

Gesamtdokumentation

Sommersemester 2018

Burg Giebichenstein Kunsthochschule

Semesterprojekt mit der Oper Halle

Professor Vincenz Warnke und Johanna Richter

IN
HA
LT

Projektaufgabe	4
Berlin Exkursion	6-11
Workshop	12-16
Ergebnisse	18
Das ist Oper	22
» Prozess/ Entwurf	24
» Die Mini Oper	25
» Das ist Oper	26
#perfect	30
» Konzept	32
» Prozess	34
» Oper	36
Wo brennts?	42
» Recherche/ Prozess	44
» Installation	46
Wo spielt die Musik	50
» Erste Ideen	52
» Raus aus dem Haus	54
» Oper und EDEKA	56
» Und jetzt?	57
Applaus	58
» Danksagung	60

PR OJ EK T

In diesem Semesterprojekt soll etwas Aufsehenerregendes zum Thema „Oper Halle“ entworfen werden. Es geht um Bühnenräume, Gestaltung im öffentlichen Raum und die Verbindung von szenischer Kunst und Design. Je nach Gusto kann in diesem Zusammenspiel, neben der Realisierung von ganz freien Projektideen, auch darüber nachgedacht werden, wie man mit gestalterischen/ bühnenbildnerischen Mitteln die Menschen in dieser Stadt für diese wichtige kulturelle Institution begeistern und deren künstlerische Arbeit eindrücklich nach außen kommunizieren kann.

Für dieses außergewöhnliche Semestervorhaben lässt die Oper Halle zu Recherchezwecken alle Projektteilnehmer hinter ihre Kulissen schauen. Dabei kann in allen Bereichen gestöbert, nachgefragt und bei der Arbeit über die Schulter geblickt werden (Intendanz, Regie, Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit, Werkstätten: Ausstattung/ Requisite/ Maske/ Kostüm/ Beleuchtung/ Ton). Zudem findet in der ersten Kompaktwoche ein Workshop in der Oper mit dem Bühnen- und Kostümbildner und FAUST-Theaterpreisträger Sebastian Hannak statt.

Ob nach dieser intensiven Recherche- und Austauschphase spektakuläre Aktionen, bühnenhafte Installationen oder Kampagnen im öffentlichen Raum entstehen, im Haus selbst gestalterische Eingriffe vorgenommen werden, originelle Produkte, Kostüme oder gar ein mitreißender Kurzfilm etc. entwickelt werden, ist jedem Teilnehmer freigestellt. Sicher ist nur, dass es zur Jahresausstellung gemeinsam mit der Oper Halle eine fulminante „Uraufführung“ aller Ergebnisse geben wird!

EX KU RS ION

BERLIN

Im Schneeregen erreichte die Gruppe des Projektes OPER HALLE Ende März zu ihrem ersten Treffen das Konzerthaus in Berlin. Genau das richtige Wetter um sich drinnen von ersten Eindrücken der Opernwelt ein wenig verzaubern zu lassen.

Begonnen wurde der voll gepackte Tag mit einem Vortrag über das „virtuelle Konzerthaus Berlin“ und deren Ansatz, neue Medien zu nutzen um klassische Musik einem größeren Publikum zugänglich zu machen. Weiter ging es zu Oliver Proske von „Nico and the Navigators“, einem ehemaligen Studienkollegen von Prof. Warnke. Er erläuterte wie man, auch wenn man Industriedesign studiert hat, als Bühnenbildner arbeiten kann und stellte einige seiner vielseitigen Arbeiten vor. Als letzte Station wurde noch eine Führung der Komischen Oper Berlin durchlaufen, ehe dort eine Aufführung des Balletts „Duato/Shechter“ den Abend abrundete. Mit vielen neuen Eindrücken und Inspirationen konnte so ein bereichernder Tag in Berlin abgeschlossen werden.

