

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

PUBLIKUMSPREIS  
**Diagonale 2013**

# SCHLÄGER STUR

**Materialien für den Bildungsbereich**

Themenvertiefende Texte mit Fragen & Aufgaben für den Unterricht



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

## Inhaltsverzeichnis

### Der Film

Einführung	3
Der Film im Bildungsbereich	4
Die BaumeisterInnen von Traumwelten	5
Synopsis	6
The sound of music	7
Zwischen Anpassung und Aufbegehren	

### Die Schlagerwelt und ihre Themen

Schlager – Volksmusik – volkstümliche Musik	9
Heimat, Tradition, Tourismus	12
Leben auf Tour, Privatleben im Showbusiness	15
Lebenstraum, Beruf, Erfolg	16
Leben als Fan	17

### Die Arbeit am Dokumentarfilm

Von der Idee zum Film	18
Die Arbeit der Filmproduktion	19
Der Dreh	20
Der Schnitt	23
Making Of SCHLAGERSTAR	24
Die Filmkritik	25
Marc Pircher	26
Die Regisseure	27
Themenvertiefung	28
Team & Mitwirkende	29
Kontakt	29

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

MOBILEFILM 



## Einführung

Der Kino-Dokumentarfilm **SCHLAGERSTAR** ist sehr gut geeignet, um themenübergreifend lernen und arbeiten zu können. Durch den Film kann das Auge der SchülerInnen geschult werden, Bilder zu hinterfragen, und der Mensch dahinter, sich seine eigene Meinung zu bilden.

In einer Zeit, in der vor allem jungen Menschen immer leichter durch unterschiedlichste Medien suggeriert werden kann, was sie zu denken haben, ist der Prozess einer aufmerksamen Beobachtung ein rarer geworden und daher von großer Wichtigkeit.

**SCHLAGERSTAR** bietet den ZuseherInnen die Gelegenheit, die Arbeit der Unterhaltungsindustrie kennenzulernen. Es geht weniger darum, im Spezifischen über Schlagermusik zu urteilen, sondern vielmehr darum, sich anhand dieser, sich der universellen Bedürfnisse von Musik- und UnterhaltungskonsumentInnen bewusst zu werden. Der Film soll den SchülerInnen anhand der begleitenden Materialien und der persönlichen Gespräche mit den Regisseuren die Möglichkeiten der audiovisuellen Erzählung sowie die Bildung der eigenen Haltung abseits von vorgefertigten Meinungen aufzeigen.

Das Lernen mit **SCHLAGERSTAR** bietet die Aneignung der Medienanalyse sowie den reflexiven Umgang mit Inhalten.

Sind wir für oder gegen die Schlagermusik, gegen oder für etwas im Leben, und wie weit haben wir das bewusst entschieden oder einfach die Meinungen unserer Umgebung übernommen? Das Ziel in der Auseinandersetzung mit **SCHLAGERSTAR** ist es, zu lernen und kritisch hinterfragend zu beobachten, wie eine bestimmte Einstellung in der Öffentlichkeit entsteht.

Diese Materialien für den Bildungsbereich sind in drei große Kapitel strukturiert:

- Im ersten Kapitel **DER FILM** sind einführende Texte zum Film **SCHLAGERSTAR**, seinen Inhalten und der Form zu finden.
- Das zweite Kapitel **DIE SCHLAGERWELT UND IHRE THEMEN** beinhaltet Hintergrundinformationen und Übungsfragen zu thematischen Inhalten der Unterhaltungsindustrie, zur Berufswahl sowie zum Leben als Star und Fan sowie zu den Musikrichtungen.
- Im dritten Kapitel **DIE ARBEIT AM DOKUMENTARFILM** wird auf die einzelnen Aspekte des Dokumentarfilms eingegangen; zudem werden Unterrichtsvorschläge für das Erlernen der medien-spezifischen Aspekte, des filmanalytischen Wissens sowie das Erforschen der filmischen Gestaltungsmöglichkeiten geboten.

Aus diesem Unterrichtsmaterial können Themen nach den eigenen Interessen ausgewählt werden. Die Kapitel können auch unabhängig voneinander behandelt werden.



## Der Film im Bildungsbereich

SCHLAGERSTAR, der erste Kino-Dokumentarfilm, der einen Blick hinter die Kulissen der Traumschmiede Schlager wirft, zeigt die Arbeit, die hinter CD-Produktion, Auftritten und Promotion steckt.

Gemeinsam mit dem Sänger und Musiker Marc Pircher erkundet der Film die Licht- und Schattenseiten der Musikindustrie.

**Ausgezeichnet mit dem Publikumspreis – beliebtester Film der Diagonale 2013**

**Unterrichtsfächer**, die sich zur Bearbeitung eignen: Deutsch, Sozialkunde, Musikerziehung, Tourismus, Geografie, Politische Bildung, Soziales Lernen, Medienbildung, Geschichte.

**Themen**, die sich anhand von SCHLAGERSTAR behandeln lassen: Erfolg, Karriere, Beruf, Unterhaltung, Vermarktung, Lebensraum, regionale Identitäten, Heimat, Musik, Volkstümliche- und Schlagermusik, Fangemeinschaften, Tontechnik, Songwriting, Revival heimischer Kulturtradition, Patriotismus.

Für die **Kino-Schultour** zu SCHLAGERSTAR werden ab Mai 2013 Vorführungen mit anschließenden Dialogveranstaltungen mit dem Filmteam angeboten. Darüber hinaus können österreichweit individuelle Vorführtermine im Kino gebucht werden.

### **Buchung und Informationen**

T +43-1-890 24 04

info@schlagerstar-derfilm.com

www.schlagerstar-derfilm.com

Der Film wurde von der Jugendmedienkommission für Kinder und Jugendliche uneingeschränkt freigegeben.

**Altersempfehlung:** Für den Einsatz im Unterricht ab 13 Jahren.

SCHLAGERSTAR wurde vom Winter 2011 bis Sommer 2012 quer durch Österreich und Deutschland sowie auf einer Kreuzfahrt durchs Mittelmeer gedreht.

Österreichpremiere auf der Diagonale 2013

Kinostart Mai 2013



## Die BaumeisterInnen von Traumwelten

Text zum Film 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, gehehrt, 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.



