

Kino-Dokumentarfilm von  
**Marco Antoniazzi & Gregor Stadlober**

PUBLIKUMSPREIS  
**Diagonale 2013**

**SCHLAGER**  
**STUR**



**A**  
AUSTRIA  
MADE IN AUSTRIA

# SCHLAGERSTAR

Kino-Dokumentarfilm von  
Marco Antoniazzi & Gregor Stadlober

Der erste Kino-Dokumentarfilm, der einen Blick hinter die Kulissen der Traumschmiede Schlager wirft. Eine Tour mit dem Musiker und Sänger Marc Pircher durch Festzelte, Land-discos und Musikantenstadln erkundet die Licht- und Schattenseiten der Hitfabrik.

Eine unsentimentale Reise durch die Welt der sentimentalen Lieder.

Österreichpremiere auf der Diagonale 2013  
Kinostart Mai 2013

[www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com)

Österreich/2013  
90 Min./Digital Video/1:1.85/Farbe  
Dolby Digital 5.1  
Original Sprache: Deutsch  
Untertitel: Deutsch/Englisch

MOBILEFILM 



## Synopsis

Wer will heute feiern? Hände in die Höh! Egal ob Wirtsstube, Bierzelt oder Luxusliner – Schlagerstar Marc Pircher ist auf allen Bühnen zu Hause. Selbst in Zeiten weltweit rückgängiger Plattenverkäufe ist die Goldene Schallplatte bei seinen Releases Pflichtprogramm, Platin keine Seltenheit. „Mit meiner Musik kann man wenigstens überleben“, entgegnete er seinen Kritiker/innen bei der Verleihung der Amadeus Awards – und erntete selbst von diesen für die ehrlichen Worte Anerkennung. Zwischen den beinahe täglichen Auftritten schüttelt Pircher Hände, posiert für Fotos, gibt Interviews und hält das Business am Laufen. „Der Marc“ ist eben mehr als bloß Musiker, „der Marc“ ist ein immer wiederkehrender Freund.

Auch nach zwanzig Jahren im Geschäft attestieren ihm seine treuen Anhänger/innen absolute Verlässlichkeit. Die Zuneigung beruht auf Gegenseitigkeit: Pircher geizt weder für das enthusiastische Publikum noch für sein schönes Österreich mit Lob. „So wird das immer sein“, schwört er im gleichnamigen Schunkelhit: Feelgood-Sound trifft auf Heimatliebe und latente EU-Kritik, die Menge johlt. Auch das ist Teil der Marke Pircher.

Neutral, jedoch immer nah an der Person begleiten Marco Antoniazzi und Gregor Stadlober den erfolgreichen Schlagerstar bei der Ausübung seines Traums – weder belächelnd noch idealisierend. Wie nebenbei legen sie dabei auch die streitbaren, ambivalenten Seiten der glitzernden Schlagerwelt offen und gewähren Einblicke in das lukrative Geschäft mit der immerzu heilen Fassade. Lächeln, lächeln, gute Laune. Um hier Erfolge zu feiern, bedarf es harter, steter Arbeit und punktgenauen Managements. Da wirkt es beinahe beruhigend, wenn selbst der Vollblutprofi zumindest in intimen Momenten an Gefasstheit einbüßt: „Noch eine Platte, dann ist’s genug“, sagt Pircher einmal sichtlich entnervt. Beim späteren Auftritt scheint all das vergessen. Hundert Prozent Bühnenpräsenz, hundert Prozent Stimmung. Es ist kein Zufall, dass Marc Pircher auch heute noch an der Spitze der Schlagercharts reüssiert. Ein Film mit Ohrwurmgarantie.

(Diagonale)



## Die BaumeisterInnen von Traumwelten

von Andy Zahradnik

Es würde zu weit gehen, in die Geschichte des deutschen Schlagers zurück zu wandern, denn dieses musikalische Genre hat, wie im Übrigen kein anderes, ob der großen potentiellen Zielgruppe seit bald 100 Jahren die unterschiedlichsten Entwicklungen durchgemacht. Aber unterm Strich steht fest: Ganz gleich, auf welchem politischen und gesellschaftspolitischen Humus (vor allem) die Texte der Lieder entstanden sind, die ProtagonistInnen der Schlagerszene mit all ihrem musikindustriellen Background waren seit jeher BaumeisterInnen von Traumwelten. Schlager sind Unterhaltung. In drei Minuten erzählen Schlager Geschichten, für die Liebesromane 200 Seiten brauchen. Es sind bunt bemalte Kulissen, vor denen geliebt, geherzt, geheult wird. Dahinter ist es Zirkus, Geschäft, Musikantenleben. Mit allen Höhen und Tiefen.

Marc Pircher ist einer der aktivsten Protagonisten der Szene. Pircher, ein Hans-Dampf in allen Schlagergassen. Am Schnittpunkt zwischen volkstümlicher Unterhaltungsmusik und Schlager musizierend, kennt man den Zillertaler Musiker nicht nur aus den einschlägigen Charts, Sendungen und Magazinen, sondern auch durch seine Moderations-Jobs beim Fernsehen (Grand Prix der Volksmusik, Weihnachten auf Gut Aiderbichl u.a.). Marc Pircher ist der SCHLAGERSTAR, den die Kamera für den gleichnamigen Dokumentarfilm nahezu ein Jahr lang begleitete. Die Kamera war dabei, an Pirchers Seite, einfach immer auf Rotlicht, beobachtend, absolut wertungsfrei.

Die aufgenommenen Bilder gingen in den Schnitt, und auch da ist das Ergebnis wertungsfrei, von manipulativ weit entfernt. Kennt man die Szene, dann gilt ein „es ist, wie es ist“. Der Film zeigt ein Geschäft. Punkt. Hinter den Kulissen geht es klarerweise anders zu als davor. Gagen, CD-Verkäufe, TV-Auftritte und Charts sind die Parameter, die es bestmöglich zu schaffen gilt. Der Markt dafür liegt vor der Haustüre. Zwischen Neusiedlersee und Kiel ist Schlagerland. Schlager ist jenes Genre, in dem österreichische Musiker die größten kommerziellen Exporterfolge feiern. Entsprechend stark ist der Verteilungskampf und ebenso hart ist der Job.

Der Film SCHLAGERSTAR zeigt dem Zuseher auf nahezu entwaffnende Art, was es für den Star heißt, immer am Drücker zu bleiben, damit sich das Karussell stetig dreht. Klinkenputzen, Tag und Nacht im Auto, auf der Bühne, Promotion, Fernsehshows, die Radioeinsätze befeuern, sich um die Fans kümmern... Pircher, der SCHLAGERSTAR, wird den Kritikern des Genres Munition liefern, denn der Film zeigt das Geschäft und lässt die Kulissen Kulissen sein. Auch wird der Film die Fans nicht ratlos oder gar enttäuscht aus dem Kinosessel entlassen, denn selbst dem gutgläubigsten Schlager-Fan ist klar, dass alles, was auf der Bühne, am TV-Schirm passiert, Teil einer gut geplanten und orchestrierten Inszenierung ist. Die Fans wissen, dass sie sich mit dem Ticket für die Show temporär in eine Traumwelt begeben.