EX KU RS ION

Virtuelles
Konzerthaus





Nico and the Navigators

(Oliver Proske)



EXKURSION

Komische Oper





WORKSHOP



1. Teil
mit Florian Lutz,
Ann-Kathrin Franke





WORKSHOP



2. Teil
mit Sebastian Hannak
und der Raumbühne

In der ersten Kompaktwoche des Semesterprojekts fand ein Workshop in der Oper mit Intendant Florian Lutz und dem Bühnen- und Kostümbildner und FAUST-Theaterpreisträger Sebastian Hannak statt. Dieser hatte in der vorigen Spielzeit gemeinsam mit Lutz die sog. „Raumbühne“ erarbeitet. Auch in der kommenden Spielzeit sollte dieses Format wiederbelebt werden und so erhielt die Projektgruppe einen exklusiven Überblick über Modelle und Konzept. Als Aufgabe an die Studenten galt es, hierfür Ergänzungen zu finden und eigene Ideen zum Thema Untergang mit einzubringen. Mit Florian Lutz wurden Baustellen und Wünsche der Oper besprochen und erste Thematiken wurden eingegrenzt. Das Operncafe wurde dabei genauer unter die Lupe genommen und ein gemeinsamer Entwurf für eine Neuauflage mit veränderter Zielgruppe entstand. Die Woche bot reichlich Nährboden und Ansatzpunkte für weitere Recherchen und diente als Sprungbrett um in das Semester zu starten.



WORKSHOP



Campusführung



2. Teil
mit Sebastian Hannak
und der Raumbühne





Sebastian zeigt uns seine Projekte

Opernbesuch „Aida“



Besuch der Kostprobe zu „Mein Staat als Freund und Geliebte“

ER GEB NIS SE

René Braun

DAS IST OPER

DAS
IST
OPER

DAS
IST
OPER

PROZESS/ ENTWURF



DIE MINI OPER

Ein Hocker; eine Bühne, zum sich Erheben und präsentieren, zum Unterhalten und Unterhalten werden. Der Hocker ist unscheinbar. Trägt fast jedes Gewicht und wird fast undankbar als selbstverständlich hingegenommen.

Doch kann er eigentlich so viel, er erleichtert uns den Zugang zu Schwer-ereichbarem, hilft uns an Stellen zu kommen, an die wir sonst nicht kämen.

Was passiert, wenn er auf einmal nicht mehr still ist, wenn er mit Tönen auf sich aufmerksam macht, wenn er lauthals sagt „Bravi bravissimo“?

Er bleibt weiterhin Diener und Knecht, rutscht aber ins Interesse und ist somit auch Oper.

Warum gibt es denn überhaupt die Oper als Haus und als Stück?

Irgendwann wollten Menschen mehrere Künste verbinden. Sie wollten ein Werk schaffen, welches durch Größe und Kraft wahrgenommen wird und hervorsticht.

Die ersten Opernstücke waren für ... für wen eigentlich?

Diejenigen, die Opern lieben und schätzen, würden vielleicht sagen, für das Publikum, für die Menschen. Andere würden sagen, für die Reichen, den Adel, die Oberen innerhalb einer Klassengesellschaft.

Was gesagt werden kann ist, dass in unseren mitteleuropäischen Kreisen die Oper wahrscheinlich für eine Mittelschicht und eine Oberschicht da ist. Es wäre vermessen zu behaupten, sie wäre für alle - vielleicht unter Umständen das Stück, aber das Haus?

Was mich an dem Thema interessiert - und hierbei ist Inhalt und nicht ein Stück oder das Haus gemeint - ist das, was die Oper ermöglichen kann. Sie kann kontrastieren, erheben, unterhalten, schmeicheln, berühren. Diese Punkte sind es, die ich im Fokus meiner Arbeit sehe.