## 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 KritikerInnen 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 AnhängerInnen 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)



## The sound of music

Zwischen Anpassung und Aufbegehren

Musik, so scheint es, ist heute allgegenwärtig geworden. Allerorten treffen wir auf sie, im privaten Bereich setzen wir uns ihr ohnehin täglich aus, wenn wir das Radio so nebenbei laufen lassen oder, wohl viel seltener, die Muße finden, ein bestimmtes Stück bewusst zu hören. Als ob wir Stille nicht mehr ertragen könnten. Und manchmal scheint es sogar, dass vor ihr auch im öffentlichen und halböffentlichen Raum kein Entkommen wäre. Wir hören sie in Shopping Malls und in Restaurants, ja sogar die Stationen der Brüsseler Untergrundbahn werden mittlerweile musikalisch beschallt.

Der englische Kulturwissenschaftler Andrew Blake spricht von der ‚ubiquity‘, die die zeitgenössische Präsenz von Musik auszeichnet. Diese Omnipräsenz von Musik ist natürlich den Veränderungen in den Bedingungen der Produktion und Konsumption geschuldet, die im letzten Jahrhundert und, nochmals beschleunigt, in den vergangenen zehn bis fünfzehn Jahren stattgefunden haben. Vom Phonographen zum i-pod ist es zwar ein weiter Weg, dennoch beginnt mit ersterem eine Entwicklung, die mit letzterem seinen vorläufigen Höhepunkt erreicht hat.

Nun ist Musik allerdings nicht Musik. Sinnvoll können wir, jenseits musikwissenschaftlicher Betrachtungen, nur über sie reden, wenn wir ihre sozialen und kulturellen Aspekte ins Auge fassen. Wenden wir uns der populären Musik zu, die seit den 1950er Jahren – in enger Verbindung mit den neuen Vorstellungen, was denn Jugend wäre – die öffentlichen Klanglandschaften wesentlich geprägt hat. In den entstehenden Jugendkulturen war Musik nie ausschließlich Musik, sie war eingebunden in eine politisch-kulturelle Struktur, die gekennzeichnet war durch Aufbegehren, Abweichung und – manchmal – symbolischen Widerstand. Die Rede ist vom Rock’n Roll in seiner weitesten Bedeutung. Was ihn als generationsprägendes Moment auszeichnet, ist, dass er sich – von den 1950ern bis in die Gegenwart – gegen eine als langweilig und einengend empfundene Welt (meist die der Erwachsenen) stellt. In seinen besten Augenblicken erzählt er, immer wieder aufs Neue, dass eine andere, bessere Welt möglich sei. Dabei sind gar nicht so sehr die gesungenen Worte ausschlaggebend, das gilt höchstens noch für die kritische Folkmusik der frühen 1960er Jahre, zentral ist hier das musikalische Moment.

Schon der frühe Jazz wurde von zeitgenössischen europäischen Kulturkritikern als schwarzer und amerikanischer Lärm, daher als Unkultur diffamiert. Was im Jazz anklingt, wird im Rock’n Roll im Verlauf seiner Entwicklung und Geschichte nach und nach programmatisch gewendet. Lärm ist nicht mehr nur ein von außen kommendes Verdikt, zu dem man sich zu verhalten hat, Lärm wird willentlich subjektiv produziert, er ist Teil der Rockkultur.

Bei seinem letzten Wienkonzert hat das Bruce Springsteen schön auf den Punkt gebracht, als er zu Beginn des Auftritts dem Publikum ‚a night of celebration, love ... and noise‘ versprach.

‚Lärm‘ ist konstitutives Moment der Erlebbarkeit von Rock, das gilt am offensichtlichsten, aber nicht nur für das Ereignis des Live-Konzerts.



Gegen die seichten Melodien des deutschen Schlagers formuliert dieser Lärm, verdichtet in der Trias von Gitarre, Bass und Schlagzeug, den Widerspruch zum oder zumindest die Unzufriedenheit mit dem Seienden – mag dies von den Produzenten intendiert und von den Rezipienten stets so aufgenommen werden oder nicht.

Hier ist auch der wesentliche Unterschied zwischen der Rockmusik und dem Schlager dingfest zu machen. Während dieser die Welt, wie sie sich uns darstellt, als unveränderbar voraussetzt und das Sich-Einrichten in ihr propagiert, ist jene von einer prinzipiellen Unzufriedenheit mit der Gegenwart gespeist. Der Schlager hat gute Laune zu verbreiten, wenngleich er uns auch manchmal sentimental stimmen darf. Am Ende ist alles gut.

Historisch ist der deutsche Schlager mit der Operette verbunden, seit den 1920er Jahren hat er auch Momente einer (weißen) Jazzmusik in sich aufgenommen und sie nochmals gezähmt. Seine große Zeit beginnt mit den 1950er Jahren, als Gegenmodell zum Rock'n Roll ist er die Begleitmusik der politisch-kulturellen Verfasstheit des Wiederaufbaus, ja der Jahre des anhebenden Wirtschaftswunders. Im Schatten des Kalten Krieges lenkt er den Blick weg von den großen Bedrohungen und formuliert die Freuden des kleinen, privaten Glücks. Damit hat er jene wesentliche Bestimmung gefunden, die bis heute seinen Kern ausmacht.

Der Schlagerstar ist die sprichwörtliche Verkörperung dieser Struktur. Nicht nur muss er stets die heile Welt besingen, er hat sie auch als Privatmensch zu leben. Dass dies auf besagte Stars einen steten und beträchtlichen Druck bedeutet, nimmt nicht Wunder. Einige scheitern daran, manche gehen daran zu Grunde. Das Leben als "Schlaggerstar" ist also kein einfaches. Stets gut gelaunt eine Unzahl von Auftritten absolvieren zu müssen kann selbst dem kritischen Beobachter eine gewisse Bewunderung abringen.

Roman Horak

Dr. Roman Horak, geboren 1953 in Wien, ist Professor an der Universität für angewandte Kunst und Leiter der Abteilung für Kulturwissenschaften. Seit 2008 Vorstandsmitglied der 'Association for Cultural Studies', Mitglied des 'International Board' von 'Culture Unbound', des 'European Journal for Cultural Studies' und des 'International Journal for the History of Sport'. Arbeitsschwerpunkte und Publikationen zu: Urbane Kulturen, Jugendkultur, Cultural Studies, Popularkultur, Ethnographie.

1. Welchen Wert könnte die Volksmusik für die Mutterkultur, ethnische Gruppen und auch Minderheiten in einer globalen multikulturellen Gesellschaft haben?
2. Welche Stimmung verbreitet für euch Schlagermusik?