Abgesehen von der handwerklichen und dramaturgischen Qualität, die den Film zu einem herausragenden Doku-Werk macht, ist vor allem erstaunlich, dass Marc Pircher den Mut zu der Geschichte hatte. Sich nicht weg duckte, nicht in den Stadl-Kulissen und Pappmache-Bäumen versteckte, sondern zu dem steht, was da auf der Leinwand zu sehen ist. Pircher, der gnadenlose Selbstvermarkter, wird sich den Kritikern, die eh immer schon alles gewusst haben, stellen müssen, und derer gibt es erfahrungsgemäß nicht gerade wenige. Er wird seine Argumente finden, und er steht das durch, denn mal ganz ehrlich: Glaubst irgendwer, dass es im Rock-Zirkus anders läuft?

There is no business, like show business...

Andy Zahradnik ist seit 1973 in verschiedenen Positionen im österreichischen und deutschen Musikgeschäft tätig. Angefangen mit einer Lehre bei CBS (später Sony Music), arbeitet er sich bis zum Director of Promotion für Sony Music Germany hoch und macht sich schließlich nach 25 Jahren in der Plattenindustrie selbstständig. Seither arbeitet er als Subunternehmer für die Firmen media control gfk und nielsen music control. Neben seiner Tätigkeit als Autor und Redakteur für „Der Musikmarkt“ ermittelt er mit seinem Team seit 1998 wöchentlich die Austrian Airplay Charts und die Ö3 Austrian Top 40. 2001 wurde er mit dem Amadeus Austrian Musik Award als Musikpartner des Jahres ausgezeichnet.



## Regisseure im Interview

mit Michael Pekler

*SCHLAGERSTAR begleitet den volkstümlichen Musiker Marc Pircher, einen der populärsten Entertainer seiner Branche im deutschsprachigen Raum. Was hat Euer Interesse an diesem, für einen Dokumentarfilm ungewöhnlichen, Thema geweckt?*

**Stadlober:** Der Ausgangspunkt des Films war unser Wunsch, einen differenzierten Blick auf diese Branche zu werfen, zu der es keine unvoreingenommene Haltung zu geben scheint. Mit Marc Pircher haben wir einen Protagonisten gefunden, den wir, um einen solchen Einblick zu gewinnen, über ein Jahr lang bei seiner Arbeit begleiten durften. Die Begegnung mit Pircher war aber nicht das Ergebnis einer groß angelegten Recherche, um ihn als repräsentativen Musiker für die Schlagerbranche auswählen zu können. Vielmehr kommt Pircher aus einer musikantischen Tradition, singt aber auch romantische Schlager. Bei Hansi Hinterseer sieht das ganz anders aus.

**Antoniuzzi:** Wir würden SCHLAGERSTAR auch nicht als Musikedokumentarfilm bezeichnen. Während der Produktion stellten wir uns wiederholt die Frage, welche Rolle die Musik im fertigen Film einnehmen soll. Wir haben uns dafür entschieden, sie stets im Originalton zu präsentieren, egal wo wir uns mit der Kamera befinden. SCHLAGERSTAR ist aber auch kein Porträtfilm, sondern eine Dokumentation über einen Unterhaltungsmusiker und damit über das Selbstverständnis dieser Branche.

*Hat das abschätzige Urteil über die Branche ausschließlich mit schlechter Musik zu tun oder liegt es nicht auch daran, dass ausgerechnet der seichten Unterhaltung ein enormer ökonomischer Erfolg beschieden ist?*

**Stadlober:** Das Besondere an dieser Musik ist der Umstand, dass sie von den Fans verklärt und den Kritikern vernichtet wird. Obwohl sich alle blasiert und abgeklärt geben, bleibt volkstümliche Musik für ihre Gegner unzumutbar. Aber diese negative Haltung ist auch eine Möglichkeit zur Distinktion. Ein durchschnittlicher Schlagerhörer macht auch nichts anderes als ein durchschnittlicher Sinfoniekonzertabonnent. Beide wollen nicht überrascht

und nicht herausgefordert werden, sondern das hören, was sie immer schon gehört haben. Insofern hören sie beide den gleichen Kitsch.

**Antoniuzzi:** Die Kritik an dieser Musik verfehlt im Grunde deren eigentliche Rolle. Denn das Konsumieren von volkstümlicher Musik ist ein Vorwand, um etwas ganz Anderes zu bekommen – der soziale Faktor spielt hier eine wesentlich größere Rolle. Den Fans sind etwa die Texte völlig egal.

**Stadlober:** Diese Musik hat ja auch keine Botschaft und will gar keine haben.

*Es gibt im Film erstaunlich wenige Aufnahmen von Fans, vor allem bei Konzerten. Das scheint mir eine Strategie, die auch daraufhin ausgelegt ist, das Publikum nicht vorzuführen.*

**Antoniuzzi:** Die Entscheidung, uns ganz auf Pirchers Arbeitsabläufe zu konzentrieren, fiel erst im Schnitt. Wir hatten wenige ausgewählte Fans begleitet, dann aber bemerkt, dass uns die Fans als Figuren nichts Neues erzählen. Man kennt diese Leute aus TV-Reportagen, in denen sie oft als Freaks herhalten müssen. Wir hätten diese Menschen, um ihnen gerecht zu werden, also in ihrem alltäglichen Umfeld zeigen müssen, was aber nicht Thema des Films war und auch den Rahmen gesprengt hätte.

**Stadlober:** Einerseits hat sich die Hoffnung, dass hier ganz „normale“, nette Leute in den Konzerten zu sehen sind, erfüllt. Andererseits sind nette Leute, die sich einen schönen Abend machen, halt als Filmfiguren nicht sehr ergiebig.

*Marc Pircher betont immer wieder die Wichtigkeit, mit seinen Fans in Kontakt zu bleiben. In einigen Szenen kann man beobachten, wie diese Kontaktpflege als Routine abläuft: Autogramme, Fototermine auf einem Ausflugsschiff, usw. Haben diese Momente nicht auch etwas Entblößendes?*



**Antoniuzzi:** Unsere Absicht war es, beim Zuschauer den Gedanken zu ermöglichen, was Pircher den Leuten eigentlich verkauft, ohne ihn zu desavouieren. Führt er die Fans hinters Licht, erfüllt er eine Mission – oder macht er nur seinen Job? Gerade weil diese Szenen entsprechend dauern, kann man erkennen, wie wichtig und zugleich anstrengend es für Pircher ist, für jeden Einzelnen ein nettes Wort und ein Lächeln parat zu haben. Dafür braucht man kein Mitleid mit ihm zu haben, aber ihn auch nicht bloßzustellen.

**Stadlober:** Gleichzeitig geht er mit dieser Art von Zweckbündnis mit seinen Fans unverblümt um und verheimlicht überhaupt nicht, dass die Beziehung zu ihnen auch harte Arbeit ist. Die Fans sind die Basis für sein Geschäft – das weiß er, und das zeigen wir auch.