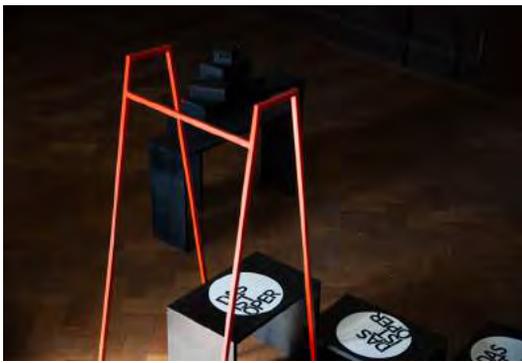
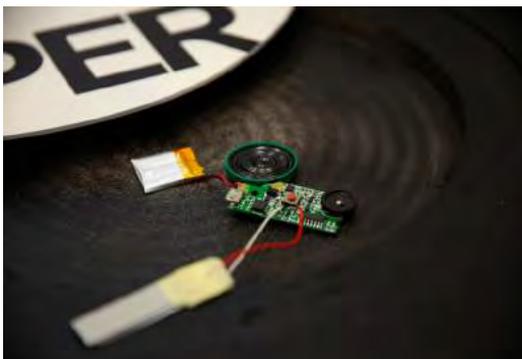
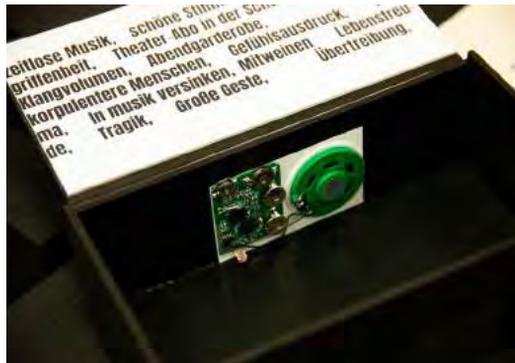
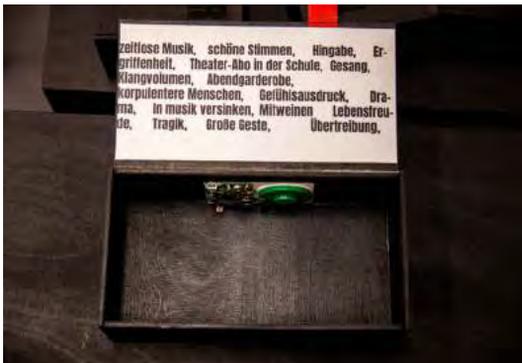
DAS IST OPER

DAS IST OPER ist eine Ausstellung

Diese behauptet, ohne konkret zu sein. Die Tritthocker sind Bühnen, die roten Gestelle Räume und die Boxen Objekte einer Inszenierung. Durch Klatschen werden wir gelobt, fühlen uns geschmeichelt und amüsiert. Das Betreten der Hocker lässt uns an Opern teilhaben und die Gestelle geben gleichzeitig Sicherheit.

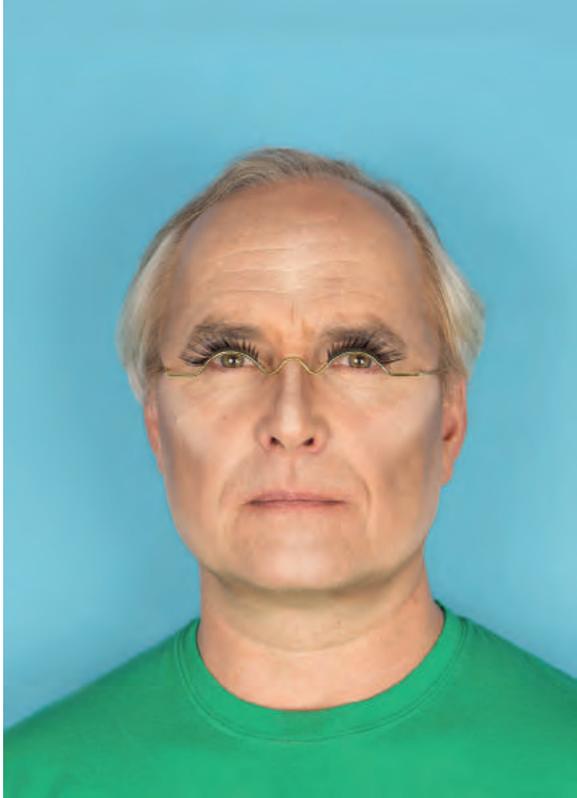
Was passiert mit jemanden, der auf eine Erhöhung tritt und dabei von Geräuschen überrascht wird? Welche Emotionen werden ausgelöst, wenn wir Texte lesen, die uns sagen, was Oper sein soll? Warum ist diese Inszenierung Oper?

