



Crowd und Rüben

Zehn deutsche Theater haben sich von einer Crowd-Community via Online-Portal beraten lassen. Wir bringen Einschätzungen von Nicola May, Intendantin des Theaters Baden-Baden, zur Ideen-Akquise im World Wide Web. Es folgt ein doppelter Blick auf die Präsentation der Ergebnisse bei der Blogger-Messe „re:publica“: von der Theaterfrau Birgit Lengers und von der Theater-Bloggerin Bianca Praetorius.



Fotos: Screenshots von der Plattform „jovoto“

Angelegenheit. Die tradierte Hierarchie im Theater beruht auf einem Wert, nämlich dem Bekenntnis zu der Autonomie des Künstlers mit seinen unverwechselbaren individuellen Eigenheiten. So gibt es den einen Schauspieler, den einen Regisseur und den einen Theaterleiter, von dem jeweils dann auch die bestimmte Handschrift und Prägung erwartet wird. Das haben wir so drin.

Mit der Öffentlichkeit und Demokratie in künstlerischen Entscheidungsprozessen fremdeln wir. Inszenierungs-Konzepte als Ergebnis von einem Internet-Ranking? Theater-Werbung von Nicht-Theatergängern? Die Frage „Wie hätten Sie’s denn gern?“, stellen wir nicht unbedingt unseren Abonnenten und Zuschauern. Und wenn doch – was machen wir dann mit der Antwort? Beispiele in der jüngsten Zeit haben gezeigt, dass die Reaktion auf ein Voting nicht einfach ist. Andererseits sind die Prozesse im www unaufhaltsam, und das Theater ist doch schließlich ein zeitgenössisches Medium, oder?

Wir haben den Versuch gemacht. Bei dem Jovoto-Projekt „Theater Inter-Action!“ ging eine Frage an quasi die ganze Welt. Die Welt der Community, der User, der Nerds, der Bewerter und Punkteähler. Was kam raus? Nichts und Alles, Neues und Altes. Glücklicherweise war unser Projekt keine Abstimmung oder Wahl, sondern eine Vorschlagssammlung. Und lehrreich war es allemal. In dem jüngst oscar-prämierten Film „The Artist“ geht es um einen Stummfilmstar, der den An-

NICOLA MAY

Im Dezember 2011 trafen sich Intendantinnen und Intendanten im deutschen Bühnenverein zu einer kleinen Tagung zum Thema *Neue Medien*. Wir beschäftigten uns mit medientheoretischen Grundlagen, tauschten Erfahrungen aus und lernten neue Dinge kennen. Eine davon ist die Kreativ-Plattform *jovoto*. Das Ziel dieser Form von „Crowd-Sourcing“ ist es, kreative Vorschläge auch von Menschen und aus Bereichen zu bekommen, von denen man vorher nicht wusste, dass es gut sein könnte, sie danach zu fragen. Zehn Theater taten sich mit Unterstützung des Deutschen Bühnenvereins zusammen und lobten einen Preis aus. „Wie sieht dein Theater der Zukunft aus?“, riefen wir ins world-

wide-web, und genauer nachgefragt: „Wie muss ein Theaterstück inszeniert und/oder kommuniziert werden, um die Stadt und insbesondere das junge Publikum anzusprechen und gegebenenfalls sogar aktiv in Kreative- und Produktionsprozesse miteinzubeziehen?“ Sehr offen also war die Frage formuliert.

Das Internet ist heute Garant für Informationsfülle, für Transparenz, für Teilhabe. Soziale Netzwerke stiften Beziehungen, sie befördern Revolutionen, sie beschleunigen Prozesse, sie laden zum Mitreden ein. Im Zusammenhang mit Kunst ist das so eine Sache. Ihre Herstellung ist in unserem bisherigen Verständnis in den meisten Fällen keine kollektive

schluss verpasst. Der seinem Produzenten vorwirft, sich mit der Hinwendung zum Tonfilm einem peripheren und falschen Massengeschmack zuzuwenden. Doch der zuckt nur die Achseln: „The public is never wrong“.