## Schlager – Volksmusik – volkstümliche Musik

Die Volksmusik ist ein Kulturgut eines Volkes und wird daher nicht komponiert, sondern überliefert. Sie wird kaum für kommerzielle Zwecke verwertet. Der volkstümliche Schlager wird komponiert, meist wird er nicht im Dialekt sondern Hochsprache gesungen, damit er überregional verstanden werden kann. Die Inhalte der Lieder sind größtenteils sehr romantisch, sei es ein Liebeslied, ein Lob auf die eigene Heimat oder eine Erinnerung an einen wunderbaren Urlaub. Es geht in den Texten selten darum, die Welt zu problematisieren, sondern hauptsächlich darum, gute Stimmung aufzubauen.

Die Grenzen von volkstümlicher Musik und volkstümlichem Schlager sind fließend. Heimatbezogene Themen werden in beiden Sparten behandelt. Meist wird die alpenländische Musik mit elektronischer Hilfe verstärkt. Während die volkstümliche Musik sich noch näher an der Volksmusik befindet, orientiert sich der Schlager auch an der Popmusik.

**Branchenexperte Peter Draxl erklärt im Interview die Besonderheiten der Schlagerindustrie und ihre Mechanismen.**

*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-Verkaufsstatistiken 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 Album-

charts von vor zehn oder fünfzehn Jahren anschaut, wer 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 die Verteilung in den letzten 10 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 Zeitpunkt 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 unverwüstlich 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 nämlich 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 Rehle* 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 Lied 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.

1. Wie weit geht es bei Musikstücken um die Musik und wie weit sind Verkauf und Markt die Kriterien?
2. Welche Themen behandeln die Texte eurer Lieblingsband?
3. Ist es wichtig, dass Texte inhaltlich kritisch und niveauvoll sind? – Begründet eure Antwort.
4. Welche Texte von Liedern könnt ihr auswendig, und singt ihr vielleicht manchmal?
5. Schreibt anonym einen kurzen Liedtext und stimmt in der Klasse ab, welcher euch am besten gefällt. Begründet eure Antwort.



## Heimat, Tradition, Tourismus

**Was und wo ist „Heimat“?** Für viele Jugendliche werden Heimatgefühle nicht durch ihr Land, sondern durch die nähere Umgebung erzeugt: der Ort, an dem sie leben oder der Ort, an dem sie geboren sind, sowie ihre Familie oder ihre Freunde. In Umfragen verbinden immer weniger junge Menschen mit Heimat Österreich.

Laut Umfragen identifizieren sich im Westen von Österreich mehr Menschen mit der Heimat Österreich als im Osten. Hierbei sollte zuerst auf das Wort „Heimat“ eingegangen werden.

In Deutschland hat der „Spiegel“ eine Befragung zum Thema Heimat gemacht und kam zu dem Ergebnis, dass für 31% der Wohnort, für 27% der Geburtsort, für 25% die Familie, für 6% die Freunde und für 11% das Land Heimat ist.

Prof. Dr. Beate Mitzscherlich, Autorin und Diplom-Psychologin, spricht von verschiedenen Formen der Heimat:

- Heimat als Gefühlszustand von Geborgenheit, Vertrautheit, Übereinstimmung
- Heimat als soziale Integration in der Gegenwart
- Heimat als Herkunftsort und biographisch-familiäre Einbindung
- Heimat als Utopie und Idealzustand
- Heimat als politische Konstruktion
- Heimat als Folklore
- Heimat als Verlusterfahrung
- Heimat als Gegenteil von Fremde

Wenn wir ein dem Duden gemäßes Deutsch sprechen, gibt es keine Mehrzahl von Heimat. Oft sprechen Menschen aber davon, eine Zweitheimat oder mehrere „Heimaten“ zu besitzen, wie zum Beispiel die Kindheitsheimat, Zweitheimat, alte Heimat, innere Heimat, emotionale Heimat etc.

Heimat ist ein in vielen Farben schillernder Begriff, und als solcher wurde er auch von vielen Schriftstellern und Philosophen verwendet:

„Heimat ist kein geographischer Begriff. Man trägt sie in sich selbst.“  
Andrej Sinjawski (1925-97)

„Nicht da ist man daheim, wo man seinen Wohnsitz hat, sondern wo man verstanden wird.“  
Christian Morgenstern (1871-1914)

„Ohne Heimat sein heißt leiden.“  
Fjodor Michailowitsch Dostojewski (1821-81)

„Es geht um den Umbau der Welt zur Heimat, ein Ort der allen in der Kindheit scheint und worin noch niemand war.“  
Ernst Bloch (1885 – 1977)

1. Welches Zitat stimmt für dich am meisten? Beschreibe, was für dich „Heimat“ ist.
2. Welche Faktoren spielen deiner Meinung nach für die heimatliche Verbundenheit eine Rolle?
3. Was gehört dazu, um etwas als „Heimat“ bezeichnen zu können?
4. Was verbindest du mit „Heimat“?
5. Was würdest du am meisten vermissen, wenn du fernab deiner Heimat leben und arbeiten müsstest?
6. Kann Heimat zerstört werden? Habt ihr eine oder mehrere Heimat(en)?

In der volkstümlichen Schlagermusik wird der Heimatbegriff sehr vielseitig verwendet. Hier werden unverblümete Liebeslieder auf die Heimat Österreich gesungen. So wie viele Schlagersänger besingt auch Marc Pircher in seinen Texten die schöne Heimat Österreich. In seinen Auftritten spricht er offen zu seiner Liebe zu Österreich und lädt dazu ein, die Heimat zu beschützen und wertzuschätzen.