Diese Fragen bleiben bei den Besuchern der Ausstellung und werden nur von ihnen, in sich oder aus sich heraus, beantwortet.



Paula Schinkel,
Marie-Luise Möller

#PERFECT



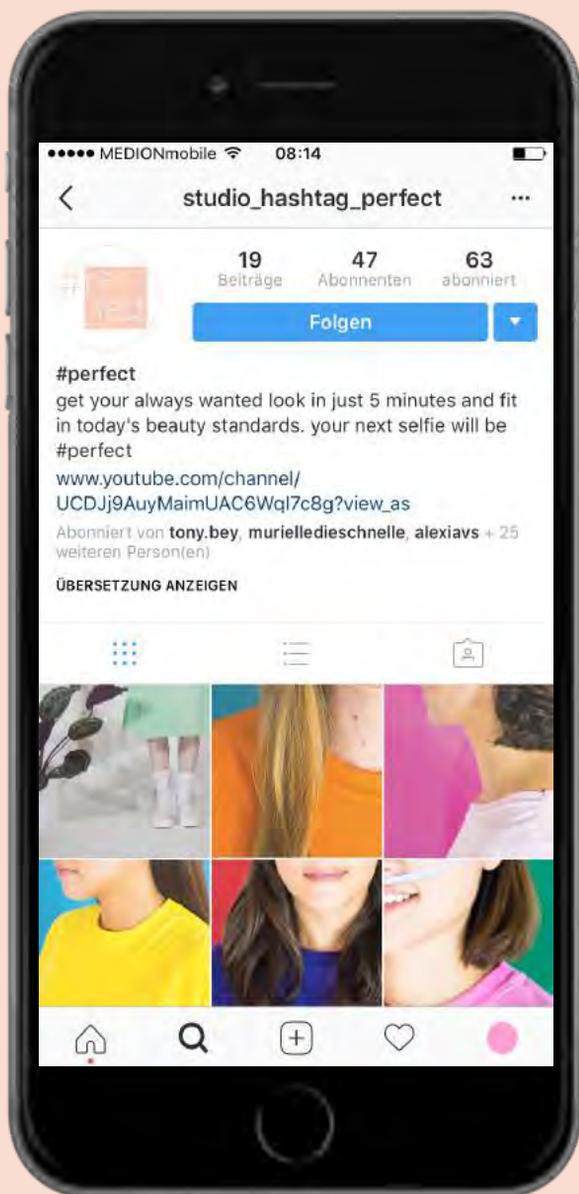


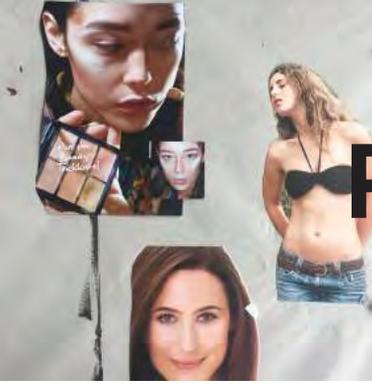
KONZEPT

Unser Projekt #perfect begann, als wir, inspiriert durch die ersten Gruppenbesprechungen mit Professor Warnke, Johanna Richter, Florian Lutz und Ann-Kathrin Franke, über Inszenierungen redeten. Was es eigentlich bedeutet, etwas zu inszenieren. Dass nichts nicht inszeniert sein kann, zum Beispiel. Daraus entstanden Überlegungen, wie sich vor allem junge Menschen darstellen. Soziale Medien spielen eine große Rolle in unserem alltäglichen Leben. Es ist schwer, sich ihnen zu entziehen. Wir sind selber ein Teil von sozialen Medien, beide auf Facebook, Instagram und anderen Plattformen unterwegs. Uns ist aufgefallen, wie sich größtenteils junge Frauen von Berühmtheiten wie Kim Kardashian, Demi Lovato, Stefanie Giesinger und anderen Selfiequeens beeinflussen lassen. Wir leben in einer Selfiekultur. Wir werden jeden Tag mit Bildern, Produkten und Werbung überschwemmt, die uns einbläuen, was wirklich schön ist. Wir haben allerhand nachgelesen und uns durch unzählige Instagram-Profile geklickt und dabei bemerkt, dass der Trend in Richtung, je unnatürlicher, desto besser, geht. Wir finden, dass das keine gute Entwicklung ist. Sich unters Messer zu legen, also sich vermeintlich schöner operieren zu lassen, ist fast so normal wie einkaufen, scheint es. Nicht nur Schönheits-OPs werden normaler, sondern auch starkes Schminken, das die Illusion einer vorgenommenen Operation erlaubt. Diese Feststellungen brachten uns dazu, Beauty Gadgets zu konzipieren, die genau diesen Schönheitswahn aufzeigen. Wir konzentrieren uns mit den Gadgets nur aufs Gesicht, obwohl sich der allgemeine Anspruch auf Schönheit auf den gesamten Körper bezieht.

