

33 If I can make it there ...

»*I just need a million dollars.*«

Stephen steht mit einem Schild in der Hand auf der Straße. Er bettelt nicht. Er lässt sich fotografieren, für eine Porträtreihe. Was da auf dem Schild steht, ist aber wahr.

Der Plan ist eingefädelt, Stephen hat alles festgehalten, was er braucht und schon erreicht hat. Nur das Geld fehlt halt noch. Und in seinem Geschäft braucht man, um von klein auf anzufangen, ein ganz und gar nicht kleines Sümmchen.

Eine Theaterproduktion ist nicht billig. Aber Stephen findet, dass sein Musical an den Broadway gehört. Auch mit über 70 glaubt er, dass es er in New York schaffen kann, sogar noch mehr als vorher, weil er weiß: So viel Zeit bleibt nicht mehr. Was ihn bisher von der großen Show abhielt, ist das fehlende Geld. Und Pech.

Oft höre ich das Klavier aus seiner Erdgeschosstür, manchmal klopfe ich dann an, und er singt mir eines der Lieder vor, die sich ordentlich notiert in seiner Wohnung stapeln. Mit einem Lied namens *King of Fuh* weckte Stephen in den 1960er-Jahren das Interesse einer großen Plattenfirma, und dort spielte jemand den Song den Beatles vor. Zu dieser Zeit arbeitete Stephen als Songwriter und als Keyboarder einer Band, die kurz vor seinem Einstieg einen Hit gelandet hatte. Die Plattenfirma riet ihm, nicht unter seinem echten Namen weiterzumachen, und er nannte sich Brute Force. Die Solokarriere war zum Greifen nah.

Unter meiner Nase taucht ein dickes Buch auf. Eine Beatles-Dokumentation, aufgeschlagen dort, wo Stephens Song erwähnt wird. Es gab tatsächlich eine Studioaufnahme für deren neu gegründetes Label namens Apple. Doch der König aus dem Lied ist ... der

fuh king. Das klingt wie ein nicht jugendfreies Wort! Deshalb weigerte sich der Vertrieb später, den fertigen Song auszuliefern. Erst Jahrzehnte später brachte jemand ein Sammelalbum mit den ersten Apple-Aufnahmen heraus, und Stephens Song stand in den Läden. Er fand sogar eine Plattenfirma, die sein 1960er-Jahre-Werk neu auflegte. Da hatte er aus der Geschichte vom Fuh King längst ein Musical gemacht und es auch schon einmal im kleinen Rahmen aufgeführt. Jetzt braucht er eben eine Million – und arbeitet daran.

Broadwayträume, Karrierewechsel und übersehene Promis

Da hat Frank Sinatra etwas angerichtet: »*If I can make it there, I can make it anywhere*« wird in New York schnell vom Magneten zum Mantra. Mit dem Traum vom großen Durchbruch kommen noch immer viele Menschen nach New York. Aber damals wie heute gilt: New York ist keine Stadt für Traumtänzer.

Wer sich am Broadway bewirbt, wird zudem gleich gefragt, welche Shows er oder sie in letzter Zeit sah. Karten für die großen Theater passen aber nicht in den kleinen Geldbeutel hoffnungsvoller Talente. Zudem gilt der Broadway als geschlossene Branche: Es ist extrem schwer, einen Zugang zu finden, und zwar nicht nur dann, wenn man von einer Hauptrolle träumt. Auch Jobs im Bühnenbau und Produktionsbüro sind heiß begehrt und schwer zu bekommen. So bedeutet Jobsuche für die Ruhmsucher von heute oft, auf Konferenzen und Podiumsdiskussionen kluge Fragen zu stellen und in Karten für Premieren und Galas zu investieren in der Hoffnung, dort mit den »richtigen« Leuten ins Gespräch zu kommen.