### Marc Pircher in SCHLAGERSTAR

*Und gerade gestern in Dänemark oder, wenn ich oft in Holland bin, Belgien bin, wenn... Ich habe auch schon in Amerika gespielt. Ich sage euch etwas: Es gibt überall auf der Welt schöne Plätze, aber, wenn man es global betrachtet, zwischen dem Bodensee und dem Neusiedlersee... Da ist das schönste Land der Welt. Und eines muss ich sagen: Die EU hat sicher viele Vorteile. das kann alles sein, aber wir Österreicher müssten ein bisschen mehr auf den Tisch hauen. Wir dürften uns nicht alles gefallen lassen, weil unsere Heimat, die ist es echt wert, dass man dafür kämpft. Dass die so bleibt, wie sie ist. So wird es immer sein! Diese Liebe zum Heimatland Österreich. Eine Liebeserklärung singe ich euch jetzt für unser aller Heimat Österreich.*

*Und, wenn mich irgendwer  
nach meiner Heimat fragt...  
Ja dann geb ich zu,  
ich bin in das Land verliebt.  
So wird das immer sein,  
wo man die Wurzeln spürt...  
Da ist die Welt noch rund,  
da wird das Herz berührt.  
So war es immer schon  
und das bleibt ewig gleich...*

*Das schönste Land für  
mich ist Österreich. Das schönste Land für mich...  
ist Österreich.  
Schauen wir ein  
bisschen auf unser Land!!*

Aus dem Lied „So wird es immer sein“  
(Text: Hanneliese Kreißl-Wurth)

1. Wie weit könnt ihr euch mit dem Liedtext identifizieren? Was spricht euch dabei besonders an, was gar nicht?
2. Wie würde euer Text an eure „Heimat“ aussehen?
3. Inwieweit muss die eigene Heimat geschützt werden?
4. Welche Faktoren können Heimat gefährden?



Neben der Heimatliebe ist auch der Faktor Tourismus ein Thema im Schlagersgeschäft. Viele Regionen in Österreich leben durch den Tourismus hauptsächlich von der „schönen Heimat“.

Tradition und Folklore sind das überlieferte Wissen eines Volkes. Dieses Wissen ist meist nur mündlich überliefert und wurde später aufgeschrieben, um es vor der Vergessenheit zu bewahren. Auch die Art der Kleidung und die Sprache können Folklore sein. In der volkstümlichen Musik wird der Faktor „Heimat“ und „Tradition“ nicht selten verwendet, um sich besser zu verkaufen. Viele volkstümliche Musiker wie zum Beispiel Andreas Gabalier treten bewusst in Lederhose oder Jopperl auf, Hansi Hinterseer bekennt sich gern zum Volksgut von Österreich. Sie zeigen so nach außen ihre Zugehörigkeit zur Heimat „Österreich“.

Zur „schönen Heimat“ der Tiroler Bergwelt gehört für viele TouristInnen neben der Landschaft eben auch die Musik und die Folklore des Landes. Durch diese Stimmigkeit wird ein Gefühl der Ganzheit vermittelt, es werden allerdings auch gängige Klischees bedient, die durch Filme wie zum Beispiel THE SOUND OF MUSIC bereits weltweit verbreitet sind. Die volkstümlichen Musiker bedienen diese Erwartungen des Publikums und sind damit auch weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt.

#### **Marc Pircher in SCHLAGERSTAR**

*Ich glaube, dass brutal viele unterschätzen, was man da erreichen kann und was man da natürlich auch verdienen kann. Wenn man das gut macht. Es gibt auch Phänomene wie einen Andreas Gabalier oder einen Hansi Hinterseer, ich glaube, das können sich Popkünstler nicht im Entferntesten vorstellen, was da für ein Rubel rollt.*

1. Wird Tradition durch volkstümliche Schlagersänger bewahrt? Entspricht diese Tradition der alten Überlieferung? Begründet eure Antwort.
2. Wie würdet ihr euch kleiden, wenn ihr in einer internationalen Veranstaltung „Österreich“ repräsentieren solltet?
3. Welche „Tourismusattraktionen“ bietet die österreichische volkstümliche Musik?
4. Bei welchen Veranstaltungen spielt Volksmusik eine tragende Rolle?
5. Überlegt euch zusätzliche Events, bei denen die Musik ein wichtiger Aspekt für BesucherInnen sein könnte.

## Leben auf Tour, Privatleben im Showbusiness

Marc Pircher befindet sich auf seiner fast endlosen Tour nahezu täglich in der Öffentlichkeit. Kaum ein Tag verläuft ohne Konzert oder einen anderen öffentlichen Auftritt. Auf dieser permanenten Reise wird er von seinem treuen Duo-Partner Mani Wagner begleitet. Während der Dreharbeiten zu SCHLAGERSTAR zählten auch Franz Wolf, Robert Hanser, Franz Ladstätter und Sepp Schönleitner zu Pirchers engsten Vertrauten, die mit ihm in der anstrengenden Zeit der CD-Produktion und Promotion zusammen arbeiteten. Marc Pircher ist sein eigener Manager, dabei macht er von Bühnenaufbau über Gehaltsverhandlungen, von Terminvereinbarungen über Fanbetreuung und von der Komposition bis zum Merchandise-Verkauf alles selbst oder ist zumindest maßgeblich involviert.

Seine Auftritte sind alle genauestes überlegt und durchgestaltet. Nichts ist dem Zufall überlassen. Bei einem Star wird immer darauf geachtet, was von ihm gezeigt werden soll und was nicht. Die Art und Weise, wie jemand in den Medien präsentiert wird, ist ausschlaggebend für Fans und öffentliche Zuordnung. Dabei versuchen viele Stars, ihr Privatleben nicht der Öffentlichkeit preiszugeben.

### Marc Pircher in SCHLAGERSTAR

*Ja, ich habe immer versucht, so gut es geht mein Privatleben und meine Familie rauszuhalten, aber ganz eh nicht, weil ich habe zum Beispiel ein Lied für meinen Buben und ein Lied für meine Tochter geschrieben, dann ist es automatisch. Aber... ein einziges Mal bin ich mit dem Buben direkt ins Fernsehen gegangen... Wo ich ihn in der Sendung mitgehabt habe und da haben sie mich danach geprügelnt dafür. Also das war zum Beispiel einer der Fehler in den zwanzig Jahren.*

1. Auf welche Art und Weise wird Marc Pircher in der Öffentlichkeit dargestellt?
2. Was ist der Unterschied zwischen dem privaten und dem öffentlichen Marc Pircher?

Die Öffentlichkeit und das private Leben sind für Marc Pircher zwei getrennte Bereiche. In seinen Texten bezieht sich Marc Pircher mit wenigen Ausnahmen nie auf sein Privatleben. Eines dieser wenigen Ausnahmen ist sein Lied über die Geburt seiner Tochter, das er im Kreißsaal geschrieben hat.

Das Leben auf Tour ist meist mit vielen Anstrengungen und auch Opfern verbunden. Reisestrapazen, Nachtfahrten, Unregelmäßigkeiten, wenig Zeit für Privates und Freunde. Auf der anderen Seite ist das Leben auf Tour die Erfüllung eines Traums: Auf der Bühne, im Rampenlicht, vor den Fans. Marc Pircher wird oft von seinen Fans privat angerufen, viele haben seine Nummer. Viele seiner Fans kennt er beim Namen, sie begrüßen ihren Star wie einen Freund. Diese Nähe zu den Fans ist Marc Pircher sehr wichtig.