Wir setzten uns als Rahmen, dass sich die gadgets vorerst nur an Schönheitstrends für Frauen orientieren. Die Gadgets nehmen fast operative Veränderungen im Gesicht vor, es sind gewissermaßen plastische Eingriffe, die stattfinden. Schöner werden die Trägerinnen und Träger keineswegs durch unsere Gadgets. Vielmehr entsteht eine Verunstaltung des Gesichts, womit wir auf die Unsinnigkeit und Absurdität des aktuellen Strebens nach Schönheit hinweisen. Wir bedienen uns an sozialen Medien - wir haben einen Instagram-Account, auf dem wir Bilder von den gadgets, sowie Models posten und einen Youtube-Kanal, wo es acht Videos über unsere Gadgets zu sehen gibt. Unter dem Namen STUDIO #PERFECT zeigen wir als Schönheitschirurginnen, wie es richtig geht, das perfekte Selfie.

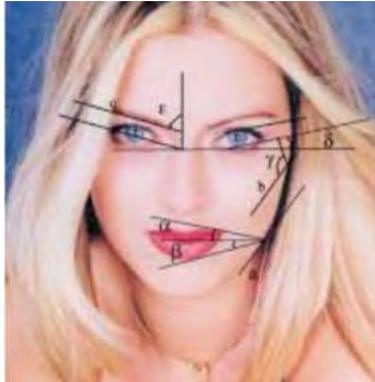
Unsere Kritik ist auf spielerische Art verpackt. Wir wollen unser Publikum durch Witz erobern und nicht mit erhobenem Zeigefinger einen Missstand vermitteln.





PROZESS





OPER

Die Gespräche mit Florian Lutz, Ann-Kathrin Franke, Sebastian Hannak und Mitarbeitern der OPER Halle waren aufschlussreich und inspirierend.

Wir hatten die Möglichkeit, Einblick ins Maskenbild zu bekommen. Wir besuchten das Maskenbild-Team für einen Nachmittag, durften über die Schulter schauen und Fragen stellen. Besonders spannend war für uns das Knüpfen von Perücken, sowie das Make Up, welches die Schauspieler auf der Bühne tragen. Marie durfte bei den Lichttechnikeinstellungen von dem Stück ‚Berenice‘ dabei sein. Auch dies war lehrreich und Überblick verschaffend. ‚Berenice‘ nimmt starken Bezug auf soziale Medien und die Selbstinszenierung einzelner Personen. Während des gesamten Stücks sind Leinwände mit Verläufen und Pinnwänden von Pinterest, Instagram und Facebook zu sehen. Die Schauspieler benutzen oft ihre Telefone und das Publikum kann verfolgen, wie Whatsapp-Chatverläufe entstehen oder ein Facebook-Account mit neuen Einträgen gefüttert wird. Bilder werden manipuliert und Falschinformationen geteilt. Durch die Thematisierung sozialer Medien im Stück ‚Berenice‘ wurden wir noch mehr in unserem Vorhaben gestärkt, Schönheitsstandards auf Instagram und co. zu demaskieren und in beauty gadgets umzuwandeln.