„9, 4 Punkte. 189 mal bewertet, 2143 mal angesehen.“ – 1000 mal berührt, 1000 mal ist nix passiert, könnte man denken, wenn man das Sammelsurium der Vorschläge ansieht. Denn vieles von dem, was vorgeschlagen wurde, wird an den meisten Theatern bereits praktiziert oder aber aus guten (finanziellen oder inhaltlichen) Gründen auch nicht. Eine harte Erkenntnis war, dass das Ausgangsmotiv vieler Vorschläge nicht etwa die engagierte Fortentwicklung eines geliebten Mediums war, sondern die Feststellung eines Problems: Theater gilt als altmodisch und langweilig. Das Theaterbild, womit diese These aber gestützt wurde, entspricht so gar nicht unserer Selbstwahrnehmung. Es bildet eine Ästhetik ab, die es vielleicht niemals gegeben hat, und wenn, dann höchstens zu einer Zeit, die mit Sicherheit länger her ist als die Kreativen und

und Authentizität sind Schlagworte, die häufig fielen.

Die Vorschläge lassen sich in fünf Kategorien aufteilen. Für jede ein Beispiel:

1. Neue Werbung und ÖA (Promotion, Teaser)

Das Projekt „art alive“ von joanaf alias Joana Serra de Matos ist eine Installation im öffentlichen Raum. Mit allen seinen fünf Sinnen kann der Passant ein Theaterstück erfahren. Er hört Musik, riecht Rosenduft oder ertastet Samt. Ein witziger und realisierbarer Einfall.

2. Neue Orte und mobile Bühnen.

Viele dieser Ideen werden bereits in der ein oder anderen Form von Theatern praktiziert. Das Sieger-Projekt der Community, also das mit 9,4 Punkten höchst bewertete, stammt aus dieser Kategorie. Stage 2.0 von Filip Gavril ist eine Art Kullissen-Karussell, das für Inszenierungen den passenden Hintergrund geben soll oder zum Begehen einladen.

3. Neue Medien

Das Projekt „Got it? So use it!“ von miKaR ist eine augmented Reality-Idee, die elektronische Spielerei mit interaktiver Partizipation verbindet. Mithilfe

ist das „Social media theatre“ von Cloudtells (Dennis Nicolas Perzl). Dieses bereits erprobte Modell ist eine dynamische und spielerische Stückentwicklung, eine Art Zu-Hause-Theater. Bestimmt witzig, aber es benötigt viel Betreuungsarbeit für dann nur virtuelle Theaterzuschauer.

5. Schulen und Theaterpädagogik.

Projekte, die Schulen miteinbeziehen oder sich explizit an Schulen und junge Zuschauer richten, finden sich oft als Querschnittsthemen. Hier noch ein gutes Beispiel für ein eigenständiges Projekt: „Kein Applaus für Scheiße“ von Josefine Matthey und Jana Oppermann ist ein gut ausgearbeitetes Konzept für Theater in der Schule. Einfache, aber pfeffrig ausgearbeitete Grundidee dieses analogsten aller Projekte ist die, Schülerinnen und Schüler über ein sie interessierendes Thema an Literatur heranzuführen.

Jovoto forderte die Einsender auf, die Vorschläge nach einem bestimmten Schema einzureichen. Zuerst die Problemstellung, dann die Lösung, dann die Durchführung des Projektes. Unter den 84 Einreichungen befand sich eines, das mit einer zutreffenden und inmitten aller digitalen Funken auffallend lapidaren These begann: „Theatre is a niche“. Auf Nachfrage, was daraus die Konsequenz sei und welche Maßnahmen zu ergreifen sind, antwortete der Kreative crstn, das müsse überlegt werden, und er/sie werde das nachreichen. Bis Ablauf der Frist blieb es aber nur bei der Feststellung. Vielleicht ist das aber auch schon die Lösung.

Drei Screenshots von Ideen des Theaterwettbewerbs auf „jovoto“:

1 | „art alive“ von Joana Serra de Matos,

2 | „Kein Applaus für Scheiße“ von Josefine Matthey und Jana Oppermann sowie

3 | der von den Theatern prämierte Vorschlag von Michael Riener „Got it? So use it!“.

Nicola May, die Autorin dieses Artikels, ist Intendantin des Theaters Baden-Baden.