*Ihr habt bewusst auf Interviews verzichtet, man hört nur einige öffentliche Statements, wenn Pircher diversen Medien, etwa einem Radiosender, Auskunft gibt. War das auch eine Methode, um ihm die Möglichkeit der Selbstdarstellung zu nehmen?*

**Stadlober:** Der prinzipielle Zugang des Films ist der des Direct Cinema, weshalb die Interviewtechnik für uns keine dramaturgische Option war. Was im Film ersichtlich wird, ist Pirchers Professionalismus vor der Kamera, und zwar in dem Sinn, dass er sie völlig zu vergessen scheint. Er wäre ein großartiger Amateurschauspieler mit nur einer Rolle.

**Antoniuzzi:** Dadurch hatten wir bei den Dreharbeiten auch immer das Gefühl, dass ohnehin alles Wesentliche vor unseren Augen passiert, ohne eingreifen zu müssen.

*Wie hat Pircher auf Euch und die Kamera reagiert?*

**Antoniuzzi:** Seine Skepsis uns und dem Film gegenüber war zwar zunächst groß, die Neugierde aber wohl größer. Außerdem macht er seinen Job derart professionell, dass er im Grunde immer wusste, dass er nichts zu verlieren hat, wenn wir ihn mit der Kamera beobachten.

**Stadlober:** Er hat ein gesundes Selbstvertrauen, was sein Handwerk betrifft. Und natürlich die Hoffnung, mit diesem Film seinen Markt und seinen Bekanntheitsgrad zu erweitern. Tatsächlich hat sich bei ihm auch ein privates Interesse herausgestellt.

*Bei aller Professionalität Pirchers sehen wir ihn auch in Momenten des Selbstzweifels, wenn er etwa „genug hat von der Arschkriecherei“ und die volkstümliche Musik mit der Mafia und der Prostitution vergleicht. Sind das die „wahren“ Momente des Films?*

**Antoniuzzi:** Diese Momente bilden keine Ausnahme, sondern sind die Regel, und ich hoffe, dass der Film diese Höhen und Tiefen auch vermittelt. Pircher als Privatperson hat uns allerdings nie interessiert.

**Stadlober:** Pirchers private Eigenheiten spielen für seinen Beruf keine größere Rolle, und wir wollten auch kein Drama erzählen, sondern von einem Arbeiter bei der Arbeit. Deshalb ist er bis auf eine einzige Szene auch im gesamten Film zu sehen.



*Auffällig sind die wiederkehrenden politischen Statements, sowohl auf der Bühne als auch bei TV-Interviews. Hier präsentiert sich Pircher als moderater EU-Kritiker mit einer gehörigen Portion Heimatstolz. Wie wichtig war es für Euch, diesen nationalpolitischen Aspekt der Unterhaltungsmusik in den Film einzubringen?*

**Stadlober:** Diesen Aspekt darf man nicht aussparen, denn der Chauvinismus spielt in dieser Branche eine große Rolle. Explizit politische Aussagen sind zwar eher selten, die Schönheit der Heimat, „Preußenwitze“ und Sexismus sind aber Dauerthemen. Man sieht anhand zweier Szenen, in denen der Heimatbegriff thematisiert wird, vor allem in geografischer Hinsicht aber auch einen recht pragmatischen Umgang damit. Andererseits ist Pirchers „Österreich-Lied“ der einzige Song, bei dem er nie das Pathos bricht.

**Antoniuzzi:** Wichtig ist zu sehen, wofür „Heimat“ in der volkstümlichen Musik eingesetzt wird. Bei Pircher kann man gut erkennen, wie er den Begriff wie für einen Setzkasten verwendet, sich aber nie persönlich positioniert.

*Diese Oberflächlichkeit fällt offensichtlich mit Pirchers Rastlosigkeit zusammen. Er trifft viele Entscheidungen buchstäblich en passant.*

**Antoniuzzi:** Wir haben den Film mit der Idee begonnen, den gesamten Produktionszyklus von Pirchers CD zu seinem 20-jährigen Jubiläum abzudecken. Als wir auf die dafür wichtigen Termine warteten, mussten wir feststellen, dass es diese gar nicht gab: Vieles geschah so spontan, dass wir unsere Strategie ändern mussten und beschlos-

sen, ihn zu diversen Anlässen – von der Präsentation bis zum Auftritt im „Musikantenstadl“ – jeweils mehrere Tage lang zu begleiten.

*Der Film übernimmt in der Montage den treibenden Rhythmus.*

**Antoniuzzi:** Rhythmus und Tempo des Films haben sich bereits während der Dreharbeiten aufgedrängt. Eine Besonderheit sind die im Film zu hörenden Songs von Pirchers Bühnenauftritten: Dies ist immer auch eine technische Herausforderung, wenn man, wie in unserem Fall, nur eine Kamera zur Verfügung hat.

*Hat Pircher Eure Erwartungen erfüllt, indem er sich als typischer Repräsentant der Branche erwiesen hat, oder zeichnet ihn doch etwas Besonderes aus?*

**Antoniuzzi:** Beides. Er ist einerseits typisch für die Branche, andererseits wirkt er vor allem aufgrund seines Arbeitsablaufs wie ein Kondensat, und das macht ihn wiederum zu etwas Besonderem.

**Stadlober:** Für den volkstümlichen Schlager ist er repräsentativ, nicht aber für den romantischen. Man denkt bei der Schlagerbranche immer an die großen Stars, aber davon gibt es eigentlich nur drei. Untypisch sind also die anderen wenigen, während Pircher durchaus als typischer Vertreter der Branche zu sehen ist. Denn das sind nach wie vor großteils Musiker alten Schlages, die hier ihr Geld verdienen.

Michael Pekler arbeitet als freier Filmkritiker und -publizist („Falter“, „Filmbulletin“).



## Ein uneigener Traum

von Daniel Wisser

In einem Dokumentationsfilm mit Emotionen umzugehen ist schwierig – viel schwieriger als in einem Spielfilm. Das scheinbar Objektive und Faktische programmiert unsere Reaktionen einfach und effizient. Wir sehen eine Doku über Brian Wilson und wollen danach Brian Wilson sein. Und auch mit negativen Emotionen funktioniert das: Wir sehen eine Doku über Plastik, und danach hassen wir Plastik. Viel schwieriger ist es, die Zusehenden ihren Emotionen zu überlassen. Das gelingt den Autoren des Films *SCHLAGERSTAR*, der einen in eine seichte Traurigkeit entlässt, nachdem man zuvor 90 Minuten lang in die Leere startete – die volle Leere.

*SCHLAGERSTAR* ist ein Portrait des volkstümlichen Musikers Marc Pircher. Wir nähern uns dem Star aber nicht trotz seiner Unzugänglichkeit, sondern wegen seiner Zugänglichkeit. Der Film kommt völlig ohne Kommentar aus, ohne Hintergrundmusik, ohne kameratechnische Finesse. Wir begleiten Pircher auf seinen rastlosen Wegen ins Studio, auf die Bühne, ins Bierzelt, zu aus Wohnzimmer sendenden Internetradios, Fernsehauftritten, Fan-Besuchen mit dem Traktor, zum CD-Signieren und Vielem mehr. Dabei erleben wir eine hochtechnisierte Welt, in der Autos, Freisprechanlagen, Mobiltelefone große Rollen spielen, aber auch coole Sonnenbrillen, Jeans und Bierbäuche.