*Deine Mama hat mir oft vom Kribbeln erzählt und vergessen wird sie das wohl nie... Im Bauch drin hat sie dich so oft gespürt und das Kribbeln hat jetzt dein Gesicht. Durch dich wissen wir jetzt, was im Leben wirklich zählt, dass du gesund auf die Welt gekommen bist. Dafür sagen wir Danke, dem Herrgott dort oben und dass er dich nie vergisst.*

Aus dem Lied „Jetzt bist da (für Anna)“ von Marc Pircher

### Marc Pircher in SCHLAGERSTAR

*Wenn man im Stress ist und viele Termine hat, viele Interviews und so, vergisst man leider oft auf das Wichtigste, auf die Fans, weil das ist einfach die Basis. Du machst ein Interview ja im Prinzip auch für die Fans. Und deswegen ist das einfach ganz wichtig, dass man sich da die Zeit nimmt. Und ich bemühe mich da auch immer sehr, den Kontakt mit den Fans nie zu verlieren... Weil das ist einfach wichtig, dass da eine Basis da ist und... Ich glaube, die Fans sollen auch die Berechtigung haben zu sagen, das ist gut und das ist nicht so gut, weil eigentlich macht man es ja für die Fans.*

1. Kennt ihr Lieder von eurem Lieblingsstar, in denen er über sein „privates“ Leben singt?
2. Wie stellt ihr euch das private Leben eures Lieblingsstars vor? Wie „nahe“ fühlt ihr euch eurem Star?
3. Ist es wichtig, dass ein Star sein Privatleben der Öffentlichkeit preisgibt? Wenn ja, wie viel sollte er von sich zeigen? Wenn nein, warum nicht?

## Lebenstraum, Beruf, Erfolg

Für viele Menschen ist es ein Lebensziel, mit ihrer beruflichen Tätigkeit nicht nur den Lebensunterhalt zu verdienen, sondern sich dabei auch selbst verwirklichen zu können. Geld ist natürlich ein wichtiger Faktor bei der Berufswahl, aber die Freude an der Arbeit ist das, was nachhaltig zur Verwirklichung des Lebenstraums beiträgt.

Marc Pircher wurde seine Musikalität in die Wiege gelegt. Schon seit der Kindheit spielt er Akkordeon, eine Sache, die ihm auch heute, nach zwanzig Jahren auf der Bühne, noch sichtlich Freude macht. Marc Pircher hat es geschafft und kann durch sein Musikschaffen den Lebensunterhalt für sich und seine Familie sichern – und er ist stolz darauf:

### Marc Pircher in SCHLAGERSTAR

*Weil ich stehe wirklich zu dem, dass ich mit dem, was mein Hobby war, mein Geld verdienen kann....*

1. Menschen in welchen Berufen könnten ebenfalls ihr Hobby zum Beruf gemacht haben?  
z.B. SportlerInnen, SoftwaretesterInnen, GärtnerInnen...
2. Welche Berufe fallen euch ein, in denen ihr mit eurem Hobby Geld verdienen könntet?  
z.B. Reiten: ReitlehrerIn, ReittherapeutIn, ZüchterIn, HofreiterIn, DressurreiterIn, SpringreiterIn...
3. Welchen Beruf möchtet ihr gerne erlernen? Nach welchen Kriterien sucht ihr diesen aus? Wieweit spielen finanzielle Sicherheit und Ansehen in der Gesellschaft sowie Freizeitplanung dabei eine Rolle?

Für Marc Pircher sind auch seine Fans sehr wichtig. Er besucht sie regelmäßig, nicht selten auch zu Hause, und pflegt mit vielen sogar freundschaftliche Kontakte.

### Marc Pircher im Making Of Videointerview zum Film

*Also, ich will für die Leute eher eine vertraute Person sein, ein Freund sein. Mir ist lieber, wenn jemand zum Beispiel der Rudi, der Wiener Rudi, den kennt ihr ja, der oft zu mir kommt mit seiner Frau. Das ist kein Fan, natürlich ist das ein Fan und ein Gönner, aber das ist in erster Linie ein Freund...*

*Man merkt ja, ob man gemocht wird, und ich mag es, gemocht zu werden. Und ich mag das total gern, wenn ich merk, die Leute haben eine Freude, dass ich jetzt da bin.*

Für ihn ist es ein schönes Gefühl, zu wissen, dass er eine große, wohlwollende Fangemeinde hinter sich hat. Auf dem Weg, seinen Lebenstraum zu verwirklichen, sieht er sich leider auch immer wieder mit Rückschlägen konfrontiert.

„Misserfolge gehören dazu – sonst könnte man sich über die Erfolge nicht mehr freuen!“, sagt Marc Pircher dazu. In schwierigen Momenten bietet ihm auch die Unterstützung seiner AnhängerInnen Rückhalt, dadurch weiß er, warum er trotz allem nach wie vor seinen Traum lebt.

### Marc Pircher in SCHLAGERSTAR

*Also zuerst kommt die Mafia, dann kommt die Prostitution und dann kommt Volksmusik...*

*Ich habe so die Schnauze voll, echt, ich habe so die Schnauze voll, Wahnsinn...*

*Ich habe zwanzig Jahre Druck gehabt, ich mag keinen Druck mehr.*

*Ich habe genug...*

*Das einzige, was wirklich Freude macht, ist auf der Bühne stehen.*

1. Wie geht ihr mit Misserfolgen um und was gibt euch Kraft und Ansporn, weiter zu machen?
2. Wie gefällt euch Marc Pirschers Einstellung dazu? Begründet eure Antwort.



## Leben als Fan

Mehr als 20 Marc-Pircher-Fanclubs existieren im deutschsprachigen Raum. Einige Fans teilen hier ihre Gedanken zum „Leben als Fan“. 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-Fanclub 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 ganz ungezwungen plaudern kann. Helga Buza, langjährige Anhängerin von Marc Pircher.*

1. Wie viel eurer Freizeit schenkt ihr eurem Lieblingsstar?
2. Wie nahe seid ihr eurem Lieblingsstar und wie nahe würdet ihr ihm gern sein?
3. Welche verrückten Dinge habt ihr schon für eure Stars gemacht?
4. Welche thematischen Felder außer den bisher behandelten seht ihr noch im Film? Welche interessieren euch am meisten und warum?



