

«Das ist wie beim Poker: All in»

Theater ist ein hartes Brot, vor allem wenn die Produktion auch im Ausland unterwegs ist. Wie es Mummenschanz dennoch schafft, international im Geschäft zu bleiben, erklärt Geschäftsführer Markus Simmen.

Warum ist die Theatergruppe Mummenschanz als Stiftung aufgestellt?

Weil wir die «wortlose Kunst des Maskentheaters» bewahren und weitergeben wollen. Das ist der offiziell anerkannte Stiftungszweck, an den wir gebunden sind und dessen Einhaltung periodisch von der schweizerischen Aufsichtsbehörde überprüft wird. Es hat aber auch steuertechnische Gründe, weil wir viele Auftritte im Ausland haben und wir dann entweder gar keine Steuern zahlen müssen oder zu einem reduzierten Satz.

Eine Stiftung darf aber im klassischen Sinn keinen Gewinn erzielen?

Das machen wir auch nicht. Wenn wir über mehrere Jahre eine ausgeglichene Rechnung präsentieren können, sind wir sehr zufrieden und haben unser Ziel erfüllt.

Trotz der unzähligen Auftritte in der Schweiz, bei denen Sie hohe Einnahmen erzielen?

Genau das, was hier übrigbleibt, brauchen wir, wenn wir beispielsweise nach Italien oder nach Spanien gehen, wo wir für relativ wenig Geld auftreten müssen.

Obwohl Mummenschanz international so bekannt ist?

Ja, wenn wir beispielsweise in Barcelona auftreten, verdienen wir nur ein paar tausend Euro. Die wirtschaftliche Lage ist dort so schlecht, dass schon fast gar keine ausländischen Companies mehr auftreten, weil das Ticket vielleicht noch 20 Euro kostet und die Einnahmen den Aufwand nicht annähernd decken.

Wie viel kosten die Tickets in der Schweiz?

Der Durchschnittspreis liegt bei 60 Franken – was immer noch günstig ist. Mit diesen Einnahmen

finanzieren wir dann die defizitären Auftritte im Ausland. Kommt hinzu, dass wir, wie viele andere Schweizer Firmen auch, von der Freigabe des Franken-Euro-Wechselkurses im Januar 2015 betroffen sind.

Wahrscheinlich noch mehr als produzierende Firmen, denn Sie kaufen ja keinerlei Vorleistungen oder Rohwaren im Euroraum ein?

Richtig, alle unsere Kosten fallen in der Schweiz, in Schweizer Franken an, aber die Einnahmen generieren wir im Ausland, und wir werden in der Regel in Euros oder US-Dollars bezahlt. Seit der Wechselkursfreigabe müssen wir quasi 15 Prozent mehr Ertrag erzielen. Und Kunst ist ein hartes Brot, vor allem im Ausland. Deshalb ist die Schweiz für uns der wichtigste Markt.

Welches ist der zweitwichtigste Markt?

Das sind die USA. Das ist für uns extrem wichtig. Ohne diese beiden Länder ginge es schlicht nicht.

In den USA ist die Marge wahrscheinlich aber auch nicht sehr üppig?

Aber deutlich besser als in den meisten europäischen Ländern. Mummenschanz hat in den USA einen sehr guten Namen, immerhin hatten wir im New York der Siebzigerjahre den Durchbruch, und

«Unsere Kosten fallen in der Schweiz an, die Einnahmen generieren wir im Ausland.»

es ist den USA zu verdanken, dass wir uns danach auch in der Schweiz so etablieren konnten.

INTERVIEW



Zur Person

Seit 2011 führt der Betriebsökonom FH Markus Simmen die Geschäfte der Mummenschanz-Stiftung. Der 1970 in Chur geborene Managing Director leitete zuvor bei der Good News Productions AG in Zürich die Marketing- und Kommunikationsabteilung. Danach war er acht Jahre lang als Projektleiter bei Freddy Burger Management für den Bereich Musical, Theater, Tanz und Bühnenshows tätig.

«Wenn kein Geld auf dem Konto ist, sind wir nicht diejenigen, die einen Kredit bekommen», sagt Markus Simmen, Geschäftsführer der Mummenschanz-Stiftung.



Markus Simmen (3. v.r.) und die Künstler des Mummenschanz-Theaters auf der Bühne des Theater 11 in Zürich.

Wie spricht denn der Amerikaner Mummenschanz aus?

Das ist sicher schwierig, aber dennoch sind die meisten Fans unserer Facebook-Seite aus den USA. Wir halten uns dort aber auch im Gespräch, in den letzten sechs Jahren hatten wir dreimal ein Gastspiel in New York und in vielen anderen US-Städten.