Die scheinbare Objektivität der Autoren entpuppt sich bald als eine perfide Art der Subjektivität, die den Pircher'schen Lebenstraum, das im Titel behauptete Startum, die peinlich dokumentierte peinliche Gegenwart zu einer Pein macht, zu einer Traurigkeit – und das eben nicht ironisch oder zynisch, sondern mit einer makellosen Genauigkeit und Ernsthaftigkeit, die (indem sie scheinbar nicht inszeniert) das Dargestellte gnadenlos aushöhlt. Der Lebenstraum der Ich-AG Pircher, nämlich seine Musik zu machen, wirkt zuerst logisch, klar, verständlich; doch nur, bis man bemerkt, dass das vorgeblich Eigene etwas gänzlich Uneigenes ist. Die angestrebte Popularität seiner Songs und deren Texte, das unbedingte Gefallenwollen macht das Publikum zum alleinigen Souverän, spricht ihm

aber jede Souveränität ab. Da wird das Trinklied *Ein Prosit der Gemütlichkeit*, das ungemütlichste aller Lieder, gleich mehrmals pro Auftritt gesungen, da werden abenteuerlich dilettantische Reproduktionen von Hansi Hinterseers *Hände zum Himmel* oder Fendrichs Monarchistenhymne *I Am from Austria* gegeben, und dazu gibt es sogar eine Botschaft, nämlich die, dass jenes deutschsprachige Gebiet, das sich ziemlich genau mit Pirchers Wirkungsgebiet deckt, der schönste Teil der Erde ist. Pircher ist immer auf der Reise, auf einem Güterweg to Hell, wo auch komische und peinliche Momente nicht fehlen, wie etwa taktische Gespräche über CD-Selbstkäufe beim eigenen Label, die zum Erreichen der Auszeichnung Platin nötig sind. All das zeigt, dass der Mensch Pircher der Knecht oder Sklave dieses seines Traumes ist, und dafür durch die Hölle geht, in der er ohnehin schon lebt. Es gibt sogar eine Szene, in der Pircher sich im Gespräch mit einer Maskenbildnerin tatsächlich als Verfolgter und Ausgestoßener sieht.

In vieler Hinsicht könnte man bei der verwendeten Methode von der Trivialisierung des Poetischen und der Poetisierung des Trivialen sprechen, doch das trifft es nicht ganz, denn noch der aussichtsloseste Größenwahn bietet weitaus mehr Identifikationspotential. Und wer gedacht hat, er würde in der Welt der volkstümlichen Musik jenes letzte Paradies der Musikindustrie finden, in dem alles noch aus Gold ist, wird in diesem Film nicht fündig.

Unabhängig vom Thema und der Hauptperson von *SCHLAGERSTAR* ist der Stil dieses Films das wirklich Großartige. Nicht, dass seine Machart neu wäre, aber die präzise Vermeidung jedes Voyeurismus und jeder auch nur andeutungsweise Tendenz habe ich noch nicht oft in einem Dokumentarfilm gesehen. Und vielleicht ist diese Methode auch auf andere Lebensträume abwendbar, um das unbemerkt Verschwundene doch darstellbar zu machen.

Daniel Wisser, geb. 1971, lebt als Schriftsteller und Musiker in Wien. 2003 erschien sein Debutroman „Dopplergasse acht“. 2011 war er für den Ingeborg-Bachmann-Preis nominiert; im selben Jahr erschien der Roman „Standby“. Bei der Literaturbiennale Floriana erhielt er 2012 den 2. Preis für seinen in Arbeit befindlichen Roman „Ein weißer Elefant“.





## Branchenexperte Peter Draxl im Interview

*Wie entwickelt sich der Markt für Schlager und volkstümliche Musik in Österreich?*

Im Vergleich zu den anderen Teilen der Branche gut, weil er nicht so extrem vom allgemeinen Rückgang der Verkaufszahlen betroffen ist. Das liegt daran, dass sich die Schlager- und Volksmusikfans eher in der ländlichen als in der städtischen Bevölkerung finden und älter sind. Sie sind keine Technikfreaks, Downloads spielen keine so große Rolle, sie sind eher haptisch orientiert und wollen etwas in der Hand haben.

*Dann verstehe ich nicht, wieso in den CD-Verkaufstatistiken der Musikindustrie der Marktanteil von Schlager und Volksmusik seit Jahren stabil in der Gegend von 9% steht?*

Das verstehe ich auch nicht, weil bei uns und bei Sony ist er deutlich höher. Wir sind ja quasi die Platzhirsche im Bereich Schlager und Volksmusik, und bei uns ist der Anteil bei 25-30 %. Und der ist in den letzten Jahren sicher gewachsen.

*Wie haben sich die Anteile innerhalb Ihrer Firma verschoben?*

Ich habe jetzt keine Zahlen, aber in den letzten zehn Jahren hat sich das Gesamtvolumen der CD-Verkäufe in etwa halbiert, Schlager und Volksmusik sind einigermaßen stabil geblieben. Man kann sich das auch in den Charts anschauen. Wenn man sich die österreichischen Albumcharts von vor zehn oder fünfzehn Jahren anschaut, war dort in den Top 20 war und die Schlagerkünstler abzählt, dann werden das deutlich weniger sein als heute, weil jetzt hat man manchmal einen Schlageranteil von 50-70% in den Top 20.

*Schlager und volkstümliche Musik werden meistens in einen Topf geworfen. Unterscheiden Sie als Plattenfirma zwischen diesen Genres?*

Wir differenzieren. Es gibt ja auch Künstler, die wollen nicht ins volkstümliche Eck - oder in die volkstümliche Schublade - geschoben werden, sondern Schlagerkünstler sein. Wir haben uns für den internen Hausgebrauch eine ganz einfache Differenzierung zurecht gelegt: Wer eine Tracht trägt, ist volkstümlich, wer keine trägt, zählt zum Schlager (lacht). Also das Nockalm Quintett in weißen Anzügen sind Schlagerkünstler, die Jungen Zillertaler und Marc Pircher sind volkstümlich.

*Bei Marcs Gewand ist das aber schwer zu entscheiden.*

Wenn er eine Zillertaler Weste trägt, ist er ein volkstümlicher Künstler, trägt er am nächsten Tag keine mehr, ist er Schlagersänger (lacht). Also musikalisch kann man es ohnehin kaum unterscheiden. Man kann es vielleicht noch über die deutsche Sprache oder Mundart differenzieren. Obwohl die meisten volkstümlichen Interpreten ja heute auch schon Hochdeutsch singen.

*Wie hat sich das Publikum im Lauf der Zeit verändert?*

Das Publikum war immer dasselbe, aber dann hat's den großen Gabalier-Effekt gegeben, der die Jungen zur „Volkstümlichen Musik“ gebracht hat.