Zusätzlich entstand eine Fotoreihe mit sechs Mitarbeitern der OPER Halle, die unsere beauty gadgets tragen. Die Fotos wurden von uns aufgenommen. Die Bilder sind im Operncafé aufgehängt.



8 GADGETS
8 MODELS
8 VIDEOS
∞ BILDER
1 YOUTUBE-KANAL
1 INSTAGRAM-ACCOUNT

Die Augenbrauenbrille



Der Doppelkinnentferner



Der Stupsnasenwinkel



Der Zahnpastälächelhänger



Die Sommersprossencap



Die Wimpernbrille



Die Lippenlupe



Der Ohrenanleger



Thekla Liebmann

WO BR EN NTS ?

Im Boxen zeigt sich die Urdramaturgie des Lebens.
Zwei halbnackte Männer auf einer Bühne im Scheinwerferlicht
kämpfen um Macht, Frauen, Geld und Überlegenheit.

Sigi Bergmann, Sportreporter-Legende



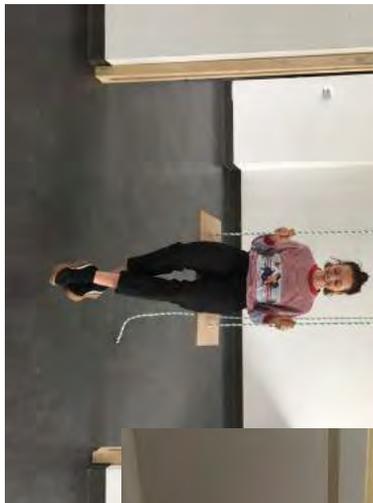
RECHERCHE/ PROZESS



Zuschneiden der Polsterplane



Papiermodell



Stopfen des Boxsacks



Schaumstoff für die Polster

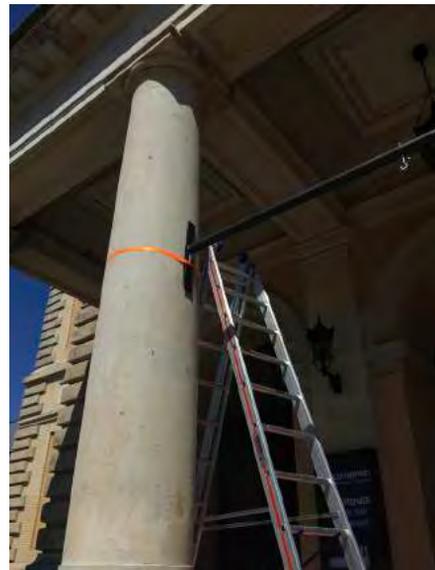


Sandsäcke zum Beschweren des Boxsacks



Die finale Installation besteht aus einem 2,90m langem Stahlrohr, welches auf zwei geschweißte Stahlträger gesteckt wird; zwei roten Schaumstoffpolstern und dem Boxsack. Für den Aufbau wird die Stange zuerst auf die Träger geschoben und dann mitsamt diesen zwischen die Säulen geklemmt. Um die Säulen vor Abreibung zu schützen werden zusätzlich Gummimatten unter die Träger geklemmt und dann zusammen mit jeweils zwei Zurrgurten an die Säulen gespannt. Im nächsten Schritt werden die 3,20 Meter mal 1,10 Meter großen Schaumstoffpolster, welche mit roter LKW-Plane bespannt sind, ebenfalls durch Gurte um die Säulen befestigt. Als letztes wird der Boxsack mit einer Stahlkette am, an der Stange verschraubten, Schaukelhaken aufgehängt.

