

FÖRDERRUNDE 1 – 2016 – PRODUKTIONSFÖRDERUNG

Made for Love

Berlin, Oktober 2016

Monster Truck

Das Ziel des Projekts war es, sich mit dem weiten Feld des Genres: „Objekttheater“ auseinanderzusetzen. Ging es bei vorangehenden Arbeiten der Gruppe Monster Truck eher darum, Subjekte (vermeintlich bzw. ironisiert) zu objektivieren, wollten wir für „Made for Love“ Objekte subjektivieren, indem wir Dingen Rollen zuweisen, die eine Geschichte erzählen. Hierbei sollte das gleiche Publikum angesprochen werden, das sich für die Arbeiten von Monster Truck im Bereich der Theaterperformances interessiert, im besten Fall jedoch noch neue ZuschauerInnen aus dem Feld des Figuren/Objekttheaters dazugewinnen. Ausgehend von einer kleinen Arbeit (ca. 15 Min.) im Theater Rampe Stuttgart im Winter 2013, bei der Pflanzen Romeo und Julia von Shakespeare „spielten“, wollten wir die gleiche Strategie mit Alltagsgegenständen wie einer Shampooflasche und einer Milchtüte anwenden. Über die Probenarbeit stellten wir jedoch fest, dass der Witz, dass einem Gegenstand eine Rolle und Emotionen zugeordnet wird, nicht allzu lange trägt, wenn es sich um ein abendfüllendes Stück handelt. Auch Versuche, uns in eher „klassischem“ Puppen/Marionettenspiel zu versuchen, verliefen eher unbefriedigend. Somit änderten wir die Ausgangsidee, indem wir nicht die konkreten Gegenstände verwendeten, sondern Abbilder davon und über den Vorgang des Plakatierens, eine Zeitachse die einzelnen Fotos verband. Das Format des Plakats schien uns auch passend, da es eine typische Präsentationsform von Konsumgütern in der Werbung ist und sich mit dem Motto des Favoriten-Festivals („Blendwerke“) gut ergänzte.

Wenn es eine starke Idee gibt, die das Stück tragen soll, bzw. muss, macht es evtl. Sinn, die Proben aufzuteilen. Z.B. zwei Wochen Proben, um die Idee zu überprüfen und dann z.B. einen Monat Pause und dann noch mal einen Monat/sechs Wochen Proben. Einfach, weil sich oft das virtuelle Konstrukt, was man ja im Kopf hat, bei der praktischen Umsetzung oft nicht so einlöst wie gedacht. Und dann hat man noch Zeit, um daraus Erkenntnisse zu ziehen und das Konzept dahingehend zu ändern, ohne gleich in Panik zu verfallen, weil die Premiere immer näher rückt. Das wollen wir in Zukunft z.B. uns angewöhnen. Bei „Made for Love“ war das der Fall, dass wir mit dem Ursprungskonzept nicht weiterkamen, zum Glück aber insgesamt recht viel Probenzeit einkalkuliert hatten und im Ringlokschuppen Mülheim sehr gute Bedingungen hatten. Durch den Umstand, dass man immer ein Konzept braucht, um Gelder zu beantragen, ist das das erste was für ein Projekt passiert. Daher scheint es uns wichtig, sich schon im Vorfeld dagegen abzusichern, wenn die Theorie an der Praxis scheitert und einen Freiraum einzuplanen, auch die Grundidee komplett neu zu denken.

Das Stück kam beim Publikum (trotz oder gerade wegen des langatmigen Aufbaus der Geschichte) sehr gut an und wurde mit einem der Hauptpreise beim Favoriten-Festivals ausgezeichnet. Daher sind wir sehr zufrieden mit dem Ergebnis und wollen das Stück verstärkt bei Festivals mit dem Schwerpunkt „Objekttheater“ präsentieren. Über die für das Stück erfundene Form haben wir eine neue Strategie ausprobiert, die wir in Zukunft weiterentwickeln wollen und ins in dem neuen „Genre“ weiter etablieren. In Berlin findet das Stück z.B. im Rahmen eines Objekttheater-Schwerpunkts statt, weitere Anfragen, z.B. vom Theater Bielefeld liegen vor. Es gibt auch Überlegungen, das Stück für einen Galerie-Kontext

FÖRDERRUNDE 1 – 2016 – PRODUKTIONSFÖRDERUNG

zu adaptieren, um die Schnittstelle zur Bildenden Kunst weiter aus zu loten. Auch das Format des Publikumsgespräch hat überraschend gut funktioniert, da durch die zerdehnte Zeitwahrnehmung der Zuschauer sehr auf sich zurück geworfen war und daher sehr unterschiedliche Assoziationen / Wahrnehmungen oder Empfindungen beschrieben wurde bei einer auf den ersten Blick doch sehr simplen Boy-meets-Girl-Story.