

## „Wir sind Kaufleute für Glücksgefühle“

64



Ab 2009 soll das Fantasy-Epos „Herr der Ringe“ von J.R.R. Tolkien als deutsche Fassung des englischen Original-Musicals „The Lord of the Rings“ in Köln zu sehen sein. Dafür haben die britische Kevin Wallace Ltd. als Produzentin des Originals und die Berliner Art.Emis Invest GmbH ein Joint Venture gegründet, die Lord of the Rings GmbH & Co. KG. Diese hat die Option und das Recht der weltweiten Vermarktung.

Mit dem Geschäftsführer von Art.Emis, Ulrich Lautenschläger, sprach Andrea Marczyński über die Finanzierung des Musical-Projekts, das deutsche Entertainment und das Verhältnis von Kultur und Ökonomie.

„Herr der Ringe“ hat als Buch weltweit mehr als 200 Millionen Käufer gefunden. Die Filmtrilogie des neuseeländischen Regisseurs Peter Jackson sahen allein in deutschen Kinos etwa 33 Millionen Menschen. Das Musical zog in Toronto und London in anderthalb Jahren etwa 1,2 Millionen Besucher an. Warum muss es jetzt eine deutsche Musical-Fassung in Köln geben?

Das Thema ist speziell in Deutschland sehr interessant und der deutsche Markt ist interessant. Er ist der drittgrößte Entertainment-Markt weltweit. Das Thema, die Philosophie von Tolkien passen genau in die Zeit. Für Köln haben wir uns entschieden, weil es dort dann außer dieser großen Produktion nichts anderes geben wird. In Berlin ist das Kulturangebot vergleichsweise zu groß. Köln ist durch die 104 Millionen Tagestouristen pro Jahr sehr interessant, auch durch die Nähe des Ruhrgebiets. Köln ist sehr schnell von allen großen Ballungsgebieten inklusive Niederlande und Belgien erreichbar.

Die deutsche Produktion wird 18,5 Millionen Euro kosten, die Finanzierung soll über einen Fonds laufen, der noch bis Jahresende gezeichnet werden kann. Was hat es damit auf sich?

Zunächst soviel: Das Budget und die Investoren stehen. Jetzt geht es im Schwerpunkt um technische Lösungen, um die Umsetzung des Musicals. Dass der Fonds bis zum Jahresende offen bleibt, ist missverständlich. Der "Cultur- & Entertainment-Fonds Nr. 1" hat die Option für die deutsche Produktion. Des Weiteren gibt es das Joint Venture, die Lord of the Rings GmbH & Co. KG, die über ein Private Placement kapitalisiert wird. Dieses Joint Venture hat die Option und das Recht der weltweiten Auswertung. Sollte jetzt Fonds Nr. 1 – der ein Blind Pool ist, also die Investoren können unseren Vorschlag ablehnen – nicht die Option ziehen können, steht aber trotzdem über ein Private Placement die Finanzierung.

Wie ist der Fonds angenommen worden?

Das begann sehr schleppend, denn das Startdatum war nicht hervorragend. Im Januar brachen alle Märkte zusammen. Dass sich Anleger nicht gleich auf einen Kultur- und Entertainment-Fonds stürzen konnten, war nachvollziehbar. Dann kam überraschend der Anruf, ob wir Interesse hätten, uns mit der Musicalproduktion „The Lord of the Rings“ zu beschäftigen. Der Fonds wurde, wie gesagt, als Blind Pool initiiert, die Investoren können Mitun-

### Geschäftsführer der Art.Emis Invest GmbH

ternehmer sein und mitentscheiden. Ein Beirat macht Vorschläge an die Initiatoren über verschiedene Live-Entertainment-Projekte. Die Investoren, die Anleger entscheiden dann mit ihrem Stimmrecht, worin sie investieren wollen. Im Fonds wird dann normalerweise dieses Recht entwickelt. So entsteht ein Urheberrecht mit einer kompletten Rechteverwertungskette über mindestens 15 Jahre.

**Als Geschäftsführer von Art.Emis sind Sie ein Newcomer in der Branche. Wie wagt man sich da gleich an ein solch gewaltiges Musical wie „Herr der Ringe“ ran?**

Ich bin als Geschäftsführer ein Newcomer in der Branche, ich sehe mich nicht als Produzent. Das Team auf Investoren- und Gesellschafterseite ist sehr erfahren, ich nenne als ein Beispiel Stanley W. Bronisz. Er ist ein Fondsadviser, der mit dem Thema Musical groß geworden ist. Er kam durch eine Produktion in den 1980er Jahren nach Deutschland, ist geblieben und hat Fidelity Fonds in Europa platziert. Er hat Produktionen für US-amerikanische Produzenten in Europa geleitet, war auch in Amerika.