45



INSTALLATION





Meine Installation ist eine Antwort auf die Kampagne der Oper Halle ALLES BRENNT zur Spielzeit 2016/17. Der Boxsack, zwischen den Säulen des Eingangsbereiches der Oper Halle positioniert, ist eine Einladung, jeglichen Emotionen freien Lauf zu lassen. Dem Frust, der überschwänglichen Freude, der Trauer oder dem kindlichen Übermut. Er macht dich frei vom Alltag, bevor du dich im Opersessel der Arie hingibst, er bespielt die Pause, klärt den Mitarbeiter-Groll, bietet dir seine Schulter an, wenn sonst gerade niemand da ist. Mit WO BRENNTS? versuche ich eine Brücke zu schlagen. Es geht darum, sich Gedanken zu machen, darüber, was eigentlich schief läuft, woher die Wut stammt, wie man sie formulieren und wie man selber aktiv werden kann. Es geht um Emotionen des Einzelnen und gleichzeitig um Probleme im größeren Kontext.

WO BRENNTS? ist eine rhetorische Frage, die keine Antwort verlangt.
 WO BRENNTS? ist eine Aufforderung, die eigenen Emotionen genauer zu betrachten.



Monika Hoffmann

**WO
SPIELT
DIE
MUSIK**

CHECKLISTE

MUSIK | Film

Technik organisieren

→ Handheld Test
Vibe

GoPros Test
Johann + Frankesche

Mikrofon + Test 2x?
- Lina

iPhone Menschen

(Paula, Marie, Johanna...)
Walter, Tony,

~~Edeka Technik checken~~
wird nix

Darsteller | Crew

Valencia

Robert

Schauspieler

Justus, Noemi

TShirts

Kamerakind

Vine

iPhone Menschen

Tony Marie

Paula Leki

Sänger

Probe

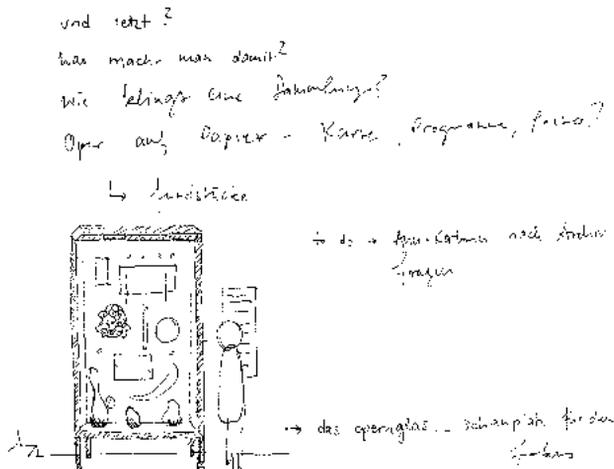
~~Akkordeuspieler~~

BOX!

ERSTE IDEEN

Zu Beginn des Semesters bestand der Wunsch, eng mit der Institution Oper zusammen zu arbeiten, um sich in ihre Denk- und Arbeitsstrukturen einfühlen zu können. Das Ziel dabei sollte sein, diese dann auf ein eigenes Projekt anzuwenden. Bei Erkundungen und Befragungen der Oper Halle stellten sich gleich zu Beginn die Themen Öffentlichkeitsarbeit und Interventionen im Stadtraum Halle als relevant heraus.

Eine erste Idee zum Thema Öffentlichkeitsarbeit war hierbei bspw. das Erarbeiten eines Kurationsformats im Vorderhaus der Oper. Dieses sogenannte „Opernglas“ sollte Besuchern durch das Ausstellen von Fundstücken aus dem Arbeitsalltag verschiedener Bereiche des Hauses einen Einblick hinter die Kulissen bieten. Zum einen, da Führungen durch das Opernhaus und die Werkstätten chronisch ausgebucht sind, und zum anderen, um eine Plattform für die Dinge zu geben, die in Vergessenheit geraten sind.