Das haben New Yorker auch in anderen Branchen drauf. Erzählt einer, was er alles tut, erreicht hat und kann, ist das deshalb nicht etwa die Aufforderung zum Aufschneidertanz. Viele sehen ihren *elevator pitch* auch als Anknüpfungspunkt zum Netzwerken. Sie suchen mal nach Gemeinsamkeiten, mal nach Inspiration, mal nach Kontakten auch in fremde Branchen. Umgekehrt sind viele New Yorker bei Gesprächen über berufliche Träume sehr begeisterungsfähig und hilfsbereit: Sie haben beispielsweise unterwegs die pas-

senden Kontakte für andere aufgesammelt – und geben diese gerne weiter. Wer weiß, wofür es gut ist.

New York ist so auf Erfolgsstreben ausgerichtet, dass Scheitern keine Schande ist, sondern einfach dazugehört. Selten schüttet jemand ungefragt eine Büchse Zweifel, bloß weil Freunde zu neuen Ufern streben. Strenge Urteile gehören in New York an eine andere Stelle: In Talentwettbewerben stellen sich Künstler einem kritischen Publikum, Menschen mit Unternehmergeist melden sich zum Businessplan-Wettbewerb an. Klappt das eine nicht, versucht man eben etwas Neues. In einer so teuren, schnellen Stadt bleibt einem gar nichts anderes übrig.

Entsprechend finden die meisten New Yorker radikale Karrierewechsel ganz normal. Wall-Street-Bänker eröffnen Restaurants, Buchhändlerinnen fangen an, mit Immobilien zu makeln, Schauspieler werden erst Lehrer und dann Fotografen, Biologinnen fangen an zu schreibern. Oft haben sie alle eine ganze Weile lang all ihre Jobs gleichzeitig. Und wenn der Erfolg dann endlich da ist, können sie sich auf ein ungeschriebenes Gesetz verlassen. New Yorker lassen ihre Promis in Frieden.

Alle wissen, dass da ein Star am Nebentisch sitzt, und sie können es kaum erwarten, ihren Freunden davon zu erzählen. Auch Zeitschriften und Zeitungen verraten im Nachhinein gerne, wo Taylor Swift zum Einkaufen war, mit wem Nicholas Cage wo gegessen hat oder in welcher Broadwayshow der Präsident gegessen hat.

Aber die meisten New Yorker würden es sich in Anwesenheit von Prominenz nicht anmerken lassen, dass sie diese überhaupt bemerkt haben. Das ist ein Grund dafür, warum Filmstars, Firmenchefs, Supermodels und Rockstars sich in New York unters Volk mischen. Nur zwei Gruppen machen einen Bohei um *Celebrities*: Paparazzi. Und Touristen. Okay: Und Teenager bei Autogrammveranstaltungen.

Statt dieser Tage mit Investoren zum Lunch zu gehen, hängt Stephen mittags am Telefon und verkauft Tickets. Nicht für sein eigenes Musical, sondern für eine Telemarketingfirma. Wenn er nicht gerade zu einem Vorsprechen oder einer Probe geht, mit seinem

Musikprogramm auftritt, einen neuen Song schreibt oder Werbung für seine Kunst macht. Stephen lebt den Traum. Neulich habe ich mir im Kino die Augen ausgeguckt, weil er mir genau die Szene beschrieben hat, in der er als Komparse mitgewirkt hat. Wieder ein paar Dollar näher am Durchbruch.

★ Do it yourself ★

Auf den ersten Blick ein typischer Souvenirladen, auf den zweiten Blick voller Broadway-Memorabilia ist **Theatre Circle**.

- Theatre Circle • Theater District, 268 West 44th Street, Ecke 8th Avenue • Haltestelle 42nd Street/Port Authority mit Linie A, C, E • www.theatreclub.com

New York hat sogar seinen eigenen **Walk of Fame**: Ein frischgebakener Kinobesitzer wollte dort in den 1970er-Jahren Filmklassiker aus den 1930ern bis 1950ern zeigen. Damit Publikum kam, lud er entsprechende Filmstars ein, die sich im Gehsteig verewigten. Dort finden sich heute unter anderem die Hand- und Fußabdrücke von Myrna Loy.