## Von der Idee zum Film

Der Dokumentarfilm SCHLAGERSTAR gibt Einblicke in das Leben des Musikers und Sängers Marc Pircher. Von der Idee zum fertigen Film vergehen meist Monate, mitunter sogar Jahre. Jeder Film entsteht in drei großen Schritten: Die Idee und Recherche bis hin zum fertigen Konzept – der Dreh – und vom Schnitt zum fertig gemischten Film auf der Leinwand. Dabei hat jeder Abschnitt seine Probleme und Herausforderungen.

Die erste Idee ist meist sehr roh, aber immer wieder kehrt man im Arbeitsprozess auf diese erste Vision zurück. Es ist der Keim von allem. Dann geht es darum, herauszuschälen, was genau die Themenstellung ist, die behandelt werden soll. Es müssen Szenen und Situationen gesucht werden, die diese Geschichte bestmöglich transportieren. Das bedarf einer sehr genauen Recherche und Planung, andererseits ist Spontaneität gerade im Dokumentarfilm sehr wichtig.

Bei SCHLAGERSTAR ging es natürlich stark um die Frage, welche Rolle die Musik im Film spielen wird.

**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.*

**Antoniazzi:** *Wir würden SCHLAGERSTAR auch nicht als Musikdokumentarfilm 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.*

1. Welche Ideen zu einem Dokumentarfilm habt ihr?
2. Überlegt euch ein Konzept mit den Inhalten und der filmischen Herangehensweise.
3. Welche Herausforderungen und Probleme könnten bei einem Dokumentarfilm über einen Star auftreten?
4. Welche Themen werden im Film Schlagerstar eurer Meinung nach behandelt und welche hätten euch noch zusätzlich interessiert?



## Die Arbeit der Filmproduktion

*Text zur Arbeit von Mobilefilm Produktion*

Die Filmproduktion begleitet und koordiniert den gesamten Herstellungs- und Verwertungs-Prozess eines Filmes.

Ein Film entsteht meistens aus einem ersten künstlerischen Gedanken, der im Team zu einem Projekt entwickelt wird. Im Fall von SCHLAGERSTAR sind die Regisseure Marco Antoniazzi & Gregor Stadlober mit der Idee zum Film an die Mobilefilm Produktion herangetreten.

Der erste Schritt war es, den Förderstellen und dem ORF ein überzeugendes Filmkonzept zu präsentieren und sie mit den begleitenden Unterlagen, bestehend aus einer Einreichungsmappe, dem Recherche-Fotomaterial, Kinostartplänen und einem logischen Budget sowie dem Finanzierungsplan vom Projekt zu überzeugen.

Diese Phase dauerte fast zwei Jahre, wobei währenddessen natürlich am Projekt weitergearbeitet wurde: Recherchegespräche, Test-Dreharbeiten, Überarbeitungen des Budgets sowie die weitere Entwicklung der Inhalte.

Nach erfolgreicher Finanzierung erfolgte der Drehstart. Die Produktionsfirma hat von organisatorischen bis zu finanziellen Fragen auch diese Phase betreut. Als etwa 3/4 der Drehzeit abgeschlossen waren, wurde mit dem Schnitt begonnen.

Die Mobilefilm Produktion hat währenddessen die Postproduktion und Fertigstellung der DCP (der digitalen Kinokopie) und die Tonmischung für das Kino vorbereitet, sowie regelmäßig die finanziellen Entscheidungen getroffen, denn die Einhaltung der Kalkulation ist für die Weiterführung des Projekts entscheidend. Weitere Maßnahmen nach der Postproduktion gingen in Richtung Kinostart und Auswertung des Films: grafische Arbeiten, Entwicklung der Texte, Erstellung der Homepage und Presseunterlagen, Trailerkonzipierung, Schließen von Kooperationspartnerschaften sowie die Einreichung bei internationalen Festivals.

So bleibt die Produktionsfirma eines Kinofilms fast 5 Jahre mit dem Projekt verbunden, von der Entwicklung an bis zur Auswertung, in jeder Phase, am Prozess dran.

Deswegen ist es umso wichtiger, am Anfang die richtige Entscheidung zu treffen, an welchen Filmen gearbeitet wird und in welche Projekte Zeit und Geld investiert wird.

1. Welche Produktionsschritte, glaubt ihr, waren für euren Lieblingsfilm notwendig?
2. Wieviel Zeit, glaubt ihr, wurde dabei investiert?



## Der Dreh

Am Set eines Dokumentarfilms gibt es normalerweise ein kleines Team, da die Präsenz jeder weiteren Person die Umgebung verändert. Es gibt immer eine Aufnahmeleitung, die vor Ort als Organisation und Troubleshooter eingesetzt wird.

Die Aufnahmeleiterin Marie-Therese Hildenbrandt hatte die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass alles glatt läuft am Set. Sie holte Drehgenehmigungen ein und Einverständniserklärungen von Menschen, die gefilmt wurden.

Auch die Logistik ist ein Aufgabenbereich, denn gerade beim Dokumentarfilm ist man sehr viel unterwegs, und da gilt es, einen guten Plan zu haben, damit man auch immer dort ist, wo der Protagonist sich befindet.

Im Dokumentarfilm können Szenen anders als im Spielfilm nicht wiederholt werden. Kameramann und Regisseur müssen sehr präsent sein und immer bereit, sich auf das, was gerade IST, einzulassen, auch wenn es so nicht im Drehplan steht. Oft ändert sich auch ein Konzept während des Drehs, weil die Realität zeigt, dass die Geschichte auf eine andere Art und Weise besser zu vermitteln ist.

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

Eine große Kunst im Dokumentarfilm besteht darin, sich als Team „unsichtbar“ zu machen. Das heißt, dass die Menschen vor der Kamera in ihrem Tun möglichst natürlich wirken sollten. Marc Pircher meint auf die Frage, ob er beim Dreh zu SCHLAGERSTAR mitunter bewusst versucht hat, sein eigenes Handeln zu steuern.

### Marc Pircher im Making Of Videointerview zum Film

*Ehrlich gesagt, wenn man jetzt gewusst hat, man ist verkabelt und es wird alles mitgefilmt, dann hat man sich, also ich hab versucht mich ab und zu ein bissl zusammenzureißen. Aber spätestens nach einer Stunde habe ich eigentlich wieder vergessen, dass ich eigentlich verkabelt bin und dann bin ich eigentlich zu mir selber geworden.*



Oft wird schon während des Drehs entschieden, ob etwas überhaupt verwendet werden kann oder nicht. Dies ist vor allem in Momenten wichtig, in denen die Protagonisten viel von sich preisgeben.

