

Berner Woche

Mehr Angaben unter:
www.agenda.verbund.ch

Das kritische Ausgehmagazin für Bern. Veranstaltungen von 24. bis 30. Januar 2013



Die Antworten liegen in der Zweizimmerwohnung: Was treibt Julie zu Kettenrauchen und Schlaflosigkeit? Fotos: Heinz Holzmann

Bühne «Julies Room: Eine Projektion»

Der Publikumsanimateur

Die Stücke von Regisseur Bernhard Mikeska sind bestens besucht. Das Geheimnis: gutes Marketing, eine geringe Platzzahl und ein grosses Vertrauen in die Kopfarbeit der Zuschauer.

Hanna Jordi

Als Merksatz könnte gelten: Wegen nichts und wieder nichts greifen junge Frauen in der Regel nicht zum Giffttopf. Deshalb muss wohl etwas Schwerwiegendes vorgefallen sein in dieser speckigen Zweizimmerwohnung, die Julie und Robert ihr Zuhause nennen. Alle Symptome sind da: Sängerin Julie raucht Kette, sie hat tiefe Augenringe, und die Beziehung zu ihrem Freund Robert wirkt irgendwie verspannt. Richtig kompliziert wird es, als die arglose Charlotte mit Perücke in der Zweizimmerwohnung auftaucht. Und damit den Theaterabend endgültig zum Kammerspiel-Thriller macht.

In «Augen: Blicke» setzte der deutsche Regisseur Bernhard Mikeska der Gruppe mikeska:plus:blendwerk die Zuschauer des Stadttheaters ins Loeb-Schaufenster, von wo aus sie ein Schauspiel auf offener Strasse verfolgen konnten. Nun kommt er im Rahmen der Winterfestspiele des Schlachthaus-Theaters wieder nach Bern. Diesmal, um «Julies Room: Eine Projektion» als Zweistationenstück zu inszenieren. Der erste Teil erwartet die Zuschauer in Form einer Videoinstallation im Kulturpunkt im Progr. Sechs Leinwände zeigen die Wohnung von Julie und Robert, fragmentiert in verschiedene Perspektiven: Da ist das Bad, dort die Küche, da der Gang. Entschwindet Julie im Zuge ihrer Zickzackpfade auf dem einen Bildschirm, erscheint sie schon auf dem nächsten. Ist auf dem einen Bildschirm Roberts Hinterkopf zu sehen, zeigt der andere sein Gesicht in den Totalen.

Der zweite Teil des Stücks findet im Schlachthaus statt. Dort wurde die dunkle Wohnung nachgebaut, die Zuschauer befinden sich nun als Beobachter der Szene wieder, die sie zuvor im Film gesehen haben.

Nur dass sich hier die Geschichte gelinde anders ausnimmt als zuvor registriert. Die Wohnung ist eigenartig aufgeräumt, und die Perücke sitzt nicht mehr auf demselben Kopf.

Wie auf einem Filmset

Manchen Theaterbesuchern dürften die Eckpunkte der Geschichte noch aus der Produktion «In My Room: Die Geschichte von Julie» bekannt sein, die letzten Mai in Zürich aufgeführt wurde. Damals lag zwischen dem ersten Teil, der in einer Zürcher Zweizimmerwohnung spielte, und Teil zwei, der auf der Bühne der Gessnerallee stattfand, eine Woche Bedenkzeit. Jetzt liegt nur noch ein kurzer Spaziergang durch die Berner Altstadt dazwischen. «Uns schien es künstlerisch attraktiv, das Stück weiterzuentwickeln. Mit der Videoinstallation befinden wir uns nun näher an der bildenden Kunst als vorher. Es ist, als würde der Besucher nach dem Kinobesuch plötzlich auf dem Filmset stehen», sagt Bernhard Mikeska.

Auf einem Filmset – mitten unter den Darstellern. Mikeska und sein Schweizer Kollege, der Bühnenbildner Dominic



Welche Rolle spielt Charlotte?



Was kettet Robert und Julie aneinander?

