hatte. Ja und jetzt bin ich bereits in der 17. Saison bei dem Festival.

Haben Sie eine besondere Affinität zu Oper und Theater, oder sehen Sie ihren Job einfach als CEO?

Diem: Musik und Design haben mich immer schon berührt. Die Oper öffnet sich in Richtung mehr Regie und bietet beeindruckende Bilder: zum Hör- kommt mehr denn je der Sehgenuss. Auf der anderen Seite führen wir eine Wirtschaftsunternehmung mit einem Budget von circa 20 Millionen Euro und bis zu 1500 Mitarbeitenden, da ist das gesamte betriebswirtschaftliche Instrumentarium gefragt, gleich wie bei jeder anderen Unternehmung.

Man kennt die Bregenzer Festspiele weltweit. Macht es das einfacher, Sponsoren und Gelder der öffentlichen Hand zu bekommen?

Diem: Ich denke, da handelt es

sich um eine einfache Gleichung: mehr Erfolg bringt mehr Attraktivität, in jeder Beziehung. Die Bregenzer Festspiele haben mit dem Spiel auf dem See ein Alleinstellungsmerkmal, welches bis zu 200 000 Besucher pro Jahr in deren Bann zieht. Wir erreichen damit nicht nur Besucher, sondern auch Entscheidungsträger im Bereich Sponsoring und Politik.

Was braucht es, damit die Festspiele ohne Unterstützungsgelder auskommen können?

Diem: Unser Eigendeckungsgrad liegt bei hohen circa 75 Prozent. Im Vergleich zu anderen Festspielen liegen wir damit im Spitzenfeld. Weniger Drittmittel bedeuten geringere Programmbreite und keine Planungssicherheit. Diese beiden Komponenten haben wesentlichen Anteil am Geheimnis unseres Erfolgs.

Müssen Sie die künstlerische Leitung oft einbremsen, weil betriebswirtschaftliche Aspekte wichtig für das Überleben der Festspiele sind?



Michael Diem
Kaufmännischer Direktor der Bregenzer Festspiele GmbH

Diem: Die Geschäftsordnung der Bregenzer Festspiele GmbH sieht zwei Geschäftsführer vor, den künstlerischen und den kaufmännischen Leiter. Beide können somit deren Stärken einbringen, dazwischen gibt es eine grosse Schnittmenge, in der der jeweilige Partner in Dimensionen des Kollegen denken muss. Dies funktioniert bei David Pountney und mir vorzüglich.

Wie hoch ist der Kostenanteil des Bühnenbildes, das ja einen besonderen Stellenwert hat, am Budget?

Diem: In den letzten Jahren wurden die Bühnenbilder beim Spiel auf dem See zu Ikonen, man denke nur an das Buch samt Skelet bei «Ein Maskenball» oder das Auge von «Tosca». Diese Bühnenskulpturen wurden zu unserer Visitenkarte und diese lassen wir uns circa ein Drittel unseres Budgets kosten, also knapp sieben Millionen Euro.

Können Sie verraten, wie die Bühne auf dem See 2015 aussehen könnte?

Diem: Das Theater lebt von Emotionen und Spannung. Das kann noch bis 18. August erlebt werden. Nach der Spielsaison 2014 werden wir die neue Seebühne Schritt für Schritt im Bodensee entstehen lassen. So viel sei jetzt schon gesagt, ein wöchentlicher Blick auf unsere Webcam unter www.bregenzerfestspiele.com wird sich lohnen.

Interview: Stefan Borkert

Hüttwiler Exent AG lässt das Karussell fahren

Das Bühnenbild auf dem See ist bei den Bregenzer Festspielen immer ein ganz besonderer Hingucker. An ihm beteiligt ist auch die Thurgauer Exent AG des ehemaligen Nüssli-Ingenieurs Martin Hübscher.

STEFAN BORKERT

HÜTTWILEN. Dieser Mann hat einen Plan. Und tatsächlich. Nach mehr als zwei Jahrzehnten Angestelltensein bei der weltbekannten Firma Nüssli, zuletzt als Geschäftsführer, kündigte er an, sich in fünf Jahren zu verändern. Und 2009 war es dann so weit. Er gründet seine eigene Firma, die Exent AG.

«Geht nicht gibt's nicht»

Der Bauingenieur Martin Hübscher hatte die Exent AG gegründet. «Ich bin ein Pragmatiker», sagt er. Nach Jahren mit vielen Meetings und wenig praktischer Ingenieurstätigkeit habe es ihn zurück an die Front gezogen. Jetzt ist er mit seiner Firma ein Mann für schwierige Fälle. «Geht nicht gibt's nicht», ist seine Devise. Wobei letztlich unter Umständen das Budget des Kunden über die Realisation entscheidet.

An den Bregenzer Festspielen war die Exent AG schon bei der letzten Produktion «André Chénier» aktiv. Jetzt hat Hübscher das praktisch unsichtbare Karussell für die «Zauberflöte» entwickelt. Zu Beginn des Spiels auf dem See gleitet eine Gondel an den Zu-

schauern vorbei. Doch die Gondel schwimmt genauso wenig wie später etwa eine Schildkröte.

Immer auf Seehöhe

Martin Hübscher zeigt seine Konstruktionspläne. Auf einem Gleis mit drei Metern Spurbreite werden Wagen bewegt, die sich in der Höhe per Hydraulik genau dem jeweiligen Seespiegel anpassen, so dass der Eindruck des Schwimmens entsteht. Das Schienenkarussell ist mit Pfählen im Seegrund verankert. So kann die Konstruktion auch starkem Wellenschlag und heftigen Stürmen trotzen. 1986 übrigens, als Hübscher noch nicht lange bei der Nüssli AG beschäftigt war, war diese schon an der letzten «Zauberflöte» auf dem See beteiligt.

STICHWORT

Sotschi und Mailand

Präsenz Schweiz ist beim EDA für die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland zuständig, so auch für das House of Switzerland an der Weltausstellung 2015 in Mailand und das Schweizerhaus bei den olympischen Winterspielen 2014 in Sotschi. Für die zwei Veranstaltungen soll dasselbe Gebäude genutzt werden. Ein Fall für Martin Hübscher. Er koordiniert im Auftrag von Präsenz Schweiz die Entwicklung und die Ausschreibung des mobilen Holzpavillons, der dann mehrfach einsetzbar ist. (bor)



Bild: Stefan Borkert

Der Pragmatiker: Martin Hübscher löst technisch knifflige Fälle.