Da geht es oft um Fragen: Wie weit könnte das dem/der Protagonisten/Protagonistin schaden? Ist das Gezeigte zu intim für die Öffentlichkeit? Diese Grenze ist oft hauchdünn. Meist werden die Protagonisten in diesen Prozess miteinbezogen.

**Stadlober:** *Es war vereinbart, dass er unmittelbar nach einem Dreh sagen kann, wir sollen etwas nicht verwenden. Das ist vielleicht drei- oder viermal passiert. Er hat auch den fertigen Film gesehen. Wenn er daran etwas furchtbar gefunden hätte, dann weiß ich nicht, wie das ausgegangen wäre. Zum Glück war das nicht der Fall. Es gab zwar einige Diskussionen, aber er hat dann akzeptiert, dass er sich eben nicht immer gefällt und hat nicht versucht, etwas hinauszubefördern.*

Es gibt im Dokumentarfilm verschieden Ansätze, wie man eine Geschichte erzählen kann. Neben den klassischen Methoden, in denen Interviews und Voice Over verwendet werden, entwickelten sich in den 60er Jahren zwei wichtige Schulen im Dokumentarfilm: **Direct Cinema** und **Cinéma vérité**. Beide verzichten auf eine Erzählerstimme (voice over) und betonen den Ansatz, dass die portraitierten Personen für sich selbst sprechen sollten.

Die beiden Richtungen unterscheiden sich in ihrer Herangehensweise beim Filmen selbst: Im Cinéma vérité greifen die FilmemacherInnen absichtlich in das Geschehen vor der Kamera ein und machen so bewusst, dass ein Film gedreht wird. Das Direct Cinema bleibt in der Haltung eines Beobachters/Beobachterin um möglichst wenig Einfluss auf das Geschehen vor der Kamera zu haben und den Dingen ihrem natürlichen Lauf zu lassen.

**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.*

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



In SCHLAGERSTAR entschieden die Regisseure Marco Antoniazzi und Gregor Stadelober, selbst Kamera und Ton zu machen.

**Antoniazzi:** Um das Team klein zu halten und um so unauffällig wie möglich Marc Pircher bei der Arbeit filmen zu können, haben wir uns als Regisseure entschlossen, die Technik selbst zu bedienen. Weil wir spontan den Situationen folgen und schnell reagieren müssen, ist die Personalunion Regisseur/Kameramann eine gewinnbringende, da ich niemandem langwierig erklären brauche, was ich wie gefilmt haben will, sondern es gleich selbst mache.

**Stadlober:** Für uns war immer klar, dass wir in einem kleinen Team drehen wollen, damit wir flexibel und relativ unauffällig arbeiten können. Deswegen war es naheliegend, dass wir möglichst alles selber machen. Klar war aber auch, dass ich kein Profi bin und die Dreharbeiten an Orten, wo viel Lärm und laute Musik zu erwarten waren, für den Ton eine ziemliche Herausforderung werden würden.

Nach ein paar Probedrehen und einem Crashkurs bei einem erfahrenen Tonmann haben wir es dann riskiert – und bald festgestellt, dass die Befürchtungen gerechtfertigt waren: Mit dem Mikro in nur eine Richtung hören zu können, während von allen Seiten ein ziemlich lautes Stimmen-, Musik- und Geräuschgewirr auf einen einströmt, wäre bei unseren Drehen auch für routinierte Leute schwierig gewesen. Mein Vorteil war aber, dass ich als (Co-)Regisseur gut einschätzen konnte, worum es in einer Situation ging. Deswegen war es für mich wahrscheinlich leichter, meine Aufmerksamkeit in die ‚richtige‘ Richtung zu konzentrieren als für jemanden, der/die mit dem Projekt nicht so vertraut gewesen wäre.

Einige Aufnahmen sind am Ende dann trotzdem zum Wegschmeißen, aber viel scheinbares Zeug kann ein so guter Sound Designer wie Philipp Kemptner wundersamerweise wieder zum Leben erwecken.

1. Was glaubt ihr ist beim Dreh am wichtigsten, nie aus dem Auge zu verlieren?
2. Wie könnte der Film aussehen, wenn die Regisseure mit Fragen in den Ablauf eingegriffen hätten?
3. An welchen Stellen hättet ihr Fragen gestellt?



## Der Schnitt

Der eigentliche Dokumentarfilm entsteht am Schneidetisch. Erst wird das ganze Material gesichtet und geordnet, dabei ergeben sich oft neue Zusammenhänge, und dies kann auch die Richtung des Films stark beeinflussen. Meist gibt es viel mehr Material, als der fertige Film dann enthält (bei SCHLAGERSTAR etwa 90 Stunden Rohmaterial für 90 Minuten fertigen Film).

**Antoniazzi:** *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.*

Die Cutterin hat die Aufgabe, die Szenen zusammenzumontieren und mit dem Regisseur gemeinsam die Dramaturgie des Films zu finden. Bei SCHLAGERSTAR hat Niki Mossböck diesen Part übernommen.

**Mossböck:** *Die beiden Regisseure haben das ganze Material (ca 90 Stunden) gesichtet und bewertet. Diese Listen habe ich dann bekommen und habe mal die mit „sehr gut“ und „gut“ bewerteten Szenen roh geschnitten. Das war sicher der lustvollste Teil der Arbeit, obwohl es immer noch viel Material war. Wir haben teilweise parallel gearbeitet, Marco bei sich und ich mit Gregor. Dann haben wir uns immer wieder getroffen, uns die jeweiligen Rohschnitte der Szenen gemeinsam angesehen und besprochen. Dann begann der Teil des Schnittes, der Montage, bei dem wir mögliche Reihenfolgen der Szenen, mögliche Dramaturgien erarbeitet haben. Das war der wirklich schwierige Teil des Schnittes, denn wir hatten zwar teilweise eine chronologische Abfolge, die Entstehung der CD plus deren Vermarktung, aber um die Umtriebigkeit von Marc Pircher (sein Einsatz, sich und die CDs zu verkaufen, seine permanenten Auftritte, sein Umgang mit den Fans) gut zu erzählen, bedurfte es vieler Versionen, vieler Sichtungen.*

*Zu einem bestimmten Zeitpunkt holten wir uns dann auch einen Dramaturgen, Constantin Wulff, der uns immer wieder die richtigen Fragen stellte und uns dann zu der Klarheit geführt hatte, wie der Film am besten erzählt werden soll. Es gab auch noch einige Fanszenen ohne Marc, die jedoch schlussendlich nicht im Film Platz hatten, da wir uns dann entschieden haben bzw. es klar war, dass er der treibende Motor im Film ist und Szenen ohne ihn nicht funktionieren. Ich habe insgesamt 16 Wochen an SCHLAGERSTAR geschnitten.*

1. Wie viel Rohmaterial, glaubt ihr, hatte euer Lieblingsfilm?
2. Aus wie vielen Schnitten besteht ein Kinofilm?
3. Was kann man an einer Geschichte alles beim Schneiden verändern und gestalten?
4. Welche Schule des Dokumentarfilms ist näher an der Realität: das Direct Cinema oder das Cinéma vérité? Begründet eure Antwort.