*Gehen die Jungen nur zu Andreas Gabalier oder gehen sie jetzt auch zu anderen Volks- und Schlagermusikern?*

Sie sind schon immer zu diesen Veranstaltungen gegangen, weil es in ihrem Einzugsgebiet nichts anderes gegeben hat - und das ist ja nach wie vor so. Wenn du in Ybbs wohnst oder irgendwo in der tiefsten Steiermark, musst du das konsumieren, was dir vor Ort geboten wird - und das sind seit Generationen Schlager und Volksmusik. Weil ein Bon Jovi oder ein Robbie Williams werden sich nicht dorthin verirren. Aber jetzt haben diese Jungen für sich einen Star gefunden, den sie auch auf Platte kaufen und dem sie nachfahren, und sie besorgen sich ein Dirndl beim Eduscho, das sie dann anziehen um zu zeigen, dass sie das alles cool finden: das ist der Gabalier-Effekt. Gabalier hat quasi den Robbie Williams abgelöst als Sexsymbol im Kinderzimmer (lacht). Aber ich glaube nicht - also glauben heißt nichts wissen, aber es schaut bis jetzt nicht danach aus - dass diese Teenager und jungen Erwachsenen jetzt automatisch auch die Kastelruther Spatzen kaufen.

*Wieso hab ich noch keine Trittbrettfahrer gesehen, die versuchen, von diesem Gabalier-Effekt zu profitieren?*

Die gibt's schon, aber sie kommen nicht hoch, dafür sorgen die Medien. Kopieren war noch nie ein guter Plan. Man muss etwas für sich erfinden, das sonst niemand hat. Es gibt aber immer wieder Menschen, die das nicht verstehen.

*Heißt das, wenn Gabalier jetzt verschwinden würde, wäre wieder alles beim Alten? Keine Nachhaltigkeit?*

Er hat auf jeden Fall die Schwelle niedriger gemacht: In ganz normalen Großstadtunternehmen sieht man jetzt hin und wieder Entscheidungsträger mit einem Trachtenjopperl, weil's wieder salonfähig geworden ist. Vor fünf Jahren warst du der Depp in der Tracht (lacht) - das Landei. Also insofern hat Gabalier sehr wohl zu einer kulturellen Veränderung beigetragen.

*Es wird oft davon geredet, dass wegen des schrumpfenden CD-Markts das Live-Geschäft für die Musiker immer wichtiger wird. Statistiken dazu sind aber nicht verfügbar.*

Das lässt sich nur schwer herausfinden, weil die Menschen natürlich ihre Zahlen nicht hergeben. Aber ich kenne ja die Live-Umsätze von unseren Künstlern, oder einiger unserer Künstler und natürlich auch die Umsätze, die sie mit CD-Verkäufen machen. Da kann man grob geschätzt sagen: Drei Viertel machen sie mit live und Merchandising und ein Viertel mit CD-Verkäufen.

*Wie hat sich diese Verteilung in den letzten zehn Jahren verschoben?*

Vor fünfzehn Jahren war die CD noch der Haupt-Income-Stream. Da war das Verhältnis zwei Drittel CD-Verkäufe und ein Drittel live und Merchandise. Der Live- und Merchandise-Income hat also die Macht übernommen.

*Steigt Universal deshalb in letzter Zeit vermehrt in die anderen Bereiche der Vermarktung ein?*

Ja, das ist natürlich der Grund, wir wollen an diesem Kuchen auch unseren Anteil haben. Weil wir sorgen ja mit einer Albumproduktion dafür, dass der Künstler in die Medien kommt - und der Künstler selber drückt dann quasi ab, indem er erfolgreiche Live-Tourneen veranstaltet, von denen wir wieder nichts haben. Das ist in Wahrheit der Hintergrund von diesen sogenannten 360°-Modellen: Wir wollen als Anschubfinanzierer einer Kampagne auch etwas von all dem haben, das in der Wertschöpfungskette dann dabei rauskommt. Nicht nur hinein zahlen und dann aussteigen (lacht).

*Sind diese 360°-Modelle jetzt der allgemeine Trend?*

Ja. Vor fünfzehn, zwanzig Jahren war das der Musikindustrie noch gleichgültig, da hat sie in Champagner gebadet, weil quasi jeder seine LPs als CD nachkaufen wollte. Aber mittlerweile ist das nicht mehr egal!

*Marc Pircher ist selbst extrem aktiv und macht das meiste in Eigenregie. Ist das für die Firma ein Problem?*

Überhaupt nicht, das ist ein riesengroßes Plus. Das Schlimmste, das einer Plattenfirma passieren kann, ist ein Künstler, der einen Vertrag unterschreibt, sich dann zurücklehnt und wartet, dass irgendwas passiert. So kann man auch nicht erfolgreich sein, ein Plattenvertrag ist nicht der Freibrief zum Extremcouching, sondern da beginnt erst die Arbeit. Also das Beste, was uns als Plattenfirma passieren kann, sind Künstler wie Marc, die eine Energie wie ein Atomkraftwerk haben und einen Arbeitswillen und einen Arbeitseifer, der ungebremst mit 200 km/h durch die Gegend flitzt. Ein unfassbarer Typ!

*Bei diesem Tempo ist es aber auch schwierig, in Ruhe strategische Überlegungen anzustellen. Kann's da nicht passieren, dass man die Zeit für Veränderungen übersieht?*

Solange man erfolgreich ist mit dem, was man tut - und Marc ist extrem erfolgreich - braucht man nichts zu verändern. Man muss nur Ruhepausen einlegen und sich Gedanken machen in die Richtung ‚Wo komme ich her, wo gehöre ich hin, wie lange kann dieser Erfolg anhalten und ab wann muss ich mich neu erfinden, damit der Erfolg weitergeht?‘ Auf einer Welle reiten kann man ein paar Jahre, oder auch viele Jahre, nur irgendwann ist der Zeit-



punkt für Veränderung da, aber der ist bei jedem Künstler ein anderer. Es gibt natürlich auch Künstler – und das sind dann die Ausnahmen – die durch ihre Beständigkeit erfolgreich sind. Die Amigos zum Beispiel machen seit zwanzig Jahren dasselbe und sind genau deswegen erfolgreich, weil sie eine gewisse Beständigkeit mitbringen. Da weißt du, was du kriegst, und das ändert sich nicht. Das kann auch ein Erfolgsrezept sein.

*Wohin wird sich Marcs Karriere entwickeln?*

Wenn er älter wird, reifer und nachdenklicher, dann wird er vielleicht jemand sein, der eher mehr in Richtung Liedermacher geht als in Richtung Stimmung, Gaudi, Vollgas. Dass er dann mit seinen Texten mehr ausdrücken will als er es vielleicht jetzt noch tut, so kann ich mir das vorstellen, das wäre eine logische Entwicklung.

*Der neue Sinatra vielleicht? Marcs Stimme erinnert manchmal daran, weil sie auch so unverwüßlich ist.*

Marc hat eine super Stimme, aber er sollte seine Sprache nicht verlassen. Er muss österreichisch bleiben.