Meine Firma

Mummenschanz ist einer der berühmtesten künstlerischen Exporte der Schweiz und eine der bekanntesten Theaterformationen der Welt. Der Ursprung von Mummenschanz geht auf 1972 zurück, 1998 wurde die Mummenschanz Stiftung gegründet. Dank der Unterstützung von Sponsoren, Mäzänen und den Erträgen aus dem Tourneegeschäft fördert die Stiftung die Fortsetzung der kreativen Arbeit bzw. die Weiterentwicklung der Mummenschanz-Ideen.
→ www.mummenschanz.com

Haifischbecken, da gibt es jeden Abend 300 oder 400 Shows.

Wie haben Sie es geschafft, an der Spitze zu bleiben?

Indem wir beide Märkte immer wieder intensiv bespielen. In den letzten sechs Jahren haben wir unsere Jubiläumstour präsentiert. Dazwischen haben wir nur für die Schweiz «Mummenschanz 4families» kreierte. Damit konnten wir eine Lücke in unserer Zielgruppe schliessen.

Wie schaffen Sie es, im kulturellen Überangebot von New York nicht unterzugehen?

Indem wir investierten. Allein in New York haben wir über eine halbe Million US-Dollar ins Marketing gesteckt. Das ist für uns extrem viel Geld und geht voll auf unser Risiko.

Haben sich die halbe Million US-Dollar rentiert?

Wir haben es zumindest wieder einspielen können. Wie gesagt, wir arbeiten quasi Non-Profit. Auch in New York bin ich froh, wenn wir unsere Ausgaben wieder reinholen. Denn New York ist ein

Sie meinen damit die jungen Familien?

Wir wollten vor allem die Kinder ansprechen. Denn wenn man das Theater einmal gesehen hat, erinnert man sich ein Leben lang daran. Weil das, was man auf der Bühne sieht, so limitiert ist. Man sieht vielleicht nur zwei Violinen und sonst nichts, aber in diesem Moment ist das Wenige sehr viel.

Können Sie sich erlauben, eine Zeit lang keine Einnahmen zu generieren und in die Forschung und Entwicklung, sprich in die Ausarbeitung neuer Programme zu investieren?

Das haben wir 2016 acht Monate lang gemacht. In der Zeit haben wir keinen einzigen Franken eingenommen, sondern mussten nebst den allgemeinen Fixkosten auch die Entwicklung des neuen Programms zahlen. Das ist dann wie beim Poker: All in. Ein Treuhänder oder ein Coiffeur weiss, dass die Kunden ausbleiben, wenn er einen schlechten Job macht. Aber wenn man ein neues Kulturprogramm entwickelt, könnte es grundlos passieren, dass es den Leuten einfach nicht gefällt.

Würden Sie eine erfolglose Produktion überleben?

Kaum, denn die Eigenkapitaldecke ist sehr dünn – und das in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. Das Liquiditätsmanagement ist eine echte Herausforderung und steht ziemlich weit oben auf meiner Liste.

Gibt Ihnen Ihre Geschäftsbank die notwendige finanzielle Flexibilität?

Nun, wenn kein Geld auf dem Konto ist, sind wir nicht diejenigen, die einen Kredit bekommen. Weil das Theater wirklich ein hochriskantes Termingeschäft ist. Heute Abend um 20 Uhr fängt die Vorstellung an; wenn bis dahin 50 Prozent der Tickets nicht verkauft sind, müssen wir nicht glauben, dass die am Abend noch weggehen.

Die aktuelle Schweiz-Tour endet im Sommer, was kommt danach?

Wir planen für den Herbst etwa noch 20 zusätzliche Termine in der Schweiz, weil es recht gut läuft. Dann folgen Auftritte in anderen europäischen Ländern und im Frühjahr 2018 folgt dann eine grosse Tournee durch die USA. Und wir haben vor, nach Taiwan zu gehen.

Gibt es ethische oder moralische Gründe, die Mummenschanz vom Auftritt in einem autoritären Staat abhalten würden?

Nein, im Gegenteil. Wir würden gerade deswegen auch gerne in Nordkorea auftreten, das ist ein Wunsch von Floriana Frassetto, der künstlerischen Leiterin und des letzten verbliebenen Gründungsmitglieds, weil es ihrem Verständnis von Kunst entspricht, die keine Grenzen kennen darf. Es war übrigens auch ihr Wunsch, in Abu Dhabi aufzutreten, was wir 2015 getan haben.