## 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 90 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.

Die Making of Fotogalerie gibt Einblick in die Dreharbeiten zum Film und ist nach Drehtagen geordnet. Geschossen wurden die Fotos abwechselnd von unseren Aufnahmeleiterinnen Nora Spiluttini und Marie-Therese Hildenbrandt.

Das Making Of Video, das Interview zum Film, der Drehblog und die Fotogalerie sind auf der Homepage [www.schlagerstar-derfilm.com](http://www.schlagerstar-derfilm.com) unter dem Menüpunkt Making Of zu finden.

1. Welche zusätzlichen oder anderen Eindrücke gewinnt ihr durch das Making Of Video und den Dreh-Blog?
2. Wo sind die Unterschiede vom Making Of Video gegenüber dem Film im Blick und in den Inhalten?

## Die Filmkritik

Nach seiner Weltpremiere auf der Diagonale 2013 wurde SCHLAGERSTAR von verschiedenen Medien und Filmkritikern besprochen.

*„Was ein echter Verkaufsschlager ist, das funktioniert überall: Wenn Marc Pircher, aus Tirol stammender Star der volkstümlichen Musik, Hände in die Höh anstimmt, reißen Menschen frenetisch die Arme nach oben – ob im Wirtshaussaal, im Bierzelt oder unter freiem Himmel.“*

*Das Repetitive wird gleich zu Beginn des Dokumentarfilms SCHLAGERSTAR eindrucksvoll eingeführt: als bezeichnend für den Arbeitszusammenhang des Protagonisten und stimmiges Ordnungsprinzip für den Film. Nicht nur auf der Bühne ist alles Wiederholung, auch die Fanbetreuung samt Erinnerungsfotos („wo schau ma hin?“) oder die Arbeit im Tonstudio basieren darauf. Die Filmemacher Marco Antoniazzi und Gregor Stadlober halten zu diesem Geschehen visuell Distanz. Vieles wird in Totalen erfasst und so besser einsehbar.“*

Isabella Reicher, der Standard

*SCHLAGERSTAR gibt Einblicke in die österreichische Volksmusikszene mit all ihren Abgründen, Klischees... „Mit meiner Musik kann man wenigstens noch Geld verdienen“, wehrt sich Pircher gegen die üblichen Kritiker. „Da rollt der Rubel.“ Und das kann man sehen. Aber die Arbeit ist hart, denn zwischen Auftritten im Bierzelt und am Luxusdampfer müssen noch zahlreiche Hände geschüttelt, Autogramme gegeben und eingängige Nummern geschrieben werden.“*

Stella Reinhold, Kurier

*„Der Schlagermusik schlägt stets Snobismus entgegen. Das hat den steirischen Autor und Regisseur Gregor Stadlober dazu veranlasst, sich die Sache mit seinem Regiekollegen Marco Antoniazzi einmal genauer anzusehen. Für die Doku SCHLAGERSTAR haben sie den volkstümlichen Musikanten und gebürtigen Zillertaler Marc Pircher, 34, der für seine Schallplatten regelmäßig Gold und Platin einfährt, fast eineinhalb Jahre immer wieder auf seinen Touren durch die Bierzelte und Mehrzweckhallen begleitet und im Stile des Direct Cinema draufgehalten.“*

*Ist das Schlagerbusiness nun böse und verlogen? Die 90-minütige Doku lässt Raum, um seine eigene Einschätzung zu treffen. Zumindest ist das Gewerbe keine Kinderjause, wirklich lustig geht es meist nur auf der Bühne zu.“*

Tiz Schaffer, Falter

*„Den Publikumspreis hat SCHLAGERSTAR gewonnen. Auch diese Doku kommt ohne onkelhaften TV-Fernsehkomentar aus dem Off aus. Aber dennoch weiß man am Ende mehr als zuvor über das Business volkstümlicher Musik in Österreich und über den Musiker und Entertainer Marc Pircher. Hier überrascht der Inhalt, die Form jedoch drängt sich nicht auf...“*

*...Was Pircher sagt, sagt er im Gespräch mit anderen. Die Filmer zeigen seine Inszenierung – sie inszenieren ihn nicht selbst.“*

Simon Hadler, ORF.at

1. Welches der Pressezitate beschreibt den Film am besten und warum?
2. Mit welchen Kritiken stimmt ihr überein und mit welchen nicht? Erklärt eure Auswahl.
3. Versucht selbst eine Pressekritik zu SCHLAGERSTAR zu schreiben.



## Marc Pircher

Marc Pircher 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...“.



## 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**  
Kinospielefilm  
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)  
Kinospielefilm  
Publikumspreis Diagonale 09 und bei den Bozner Filmtagen
- 2008 **Space 2**  
Experimentalfilm
- 2006 **Kotsch**  
Kinospielefilm; 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

**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 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 ein Marktforschungsunternehmen, das Verkaufszahlen von Tonträgern und ähnlichen Medien im Entertainment-Bereich ermittelt.

**Statistiken**

Bevölkerung nach Häufigkeit des Hörens von deutschen Schlager 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/>



## 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

## Materialien für den Bildungsbereich

Themenvertiefende Texte und Übungen für den Unterricht

erstellt von

Julia Pontiller, Susanna Wiedermann, Mobilefilm Produktion

## Kontakt

MOBILEFILM PRODUKTION

Hofgasse 4/4, 1050 Wien

T +43 1 890 2404

F +43 1 890 2404 15

office@mobilefilm.at

www.mobilefilm.at

FÜR SCHULVORSTELLUNGEN:

info@schlagerstar-derfilm.com

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

MOBILEFILM 