Sind es tatsächlich so verschiedene Welten: die digitale des Internets und die analoge der Publikum-Crowd abends im Theater?

sogar ihre Eltern alt sind. Hamlets Totenschädel, Plüsch und Pathos zeigt sich in den verwendeten Bildern. Die Kreativen der Jovoto-Plattform sind offenbar in der Mehrheit keine Theatergänger.

Ob das daran liegt, dass unsere Zuschauer andere Kommunikationsmittel nutzen und die sogenannten Silver-Surfer unter den Abonnenten das Social-Net noch nicht selbstverständlich nutzen? Oder sind es tatsächlich so verschiedene Welten, die digitale des Internets und die analoge der Publikum-Crowd abends im Theater? Auffällig war, dass viele Projekte gerade das live-Moment und das sinnliche Erleben suchten. Überraschungsmomente, Interaktion

von Apps können die Zuschauer nicht nur Informationen zum Stück erhalten, sondern auch die Perspektive einer Bühnenfigur einnehmen oder sogar den Verlauf der Handlung beeinflussen. Der Erfinder Michael Riener nahm auf Einladung der Theater an der Präsentation auf der *re:publica* teil.

4. Interaktive Konzepte

Bei diesen Projekten ging es einerseits um die Wechselwirkungen zwischen Bühne und Zuschauer und das Zusammenwirken verschiedener Künste, Medien und ausübender Partner. So schlägt das „Interaktive Städtetheater“ von MSTR eine gemeinsame Aufführung mehrerer Theater vor, die mittels Live-Stream interagieren. Eine andere Form der Interaktion

Insgesamt zehn deutsche Theater beteiligten sich an dem Projekt „Theater Inter-Action!“ auf www.jovoto.com: neben dem Deutschen Theater Berlin das Badische Staatstheater Karlsruhe, das Saarländische Staatstheater Saarbrücken, das Staatsschauspiel Stuttgart, das Stadttheater Gießen, das Theater Baden-Baden, das Theater und Orchester Heidelberg, das Theater an der Parkaue Berlin, das Theater Ulm und das Theater Freiburg. Der Deutsche Bühnenverein unterstützte die Initiative finanziell. Sämtliche 84 Vorschläge sind unter <http://theaterinteraction.jovoto.com> zu verfolgen.

Messeauftritt

Die Präsentation des Theaterprojekts auf der „re:publica“ in Berlin

Man kann es kaum als Heimspiel bezeichnen, wenn die Intendantengruppe des Deutschen Bühnenvereins eine Veranstaltung auf der *re:publica 12* in Berlin bestreitet. Bei der Internetkonferenz, die vom 2. - 4. Mai in der *STATION-Berlin* stattfand, handelt es sich um Europas größte Messe rund um Social Media und die digitale Gesellschaft – 200 Stunden Programm mit ca. 4000 Besuchern und 270 Rednern aus über 30 Ländern. Die große Show der Netzgesellschaft. Was hat das Theater dort zu suchen?

Genau zwei Veranstaltungen gab es in dieser Nischensektion, die eine mit dem bezeichnenden Titel „Theater und digitale Medien – ein Trauerspiel“, in der die These vertreten wurde, die Stadt- und Staatstheater würden sich aus „blanker Unlust“ um die Frage herumdrücken, wie man die eigene Kunstform um die Lebensrealität der neuen Medien, insbesondere ihres partizipatorischen Prinzips erweitern könne. Die andere Veranstaltung „Theater Inter-Action!“, von der hier berichtet werden soll, widersprach dieser Unterstellung allein durch ihre Existenz. Denn das dort vorgestellte Projekt basierte auf und zeugte gerade von der Neugier des ältesten am neusten sozialen Medium. Die Neugier schien nicht unbedingt auf Gegenseitigkeit zu beruhen, zumindest manifestierte sie sich nicht in Besucherströmen. Stage 4 füllte sich nur spärlich, als Vertreter von 10 deutschen Stadt- und Staatstheatern gemeinsam mit dem Kreativdirektor der Plattform *jovoto* das gemeinsame Creative-Crowd-Sourcing-Projekt „Theater Inter-Action!“ vorstellten, bei dem auf einer Internetplattform Ideen für ein Theater der Zukunft gesammelt wurden (s. Bericht von Nicola May).

