

Ärger um Tournee-Theater

Das Phantom der Musicals

Besucher fühlen sich von der Werbung zu reisenden Eigenproduktionen getäuscht

Achtung Musical! Wer den Besuch eines bekannten Singspiels plant, sollte vor der Ticket-Buchung sehr genau hinschauen. Tournee-Theater sorgen mit Eigenproduktionen für Verwirrung und Unmut bei zahlreichen Zuschauern. Die fühlen sich von der Werbung getäuscht.

Wo sie unterwegs sind, herrschen Schrecken und Verwirrung. Ob „Das Phantom der Oper“ oder „Les Misérables“: Immer wieder bringen Musicals auf Tournee derzeit Zuschauer auf die Barrikaden. Denn statt der erwarteten weltbekannten Erfolgsstücke, sehen sie sich mit fremder Musik und fragwürdigen Leistungen zu formidablen Preisen konfrontiert.

Die Masche ist stets dieselbe. Geworben, auf Plakaten und im Internet, wird groß mit den Namen ruhmreicher Musicals. Doch statt Komponisten-Stars wie Andrew Lloyd Webber (Phantom) oder Claude-Michel Schönberg (Les Misérables) zeichnen in kleinerer Schrift Arndt Gerber oder Esther Hilsberg für die „berührende Musik“ verantwortlich.

Und das führt zu massenhaften Beschwerden im Internet und auch bei der Verbraucherzentrale NRW. Ein Beispiel der gemäßigten Art: „Es wurde kein einziges Lied von dem eigentlichen Musical gespielt. Inhalte des Original-Musicals wurden

weggelassen, andere dazu gedichtet. Die Darsteller waren teilweise grenzwertig.“

Zu Hunderten buhen die Zuschauer und verlassen Vorstellungen, für die sie bis zu 90 Euro je Ticket bezahlt haben. Das passiert bundesweit: in Hamburg und Bremen, in Bochum und Essen, in Nürnberg und Stuttgart.

Und vor allem: immer wieder. Schon 2006 rezensierte ein Fachkritiker eine Gerbersche Phantom-Adaption als „Vorsicht, Falle! Klägliche Tourneeproduktion.“

Auf die Rolle geschickt werden die Aufführungen von verschiedenen GmbHs. Und die geben sich arglos. Ulrich Gerhartz von Highlight Concerts GmbH beispielsweise, der aktuell mit seiner Interpretation von Les Misérables für Aufruhr sorgt, sieht die Verantwortung allein beim Publikum: „Getäuscht fühlen sich nur solche Besucher, die ohne Interesse an Infos nur auf Grund des Titels automatisch von der bekannten Musicalversion ausgehen.“

Es gehöre ausdrücklich nicht zu den Aufgaben seiner Firma, „jeden Irrtum, jedes Wunschdenken auszuschliessen, sondern korrekt und ausführlich zu informieren.“ Von einer Rückerstattung von Eintrittsgeldern mag Gerhartz deshalb nichts wissen.

Solche Forderungen produziert

auch die ASA Event GmbH, die hinter dem alternativen „Phantom“ steckt. Formulierungen wie „Originalproduktion“ und Bildmaterial, das an das Vorbild denken lässt, machen Fans zornig, die bei der Buchung nicht ganz genau hingeschaut haben.

Und das sollten sie tunlichst. Ab Mitte April schickt die ASA den „Glöckner von Notre Dame“ auf Deutschland-Reise. Fast zeitgleich - welch Zufall - startet in Berlin das bekannte Disney-Musical, unter viel Werbetamtam. Auf der ASA-Internetseite zum Stück fand die Verbraucherzentrale jedoch keinen eindeutigen Hinweis auf eine Eigenproduktion.

Der Griff zum Telefonhörer brachte Klarheit. Erst nach dreimaligem Nachfragen gestand die ASA-Mitarbeiterin, dass es nicht das Disney-Musical sei, was zur Aufführung komme.

Text im Internet unter:
www.verbraucherzentrale.nrw/Musicals