*Wie sehen sie die Zukunft für die Branche?*

Hm... naja geben wird es die Schlager- und Volksmusikbranche immer. Das kann man nicht kaputt machen, weil's eben das ist, was am Land stattfindet und es dazu wie gesagt keine Alternativen gibt. Der Bon Jovi wird näm-

lich in zehn Jahren noch immer nicht in Grammatneusiedl beim Heurigen auftreten. Insofern stehen die Chancen sehr gut, dass wir krisensicher sind, egal, was mit der Musikindustrie in den nächsten Jahren passiert. Ein schöner Ausblick: Wir als Genre sind krisensicher (lacht).

*Wie stehen Sie geschmacksmäßig zu Schlager und volkstümlicher Musik?*

Ich muss mir ja nicht alles zuhause anhören, für mich privat picke ich mir die Rosinen heraus. Aber weil ich jetzt schon ewig in der Branche bin, hab ich schon immer Schlagermusik gehört und kann sagen, die Titel sind einfach gut. Da kommt man nicht dran vorbei. Wenn man sich *Zieh dich an und geh* vom Nockalm Quintett in Ruhe anhört oder *Sweet Little Rehlein* von Gabalier, das sind saugute Nummern. Auch alles, was der Ötzi jemals gemacht hat, sind einfach super gemachte Gute-Laune-Songs, da kann man nicht meckern! Und wenn man bei der Universal-Weihnachtsfeier auch die coole Fraktion zu *Hey Baby, I sing a Liad für di* und diesem ganzen „un-coolen schlagervolkstümlichen Zeug“ tanzen sieht, dann weiß man, das funktioniert. Ab Mitternacht und ab einem Promill funktioniert das, egal ob einer tagsüber FM4 hört oder nicht.

Peter Draxl ist Marketing und A&R (Artists & Repertoire) Director bei Universal Austria. Als A&R Manager ist er verantwortlich für den österreichischen Markt in den Bereichen Pop, Rock, Klassik, Jazz und Schlager/volkstümliche Musik. Der diplomierte Industriekaufmann arbeitet seit 20 Jahren in der Branche und ist damit der ältestgediente Manager eines Major Labels in Österreich.



## Marc Pircher

Marc Pircher (34) ist ein volkstümlicher Musiker und Sänger aus dem Zillertal in Tirol. Er begann seine musikalische Karriere schon im Kindesalter. Sein Vater, der selbst hobbymäßig die Steirische Harmonika spielte, förderte das musikalische Talent seines Sohnes.

Bereits 1993 erschien Pirchers erstes Werk mit dem Titel „Marc Pircher – aus dem Zillertal“. Es folgten zahlreiche TV-Auftritte, Teilnahmen an Musikwettbewerben und diverse Auszeichnungen. Unter anderem gewann er den „GRAND PRIX DER VOLKSMUSIK 2003“ und 2009 den Austrian Music Award „AMADEUS“.

Seit 2005 ist Marc Pircher auch immer wieder als Moderator im Fernsehen und bei volkstümlichen Musikveranstaltungen tätig. Seine Alben werden regelmäßig mit Gold und Platin ausgezeichnet, zu seinem Einzugsgebiet zählen neben Österreich auch die Schweiz, Deutschland, Belgien und die Niederlande. Seit 2004 wird er bei seinen Konzerten und im Studio von dem Gitarristen Mani Wagner begleitet, er tritt aber auch im Trio und mit Band auf.

2012 feierte Marc Pircher sein Bühnenjubiläum mit dem Album „20 Jahre – Das Beste und noch mehr...“.



## Die Fans

Mehr als 20 Marc Pircher Fanclubs existieren im deutschsprachigen Raum.

Einige Mitglieder haben mit uns ihre Gedanken zum „Leben als Fan“ geteilt. Ihre Texte sind in kompletter Länge auf der Filmhomepage zu finden.

*...80% unserer ganzen Freizeit dreht sich um Marc Pircher. Wenn man die ganze Vorarbeit rechnet... Wohin sollen wir denn als nächstes fahren und wer fährt dann mit? Acht Tage, bevor wir fahren, will ich schon das Telefon nicht mehr abheben. Die einen sagen wieder ab und dann kommt immer wieder jemand dazu... es darf auch nicht zu teuer sein.*

**Walter Huber, gründete 2003 den Marc Pircher Fan Club Bad Griesbach-Weng in Bayern und ist seitdem auch für die Leitung zuständig. Seine Partnerin Andrea Högl unterstützt ihn bei dieser Tätigkeit.**

*Wir besuchen im Jahr bis zu 50 Konzerte bzw. Auftritte von Marc. Wir sammeln CDs, machen nach eigenen Entwürfen T-Shirts, Buttons, Kalender und vieles mehr. Fotos gehören natürlich zu einem Fanleben dazu und runden die Sache ab. Es ist immer wieder schön, Fotos von alten Auftritten anzusehen. Es werden Erinnerungen wach, und die kann uns keiner nehmen. Auftritte unserer Lieblingsinterpreten gehören schon fast zum notwendigen Muss. Es hilft uns auch viel, von etwaigen Problemen, die es gibt, etwas Abstand zu gewinnen und alles rund herum für einige Stunden zu vergessen. Das hilft der Seele.*

**Rudolf und Inge Karber, leiten den Marc Pircher Fanclub für Wien und Niederösterreich.**

*Es war im März 2007, als meine damals 13jährige Tochter Bettina zu mir kam und mich fragte, ob wir zu einem Konzert von Marc Pircher in Michelbach fahren könnten. Sie hat ihn im Sommer 2006 in Bad Kleinkirchheim beim „Wenn-die-Musi-spielt“-Open-Air gehört und war seit diesem Abend total begeistert von ihm! Leider konnte ich es ihr nicht erlauben, da es eine Abendveranstaltung war und sie am nächsten Tag in die Schule musste. Ich erzählte aber meinen Eltern und meiner Cousine Christine, die auch gerne Volksmusik hören, davon. Danach beschlossen wir, zu dieser Veranstaltung, wo auch die Zellis auftraten, zu fahren. Es war für uns ein unbeschreiblich toller Abend und wir waren begeistert, welche Stimmung Marc mit seiner Harmonika und seinen Liedern erzeugen konnte.*

**Theresia Wiebogen und Familie, treue Marc Pircher-Fans aus Niederösterreich.**

*Ich war und bin nach wie vor von der Art und Weise, wie Marc seine Auftritte selbst managt und organisiert, wie er sich aber trotzdem so nebenbei um seine Fans kümmert, sich zu ihnen setzt und sich mit ihnen unterhält und scherzt, sehr beeindruckt. Ich habe das noch nie bei einem anderen Künstler zuvor erlebt, dass man „seinen Star“ so hautnah erleben und mit ihm sogar ganz ungezwungen plaudern kann.*

**Helga Buza, langjährige Anhängerin von Marc Pircher.**



## Making Of SCHLAGERSTAR

Mehr als ein Jahr lang hat das Filmteam, bestehend aus den Regisseuren Marco Antoniazzi und Gregor Stadlober und Aufnahmeleiterin Marie-Therese Hildenbrandt, den Musiker Marc Pircher begleitet.