In einem Prolog machte der Schauspieler Bernd Moss ein paar persönliche Vorschläge, was man voneinander lernen könne, und thematisierte launig das gegen-

seitige Fremdeln. „Warum nicht mal einen Vorhang vor den Bildschirm hängen, den immer auf und zu ziehen, wenn man die Homepage wechselt, und zwischendurch auch mal ganz runterfahren, das große Licht an und applaudieren. Oder wir geben den Schauspielern QR-Codes auf die Kostüme, an denen der interessierte Zuschauer den Beziehungsstatus ablesen kann. Ich würde gerne, auch schon während ich noch Theater spiele, zu einem Drink eingeladen werden. Oder aber das Theater zeigt Ihnen, wie lang ein neunstündiger ‚Faust‘ wirklich ist und wozu Entschleunigung gut sein kann. Theater macht ein Geheimnis aus dem, was dort passiert. Man muss zum Insider werden, selber hingehen, um zu erfahren, was dort los ist. Aber wie bringt man Leute dazu, das spannend zu finden? Wir brauchen Lockmittel, neue Kanäle und neue Ideen – auch und gerade von denen, die zur anderen Community gehören. Und damit zurück zur Initiative des Bühnenvereins.“

Irritierend ist das Bild von Theater, das aus vielen Konzepten spricht. Wir blicken ästhetisch ins Theatermuseum des 17. bis 19. Jahrhunderts: rote Samtvorhänge, dorische Säulen, ernstes Pathos einerseits, andererseits Harlekine und Wanderbühne, die ein Schauspielerleben wie beim Zirkus suggerieren. Theater als kurzweiliges Straßenfest. Was bedeutet aber Theater im 21. Jahrhundert? Es versucht den Erfahrungsraum, der sich auf der Bühne öffnet, in den Zuschauerraum zu verlängern. Dafür muss es alle Register ziehen, die auf den Bühnen inhaltlich, ästhetisch und technisch zur Verfügung stehen. Es muss nach einer gemeinsamen Sprache suchen, insofern es verstanden werden will in der angehenden Netzgesellschaft.

Was haben uns der Wettbewerb und die Präsentation folglich, neben interessanten Anregungen und einigen innovativen Ideen, gebracht? Was haben wir gelernt?



Foto: jovoto

Erstens: Das Theater hat in bestimmten Kreisen ein Imageproblem, und wir sollten mit alten und neuen Medien und auf allen Kanälen versuchen, dieses Bild zu korrigieren. Aber: Vieles, was vorgeschlagen und gewünscht wurde, ist längst Praxis (interaktive, partizipative Formate, mobile Bühnen, site-specific-theatre, Guerilla-Theater, niederschwellige Angebote). **Zweitens:** Wenn wir es ernst meinen mit der „gemeinsamen Sprache“ und „allen Registern“, dann beschränkt sich das Thema „Theater und digitale Medien“ nicht aufs Theatermarketing, es geht um eine künstlerische Auseinandersetzung mit dem, was die neuen Medien zu bieten haben (z.B. augmented reality, digitale Zuschauerpartizipation, Verbindung von Virtualität und Liveness), aber auch darum, auf dem Theater zu thematisieren, wie sich durch sie Gesellschaft und Wirklichkeit verändern. **Drittens:** Das was das Theater braucht, ist außerhalb des Theaters zu finden. Und gerade in der Grenzüberschreitung, in der Auseinandersetzung mit dem Anderen, dem anderen Medium, betreibt das Theater Selbstvergewisserung und findet selbstbewusste Antworten auf die Frage: Was kann das Theater, was nur das Theater kann?

BIRGIT LENGERS

Birgit Lengers leitet das „Junge DT“ und war maßgeblich an der Organisation von „Theater Inter-Action!“ beteiligt.



2 | Bernd Moss, Schauspieler am Berliner DT, leitet die Theaterpräsentation auf der „re:publica“ ein.

Twitter-Theater

Beobachtungen einer jungen Theatermacherin und Autorin auf der Blogger-Konferenz „re:publica“ im Allgemeinen und bei der Präsentation von „Theater Inter-Action!“ im Besonderen

Die Welt wohnt heute im Internet. Zumindest hängt sie da ne Menge rum. Soll das Theater also ins Internet gehen, um der Welt heimlich zuzuflüstern, dass drüben im großen Haus/ in den Kammerspielen/im Studio laut und schlau um sie gekämpft wird? Oder soll das Theater lieber vorsichtig rüberlunzen und gucken, was das Internet so viel cooler macht und sich dann einfach etwas um-stylen? Und reicht das dann?