Passiv sei das Publikum dennoch nicht, sagt Mikeska. «Die Zuschauer finden sich in einer Situation wieder, in der sie ihre Blickwinkel selbst bestimmen dürfen, vielleicht hin und wieder anpassen müssen». In «Augen: Blicke» entschied der Zuschauer im Schaufenster selbst, welcher Szene er sich zuwenden wollte – ob einer, die das Ensemble darbot, oder einer, die sich unter Passanten abspielte.

Mikeskas Publikum muss auch in der Lage sein, Lücken zu füllen. Viele der erzählten Geschichten sind aufgesplittet in verschiedene Perspektiven, Stränge und Zeiten. In «Julies Room» kollidiert eine Aktualität mit ihrer Vergangenheit, wirft eine Erinnerung Blasen – und der Zuschauer muss die Brüche selbst kitten. «Für mich ist ein Theaterabend dann gelungen, wenn ich Gehirnfutter be komme, Leerstellen eigenmächtig ausfüllen muss. Dasselbe möchte ich mit meinen Stücken bewirken», sagt Mikeska. Aktivierungstherapie für den Bildungsbürger also?

Cleveres Theatermarketing

Das Publikum jedenfalls lässt sich gern animieren. «Augen: Blicke» war im Nu ausverkauft, und die Besprechungen von Mikeskas Stücken lesen sich über weite Strecken wie Kaufempfehlungen. Das dürfte nicht zuletzt an einer gewissen Marketingaffinität liegen, die die Stücke auszeichnet. Erstens: Verkörpern eine Marke. Jede mikeska:plus:blendwerk-Produktion trägt die Doppelpunkte als unverkennbares Signet im Titel. Zweitens: Sei exklusiv. Der Besuch eines Mikeska-Stücks ist meist kleinen Personengruppen vorbehalten. In «Julies Room» werden pro Aufführung blass zehn Besucher zugelassen. Das knappe Angebot bürgt für das kostbare Theatererlebnis – und steigert die Nachfrage.

Ob der promovierte Physiker etwa auch ein Semester Wirtschaft studiert hat? Mikeska verneint – lässt aber immerhin einen der zwei Punkte gelten. «Die Doppelpunkte sind tatsächlich ein Versuch, einen Wiedererkennungswert zu schaffen. Wenn das klappt, umso besser.» Das knappe Angebot sei aber allein den Platzverhältnissen in installativen Inszenierungen geschuldet. Oft passen nur so wenige Leute in einen Raum.

Wenn in einem halben Jahr in Frankfurt «Marylin: Eine Geschichte von Dir» uraufgeführt wird, kommt auf jeden Schauspieler gerade mal eine Zuschauerin. Es wird also noch exklusiver. Ein Umstand, der Mikeska mitunter traurig stimmt: «Oft wünschte ich, wir könnten die Inszenierungen mehr Leuten zeigen», sagt er. «Doch das ginge dann wohl auf Kosten der Erlebnisintensität.»

Kulturpunkt im Progr/Schlachthaus-Theater

Vernissage der Videoinstallation im Kulturpunkt: Mi, 30.1., 18.30 bis 20 Uhr, danach Mi bis Fr, 14 bis 18 Uhr und Sa, 12 bis 16 Uhr. Eintritt frei.
Premiere: Mi, 30.1., 20.30 Uhr. Vorstellungen bis 12.2., insgesamt 19 Mal. Div. Spielzeiten: www.schlachthaus.ch.

Sieben Fragen an Till Hillbrecht



Der 1981 geborene Berner **Till Hillbrecht** ist Soundartist und beschäftigt sich hauptsächlich mit Clubmusik. Für die Dampfzentrale bucht er zeitgenössische Musik, bei **Till & Struppi** ist er DJ. Als Drahtzieher des **Newcomer-Festivals** für schräge Musik **Shit & Schein** hat er gemeinsam mit u. a. Gisela Feuz (The Monofones) und Daniel Fontana (Bad Bonn) aus dreissig Bewerbungen sechs Finalisten auserwählt. Am **Freitag, 25. Januar**, gebühren ihnen je 30 Minuten auf der Bühne der **Dampfzentrale**. Aus Bern am Start: The E's, Galloppverein und Utalo Fields. Ab 20 Uhr.