Das Making Of Video gibt einen Einblick hinter die Kulissen des Dokumentarfilmdrehs und zeigt, was das Team gemeinsam mit Marc Pircher in den 35 Drehtagen erlebt hat. Durch die Arbeit des kleinen mobilen Teams sind dabei etwa 80 Stunden Rohfilmmaterial entstanden.

Im Videointerview sprechen Marco Antoniazzi und Gregor Stadlober mit Marc Pircher über die Entstehung des Films. Wie verliefen das Kennenlernen und die Dreharbeiten und wo liegen die Unterschiede zwischen der Musik- und der Filmbranche? Fragen wie diese führen zu der Erkenntnis, dass die Arbeit am Film sowohl für die Regisseure als auch den Hauptdarsteller eine fruchtbare und lehrreiche Zeit war.

Der Drehblog informiert über die spannende Zeit während der Dreharbeiten und dokumentiert, wohin das Filmteam Marc Pircher begleitet hat: Quer durch Österreich, Deutschland und sogar bis aufs Mittelmeer führen sie Pirchers Reisen für Fernsehsendungen, Konzerte, Kreuzschifffahrten, CD-Promotionstouren und vieles mehr.

[www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com)



## Marco Antoniazzi

Marco Antoniazzi wurde 1972 in Bozen geboren, wo er sein Studium an der Zelig-Schule für Fernsehen & Film absolvierte. In Wien studierte er Regie bei Prof. Peter Patzak an der Filmakademie.

Marco Antoniazzi arbeitet als Regisseur, Autor und Kameramann für Kino- und Fernsehproduktionen.

### Filmografie Regie (Auswahl)

2013 **Schlagerstar** (mit Gregor Stadlober)  
Kino-Dokumentarfilm  
Publikumspreis Diagonale 2013  
2011 **Erinnerungen an die Stadt des Kindes**  
Dokumentarfilm  
Diagonale 2011  
2009 **Kleine Fische**  
Kinospießfilm  
Eröffnungsfilm und Publikumspreis, Diagonale 09 und bei den Bozner Filmtagen  
Internationale Festivalpremiere beim Filmfestival Max Ophüls Preis  
2007 **Wellen**  
Experimentalfilm  
2006 **VERKAUFEN VERKAUFEN** (mit Gregor Stadlober)  
Dokumentarfilm  
2004 **Das Kettenkarussell**  
Kurzspielfilm  
Cinestyria Jugendfilmpreis, 37° Opere Nuove – Menzione Speciale  
2001 **Für einen Moment**  
Kurzspielfilm  
Best Experimental Short, 6. Int. Festival of Filmschools, Mexico  
People Choice, Circuito Off, Venedig  
1998 **Max & Mora – ein Südtirol-Märchen**  
Kurzspielfilm

### Filmografie Kamera (Auswahl)

2013 **Schlagerstar**  
Kino-Dokumentarfilm  
Diagonale 2013  
2011 **Erinnerungen an die Stadt des Kindes**  
Dokumentarfilm  
Diagonale 2011  
2006 **VERKAUFEN VERKAUFEN**  
Dokumentarfilm



## Gregor Stadlober

Geboren 1970 in Fohnsdorf/Steiermark, studierte Gregor Stadlober zunächst Psychologie und Geschichte in Graz. Seit 2001 ist er als freier Autor und Regisseur tätig.

2001 Carl Mayer-Drehbuchpreis der Stadt Graz für das Drehbuch zu *Kotsch*.

2004 Zusammenarbeit mit dem Grazer Theater im Bahnhof an dem Projekt Wallisch Wandern für die Wiener Festwochen.

### Filmografie (Auswahl)

2013 **Schlagerstar** (mit Marco Antoniazzi)  
Kino-Dokumentarfilm  
Publikumspreis Diagonale 2013  
2012 **Neuköln-Aktiv** (mit Sabine Herpich)  
Kino-Dokumentarfilm  
Weltpremiere Duisburger Filmtage 2012  
2009 **Kleine Fische** (Drehbuch, mit Marco Antoniazzi)  
Kinospießfilm  
Publikumspreis Diagonale 09 und bei den Bozner Filmtagen  
2008 **Space 2**  
Experimentalfilm  
2006 **Kotsch**  
Kinospießfilm; Drehbuch  
2006 **VERKAUFEN VERKAUFEN** (mit Marco Antoniazzi)  
Dokumentarfilm  
2006 **ruckzuck** (mit Gisela Hesser)  
Experimentalfilm  
2006 **Wir LAWOG Frauen haben´s schön** (mit Gisela Hesser)  
Dokumentarfilm  
Crossing Europe Award, Local Artist

# THEMENVERTIEFUNG

## **Marc Pircher Homepage**

[www.marcpircher.at](http://www.marcpircher.at)

Die offizielle Homepage unseres Protagonisten.

## **Universal Music Austria**

[www.universalmusic.at](http://www.universalmusic.at)

Universal Music ist das Plattenlabel von Marc Pircher und vielen anderen KünstlerInnen.

## **Manfred Wagner Music**

[www.mw-music.at](http://www.mw-music.at)

Mani Wagners Homepage. Er ist der ständige Begleiter von Marc Pircher auf der endlosen Tour.

## **Musikantenstadl**

[www.musikantenstadl.tv](http://www.musikantenstadl.tv)

Die offizielle Website des Musikantenstadls.

## **„Wenn die Musi spielt“ Open Air Bad Kleinkirchheim**

[www.musi-open-air.at](http://www.musi-open-air.at)

Die Homepage zum großen Musi Open Air in Bad Kleinkirchheim.

## **LSK – die Konzertagentur**

[www.lskonzerte.at](http://www.lskonzerte.at)

Wiens größter Veranstalter für Konzerte, Musicals und Shows.

## **Showfactory**

[www.showfactory.at](http://www.showfactory.at)

Österreichs Top Großeventveranstalter für Konzerte und Shows.

## **Schlagerfreunde**

[www.schlagerfreunde.at](http://www.schlagerfreunde.at)

Das Schlagerportal der Showfactory mit Infos, Terminen, Videos und CDs der beliebtesten Schlagerstars.

## **Tiroler Stadl**

[www.tiroler-stadl.com](http://www.tiroler-stadl.com)

Die Seite zur Tiroler Stadlkreuzfahrt.

## **Stadlpost**

[www.stadlpost.at](http://www.stadlpost.at)

Die offizielle Homepage der Stadlpost.

## **Schlagerportal**

[www.schlagerportal.com](http://www.schlagerportal.com)

Das Internetportal mit allen News zur Schlagerbranche.

## **Musikpresse**

[www.musikpresse.at](http://www.musikpresse.at)

Die unabhängige Seite berichtet vor allem über Schlager und Volksmusik.

## **Gute Laune TV**

[www.gutelaunetv.de](http://www.gutelaunetv.de)

Das Schlagerfernsehen im Internet.

## **Schlagerplanet**

[www.schlagerplanet.com](http://www.schlagerplanet.com)

Neues aus der Welt des Schlagers.

## **Alpenstar**

[www.alpenstartv.at](http://www.alpenstartv.at)

24 Stunden Schlagerradio im Internet.

## **Brancheninsider News**

[www.musikmarkt.de](http://www.musikmarkt.de)

Aktuelle News zum Musikmarkt im deutschsprachigen Raum.