Die Intendantengruppe des Deutschen Bühnenvereins wollte mit dem Internet mal unter vier Augen sprechen. Wir müssen die Liebe der Welt nämlich zurückgewinnen. Conradin Mach-Sonnenberg, der Macher der creative crowd-sourcing-Plattform *jovoto.com*, lädt die bisher eher Internet-scheue Theaterfront ein, im Internet selbst zu fragen, was da denn los ist.

Bei *jovoto* stellt ein Unternehmen eine Frage oder Aufgabenstellung an über 30 000 Kreative gleichzeitig. Werber, Produktdesigner, Architekten, Konzepter. Die reichen dann Ideen ein, bewerten die der anderen und schlagen Verbesserungen vor. 31 freundliche Tage verbrachten die Ideen und Ideengeber gemeinsam auf der Plattform und kämpften um die Gunst der Community. Am Ende gab es ein Ranking. Der erste Platz erhielt 1 000 Euro, der Achte immerhin noch 250. Kaufen muss man die Ideen separat. Das Theater will sich also die Karten legen lassen und

wirft die Masterfrage nach dem „Theater der Zukunft“ in die kreative Manege. „Wie muss ein Theaterstück kommuniziert und inszeniert werden, um die Stadt und insbesondere das junge Publikum anzusprechen und zu involvieren?“

Präsentiert wurden die Ergebnisse auf der *re:publica* in Berlin. Die *re:publica* ist eine internationale Konferenz über digitale Gesellschaft und soziale Medien. Ein spannender Ort mit interaktiven „Sessions“ von „Speakern“ aus der ganzen Welt. Es geht um Partizipation, Kreativität, Kommunikation, Politik und Zeitgeist. Auf deutsch und englisch, selbstverständlich.

Nach drei Tagen *re:publica* behauptete ich: Die Besucher der *re:publica* sind aus dem selben Holz geschnitzt wie die Besucher, die das Theater noch hat. Interessiert, offen, klug und gesellig. Mein Kopf schüttelt sich schwindelig, dass diese beiden gleichen Brüder sich so ignorieren. Die Theater-Präsentation war kaum besucht. Vielleicht, weil es draußen gerade Sonnenuntergang bei Freibier gab. Vielleicht, weil nebenan Bloggerpapst Sascha Lobo seine „Rede zur Lage des Internets“ vor einer aufmerksamen, twitternden Menge abhielt. *Twittern*. Ungewohnt und neu für meine Sehgewohnheit: Einer redet vorne – alle anderen hören zu und tippen auf ihren Smartphones. Meine intuitive, innerliche Reaktion: Pikiertheit. Während eines Vortrags in der ersten Reihe eine sms schreiben ... – Wie seid ihr denn drauf?

Aber – stimmt gar nicht! Man twittert, was man gerade sieht und was man darüber denkt. Man tritt in Kommunikation, ohne zu stören. Mit den Ohren hört man zu, mit den Zeigefingern zwitschert man nach draußen. Mehrere Kommunikationsstränge laufen nebeneinander her – funktioniert wunderbar. Man könnte jetzt über Reizüberflutung, Stress und das Kreuz mit der Über-Information sprechen. Kann man aber auch lassen.

Wenn die Session vorbei ist, verlasse ich den Saal und finde unseren ganzen Twitterstrom auf einer Wand im Foyer. Ich kann meine Worte – und die aller anderen – nachlesen. Und mir fällt auf: Das haben wir gerade wirklich, wirklich, wirklich gemeinsam erlebt. Ich freue mich. Dieses Sichtbar-werden von Gemeinschaft könnte sich das Theater vom Internet schon etwas ablunzen, finde ich. Die Welt liebt eh, wen sie will.

BIANCA PRAETORIUS

Texte von Bianca Praetorius zu „Theater Inter-Action“ sind unter „Thema des Monats Mai“ auch auf www.die-junge-buehne.de zu lesen. Dort finden sich auch Videos, ebenso unter „Leseprobe“ auf www.die-deutsche-buehne.de.