- Walk of Fame New York • East Village, 80 Saint Marks Place, nahe 1st Avenue • Haltestelle Astor Place mit Linie 6

Die bekannteste Talentshow der Stadt ist die **Amateur Night** im **Apollo Theater**. Dort haben sich schon Legenden wie Ella Fitzgerald und Michael Jackson dem Publikum gestellt, das mit Lautstärke bestimmt, wer gewinnt.

- Amateur Night • Harlem, 253 West 125th Street zwischen Adam Clayton Powell und Frederic Douglass Boulevard • Haltestelle 125th Street mit Linie 1, 2, 3, A, B, C, D • www.apollotheater.org

In kleinerem Rahmen mit weniger Show-Tamtam hat sich der Poetry Slam des 40 Jahre alten **Nuyorican Poets Cafe** einen Spitzenruf erarbeitet. Dort gibt es außerdem eine anspruchsvolle Open Mic Night für alle Genres von Musik bis Comedy.

■ Nuyorican Poets Cafe • East Village, 236 East 3rd Street zwischen Avenue B und C • Haltestelle 2nd Avenue mit Linie F • www.nuyorican.org

Eine Übersicht über viele weitere **Open Mic Nights** bietet die Website »Open Mic New York« [www.openmicnewyork.com].

Von wegen Traumtänzer: Die Theater- und Filmindustrie in New York

2015 war ein gutes Jahr für den Broadway: Fast 13 Millionen Besucher zog es in die Theater, die Shows spielten mehr als 1,3 Milliarden Dollar ein. Direkt nach Jahresende, in der Neujahrswoche 2016, brach der Broadway dann seine eigenen Rekorde: Mit 37 Shows generierte er mehr als 43 Millionen Dollar – binnen einer einzigen Woche.

Von allen Broadwayproduktionen hat *The Lion King* am meisten Geld eingespielt. Das Musical spielt seit rund 20 Jahren in New York. Derzeit bekommt es erhebliche Konkurrenz durch das mit dem Pulitzerpreis gekrönte Musical *Hamilton*. Doch nicht alles, was es an den Broadway schafft, wird zum Erfolg. *American Psycho* hielt 2016 nur ein paar Wochen durch und reiht sich damit in historische Flops ein.

Die Musical-Version von *Breakfast at Tiffany's* überlebte in den 1960er-Jahren nicht einmal die Vorschauen (*previews*), auch die Horrorgeschichte *Carrie* von Stephen King taugte als Musical nichts – es schloss nach nur fünf Vorstellungen. Sogar die im Londoner Theaterviertel gefragte *Rocky Horror Show* fiel am Broadway durch. Erst die Verfilmung fand in den USA ein Publikum.

Viel früher, zu Stummfilmzeiten, war New York zudem eine Filmstadt. Universal Films etwa wurde dort gegründet, zog dann aber angezogen von günstigen Grundstücken nach Los Angeles. Viele Jahrzehnte später versuchte New York, sich die Filmindustrie mit Steueranreizen zurückzuerobern. Inzwischen sind wieder viele Filmproduktionsfirmen in der Stadt angesiedelt, zum Beispiel in Astoria (Queens).

In den Silvercup Studios, 1983 auf dem Gelände einer gleichnamigen Bäckerei eröffnet, wurden zum Beispiel *Sex and the City* und

Der Teufel trägt Prada gedreht. Die nahegelegenen Kaufman Astoria Studios sind seit 1992 Heimat der *Sesamstraße*. Seit Kurzem haben sie sogar Außendrehplätze, ganz wie in den großen Hollywoodstudios. In Brooklyn bringen die Broadway Stages New Yorker TV-Serien wie *The Good Wife* und *Blue Bloods* hervor, und die 2004 eröffneten Steiner Studios haben Filme wie *Teenage Mutant Ninja Turtles* und *Wolf of Wall Street* produziert.

Bei den Film- und Fernsehtiteln fällt auf: New York ist nicht nur wegen der Filmstudios ein Tummelplatz für Schauspieler und Kameracrews. Die Stadt dient so oft als Handlungsort und Kulisse für die Geschichten in den bewegten Bildern, dass sie längst selbst zum Filmstar geworden ist.