## **Verband der Österreichischen Musikwirtschaft**

[www.ifpi.at](http://www.ifpi.at)

Daten und Fakten über den österreichischen Musikmarkt.

## **Österreichischer Musikrat**

[www.oemr.at](http://www.oemr.at)

Der Österreichische Musikrat – Brancheninterne News über die Musikindustrie.

## **Österreichischer Musikfond**

[www.musikfonds.at](http://www.musikfonds.at)

Förderung professioneller österreichischer Musikproduktionen.

## **Amadeus Austrian Music Award**

[www.amadeus-award.at](http://www.amadeus-award.at)

Der wichtigste österreichische Musikpreis.

## **Austria Top 40**

[www.austriatop40.at](http://www.austriatop40.at)

Die offizielle österreichische Tonträger-Verkaufshitparade.

## **Österreichisches Hitparaden und Musikportal**

[www.austriancharts.at](http://www.austriancharts.at)

Das österreichische Hitparaden- und Musikportal.

## **Media Control**

[www.media-control.de](http://www.media-control.de)

Die Media Control GfK International ist ein weltweit tätiger Mediendienstleister und Marktforschungsunternehmen, das Verkaufszahlen von Tonträgern und ähnlichen Medien im Entertainment-Bereich ermittelt.

## **Statistiken**

Bevölkerung nach Häufigkeit des Hörens von deutschen Schlagern und Evergreens in der Freizeit von 2010 bis 2012 (Personen in Millionen)  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/171923/umfrage/haeufigkeit-deutsche-schlager-evergreens-hoeren-in-der-freizeit/>

Bevölkerung nach Häufigkeit des Hörens von Volksmusik in der Freizeit von 2010 bis 2012 (Personen in Millionen)  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/171924/umfrage/haeufigkeit-volksmusik-hoeren-in-der-freizeit/>



# SCHLAGER



## Produktion

MOBILEFILM Produktion  
Hofgasse 4/4 A-1050 Wien  
+43 (0) 1 890 2404  
office@mobilefilm.at  
www.mobilefilm.at

## Presse (Film)

Mag. Bina Köppl  
Apollo 28  
+43 (0) 699 128 28 128  
bk@apollo28.at

## PMD / Kinotour

Dr. Peter Drössler  
kreativkommunikation  
+43 (0) 699 104 570 57  
peter@kreativkommunikation.at

## Presse (Musik)

Irene Gehrsitz  
GI Public Relations  
+43 (0) 664 421 30 60  
irene\_gehrsitz@gi-public-relations.com

## Schulvorstellungen

Buchung und Information  
Mobilefilm Produktion  
+43 (0) 1 890 2404  
info@schlagerstar-derfilm.com

## Festivals

Austrian Film Commission  
Stiftgasse 6 A-1070 Wien  
+43 (0) 1 526 33 23  
office@afc.at  
www.austrianfilm.com

## Booking & Billing

Filmladen  
Mariahilferstr. 58/7 A-1070 Wien

Maria Aigelsreiter  
+43 (1) 523 4362 11  
m.aigelsreiter@filmladen.at

Doris Sumereder  
+43 (1) 523 4362 15  
d.sumereder@filmladen.at

[www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com)

# Mobilefilm Produktion

Mobilefilm Produktion produziert Filme für Kino und Fernsehen und arbeitet mit kreativen FilmemacherInnen zusammen, die einen einzigartigen Standpunkt haben und Geschichten, die unsere Gesellschaft reflektieren und dabei davon erzählen, wie Menschen mit Herausforderungen im Leben umgehen. Die Firma wurde 2003 von Nina Kusturica (Regie, Produktion, Schnitt) und Eva Testor (Kamera, Produktion, Drehbuch) gegründet. Unsere Filme werden in Zusammenarbeit mit den österreichischen und europäischen Filmförderungen sowie Fernsehsendern realisiert, nehmen Teil an internationalen Filmfestivals, Koproduktionsmärkten und werden weltweit vertrieben.

## FILMOGRAPHIE

### Schlagerstar

Kino-Dokumentarfilm von Marco Antoniazzi & Gregor Stadlober

Kinostart 2013

[www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com)

### Oh Yeah, She Performs!

Kino-Dokumentarfilm von Mirjam Unger

Kinostart November 2012

[www.ohyeahsheperforms.com](http://www.ohyeahsheperforms.com)

### Tag und Nacht

Kino-Spielfilm von Sabine Derflinger

Kinostart Österreich 2010,

Deutschland 2011

[www.tagundnacht-derfilm.at](http://www.tagundnacht-derfilm.at)

### Little Alien

Kino-Dokumentarfilm von Nina Kusturica

Kinostart Österreich 2009,

Deutschland 2010

[www.littlealien.at](http://www.littlealien.at)

### Vienna's Lost Daughters

Kino-Dokumentarfilm von Mirjam Unger

Kinostart 2007

### Auf dem Strich – Paul Flora im Film

TV-Dokumentarfilm von Eva Testor/2007

### Verkaufen Verkaufen

Dokumentarfilm von Marco Antoniazzi und Gregor Stadlober/2006

### 24 Wirklichkeiten in der Sekunde – Michael Haneke im Film

TV-Dokumentarfilm von Nina Kusturica und Eva Testor/2005

## PREISE/NOMINIERUNGEN (Auswahl)

Outstanding Artist Award, ERASMUS EuroMedia Grand Award, Romy 2011 Nominierung beste Produzentinnen eines Kinofilmes, Bestes Kostüm Diagonale, Österreichischer Filmpreis Nominierung für die Beste Schauspielerin und den Besten Ton, The Chris - Columbus International Film & Video Festival, ‚Best Integral Realization‘ – Bruxelles Fiction & Documentary Festival, Gewinner für den besten Schnitt & zweiter Platz in der Kategorie ‚Bester Dokumentarfilm‘ beim Los Angeles International Film Festival, Publikumspreis Beliebtester Film – Diagonale.

## Mitwirkende & Team

Mit Marc Pircher, Mani Wagner, Franz Wolf und vielen anderen.

	Regie	Marco Antoniazzi & Gregor Stadlober
	Kamera	Marco Antoniazzi
	Ton	Gregor Stadlober
Aufnahmeleitung & Zielgruppenarbeit		Marie-Therese Hildenbrandt
	Aufnahmeleitung	Nora Spiluttini
	Schnitt	Niki Mossböck
	Schnittberatung	Constantin Wulff
	Sound Design	Philipp Kemptner
	Produktionsleitung	Regina Breitfellner
	Produktionssekretariat	Susanna Wiedermann
Producer of Marketing&Distribution/Kinotour		Peter Drössler
	Musikrechte	Claus Hofmann
	Postproduktion	Stefan Fauland
	HD-Postproduktion	LISTO Videofilm
	Tonstudio	Tremens Film Tonstudio
	Mischung	Bernhard Maisch
	Produzentinnen	Nina Kusturica & Eva Testor
	Produktion	MOBILEFILM Produktion

[www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com)

[www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com)

MOBILEFILM 