**Sie sammeln bei Investoren Millionen ein, um ein Kulturprojekt möglichst erfolgreich auf die Bühne zu bringen. Ist das ein Modell für die Zukunft?**

Die Subventionen in der Kulturlandschaft in Deutschland werden immer mehr gestrichen. In den angelsächsischen Ländern findet Theaterfinanzierung ganz anders statt. Da gibt es andere Traditionen und es wird auch in Deutschland in den nächsten Jahren verstärkt so kommen. Wir können für jeden, der bereit ist, 10.000 Euro anzulegen, eine gute Möglichkeit bieten, an dem immens boomenden Entertainment-Markt zu partizipieren und zwar vom Standort Deutschland aus. Momentan kommen die Produktionen im Live-Entertainment nicht aus Deutschland, sondern aus Kanada oder aus den USA.

**Soll sich nach Ihrer Ansicht der Staat aus der Subventionierung von Kultur zurückziehen?**

Nein, ganz im Gegenteil. Die Subventionierung durch den Staat ist eine soziale Verpflichtung. Der Staat müsste sich noch viel mehr einmischen, er sollte auch mit der Steuer Möglichkeiten schaffen, er sollte das auf eine andere Art und Weise fördern. Da wird viel zu wenig gemacht. Da, wo die Kultur wächst, da wächst auch die Wirtschaft. Das ist ganz einfach so. Aber, man muss auch sehen, dass die Subventionen für Produktionen speziell im Theaterbereich nie die Masse angesprochen haben. Es sind also Steuermittel genommen worden, um Theater- oder Opernproduktionen zu fördern, die nicht unbedingt die Masse ansprechen.

**In dieses Marktsegment will Art.Emis mit seinem Erstlings-Fonds also reingehen?**

Ja, wir übernehmen damit eine immense Verantwortung für Kultur, aber die definiert eben jeder anders. Wir schließen das eine nicht aus und bevorzugen auch nicht das andere. Es kann sein, dass wir auch kleinere Projekte starten, die mit Sitzkapazitäten von 1.800 bis 3.000 Plätzen auskommen müssen. Es gibt auch die Möglichkeit, kleinere Theater mit 600 bis 800 Plätzen zu bespielen, eventuell noch kleinere. Wenn das gute Ideen sind und die rechnen sich, warum nicht?

Ich will mal ein Beispiel geben, das wunderbare Musical „Irma La Duce“ in Berlin. Ich war begeistert, mit welchem minimalen Aufwand die Macher ein wirklich packendes, unterhaltendes Musiktheater gemacht haben. Es müssen nicht immer Hunderte von Millionen sein, aber genau diese Macher muss man unterstützen, weil da die kreativen Quellen stecken. Der kulturelle Wirtschaftsstandort Deutschland muss auch in solch einer Form unterstützt werden.

**Der Fonds ist ein Beispiel für das Abhängigkeitsverhältnis zwischen Kultur und Wirtschaft. Die Kultur braucht also die helfende Hand der Wirtschaft?**

Ganz genau. Beim Kultursponsoring kommen aber Banken wie Credit Suisse oder UBS oder die großen Privatbanken oft mit dem Argument: Wir fördern Klassik und vielleicht noch Ballett. Warum? Weil da die Zielgruppe gern hingehet, die bei ihnen anlegt. Genau da muss ein Umdenkungsprozess stattfinden: Es zählt nicht nur die Hochkultur der oberen Zehntausend, sondern es muss auch die Kultur beachtet werden der Leute, die einfach nur unterhalten werden möchten.

Wir wollen rein in die Lücke zwischen Kultursponsoring und Mäzenatentum. Wir hätten auch eine Stiftung gründen können, aber da gibt es wenig Spielraum, um experimentierfreudig zu sein. Und wir möchten Leute daran beteiligen, denn es gibt ja auch den Umkehrschluss: Wenn ich Investoren habe, die sich mit 10.000 Euro, 20.000 Euro, 100.000 Euro beteiligen, dann sollen die auch stolz auf das sein, was sie mitentschieden haben.

**Was gibt Ihnen die Gewissheit, das Richtige zu tun?**

Wir bekommen jetzt nach ein paar Monaten langsam die Bestätigung gerade von großen Investoren. Dieses Geschäft, das wir betreiben, ist eines, das auch mit Eitelkeit arbeitet, aber auch mit Visionen, und das ist das Allerwichtigste. Guy Laliberté, der Gründer vom Cirque du Soleil, hat ein schönes Zitat geprägt: „Wir sind Kaufleute für Glücksgefühle.“ Es geht nicht nur um Geldmacherei, sondern Geldmacherei und Emotionen gehören einfach zusammen. Kunst kommt von Können und Können kann man verkaufen. Und da spricht auch nichts dagegen.