Schon der Name: Shit & Schein. Bezeichnen Sie mit Ihrem Newcomer-Wettbewerb Müll zu finden, der aber doch irgendwie glänzt?

Es geht darum, die Spreu vom Weizen zu trennen. Eigentlich das, was Dieter Bohlen auch tut. Nur machen wirs genau entgegengesetzt: Herr Bohlen bezeichnet etwas als «gut», wenn es der Masse entspricht. Bei uns gehts um die Eigenständigkeit der Musik. Wir verstehen das Ganze so: «Schlechtes» und qualitativ «Hochwertiges» liegen oft näher beieinander als gedacht.

Wie muss man sich das Auswahlverfahren vorstellen? Wann haben Sie spätestens auf «Stopp» gedrückt?

So generell lässt sich das nicht sagen. Wenn klar war, dass uns die Musik gefällt oder eben nicht, haben wir uns inner zwanzig Sekunden entschieden. Bei Wackelkandidaten fragten wir uns: Kann das auch live spannend sein oder ist es bloss eine spektakuläre und gut produzierte Aufnahme? Ist es eine Imitation? Du

kannst die besten Songs schreiben, aber wenn du versuchst, Madonna zu kopieren, hast du schon verloren. Dann sei doch lieber gleich originell!

Woran haben Sie die rohen Talente unter den Einsendungen erkannt?

Die Aufnahme konnte noch so übel sein, aber manchmal war da ein Element, das zum Weiterhören animiert hat. Wirkliches Talent lässt sich auch aus einer grottenschlechten Aufnahme heraus hören. Eine der Finalistenbands hat ihren Stil als «schimmelig-düster» betitelt. Die müssen ja gut drauf sein, nicht?

Zeitweise pendelten Sie zwischen Bern und Berlin. Sind bizarre Sounds im Ausland willkommener?

In grossen Metropolen gibts sehr viele kreative Menschen mit unheimlich innovativen Ideen. Aber da kann es auch leicht passieren, dass gerade das Geniale im Sumpf untergeht. Hier in Bern gibts weniger Publikum, aber dafür ist die Konkurrenz überschaubar. Wenn du

hier eine Idee hast, die wirklich gut ist, kann es sogar sein, dass sich damit Geld verdienen lässt – wenn auch nicht viel. In Berlin kann man das nicht erwarten. Wer wirklich will, findet auch in Bern irgendwo einen Keller, wo die eigene Musik, sei sie noch so verschroben, gerne gehört wird. Jammern können wir wahrlich nicht: In unmittelbarer Nähe befindet sich das Bad Bonn, das Fri-Son, die Reithalle natürlich und sicher auch die Dampfzentrale.

Shit & Schein zum Zweiten: Woraus haben Sie bei der ersten Ausgabe gelernt, was wollten Sie dieses Mal besser machen?

«Du willst Madonna kopieren? Dann hast du schon verloren!»

Nicht viel, denn das Format hat sich bewährt. Am Festivalabend selbst gibt es ja nichts zu gewinnen, und das scheint mir gut so, weil: Die Bands sollen einfach ihr Ding durchziehen und genau so auftreten, wie sie es normalerweise tun. Für den Klamauk auf der Bühne sorgt schon unser fantastischer Moderator Thomas «Hoschi» Hostettler.

Welche Band wurde schon entdeckt, aber leider nicht von Ihnen?

Die Berner Entenschmutz! Sie nennen ihren Stil Hyper-Punk und machen irgendwas zwischen Musik und Performance. Völlig durchinszeniert. Eine grossartige Entdeckung!

Was raten Sie einer jungen Band, die keine konventionelle Musik machen will?

Nur einer Band, die direkt in die Charts will, kann man Ratschläge erteilen. Schräge Bands nehmen diese gar nicht ernst an.

Interview: Milena Krstic