RAUS AUS DEM HAUS

Der Gedanke eine Arie im Edeka zu inszenieren kam schon sehr früh im Bezug auf mögliche Intervention im Stadtraum auf, wurde aber erst nach einer Recherche zum Thema „Guerrilla-Theater“ wirklich ernsthaft in Erwägung gezogen. Das Format des „Guerrilla-Theaters“ entstand in den 60er Jahren in den USA im Zuge der Beatnik- und Hippie-Bewegung. Oftmals wurden dabei sozialkritische Stücke, teilweise improvisiert, im Kontext von Demos inszeniert. Die Nutzung des öffentlichen Raumes war hier als Protest zu verstehen, nachdem Theatertruppen das Aufführen ihrer unkonventionellen Stücke in öffentlichen Parks verboten wurde.

Im Falle der Oper Halle sollte das Ziel solcher Aktionen weniger ein politisches oder soziales Statement sein, sondern mehr eine Veranschaulichung der Magie der Oper und deren Relevanz im alltäglichen Leben. Auch kann so die Materie des Musiktheaters einem noch nicht opernversierten Publikum näher gebracht werden. Hierbei sollten die Wahl des Ortes und die Wahl der gespielten Szene mit dramaturgischem Anspruch aufeinander abgestimmt werden um einer „Flashmob-Ästhetik“ entgegen zu wirken.



diverse om kino!

straßenbahn

hof

[celika]

kneipe

bürgeramt

neurochirurgie

versicherung

[brüssel → regieren
afrikaner]

OPER UND EDEKA

Letztendlich ist im Verlauf des Semesters, in Zusammenarbeit mit einigen Mitarbeitern des Hauses, das Format einer Öffentlichkeitskampagne für die Oper Halle entstanden. Die Arie im Supermarkt hatte sich durchgesetzt. Eine erste Probe in der Straßenbahn mit Theaterstudenten des Neuen Theaters half hier die Reaktionen des Publikums einschätzen zu können. Die Inszenierung des „Frühlingstraums“ von Schubert wurde im Edeka Eckert Halle mit insgesamt drei GoPros, fünf Handykameras, einer professionellen Kamera, zwei Darstellern und einem Sänger der Oper umgesetzt.



UND JETZT?

Es wären noch viele Varianten und Weiterführungen denkbar. So könnte die Oper mit relativ spontanen Interventionen im Stadtraum, und dem Teilen davon auf ihren sozialen Plattformen, Stücke ihrer aktuellen oder kommenden Spielzeit bewerben. Man stelle sich nur vor, man säße im Kino, die Vorschauen sind gerade gelaufen und plötzlich erhebt sich ein Teil des Publikums und entpuppt sich als Orchester der Oper. Oder man läge an einem Sommertag im Freibad Saline und auf den Sprungtürmen begänne das Ballettensemble auf einmal mit einer Darbietung seines Könnens.

Würde so etwas zum festen Bestandteil des kulturellen Lebens in Halle, wer weiß, vielleicht wäre man wieder ein bisschen wachsamer und bewusster im öffentlichen Raum unterwegs.

Und ginge öfter in die Oper, um den Vorgeschmack in der Stadt dann in voller Pracht im Opernhaus zu erleben.



AP

PL

AU

S

Das gemeinsame Projekt mit der Oper war voller neuer Erfahrungen und zu sehen, dass das Projekt zu einer weiteren Zusammenarbeit zwischen Oper Halle und Burg Giebichenstein geführt hat zeigt, wie wichtig der Austausch kreativer Institutionen für eine Stadt ist. Wichtig für eine solche Zusammenarbeit, vor allem auf dieses Semesterprojekt bezogen, ist, dass man in realistischen Maßstäben denkt und beide Seiten aufeinander zu- und eingehen. Für uns alle war es das erste Projekt, welches im direkten Austausch mit dem Auftraggeber entstanden ist und es war sehr angenehm, da uns zu keiner Zeit das Gefühl eines Dienstleisters vermittelt wurde. So, wie wir von der Zusammenarbeit profitiert haben, hat auch die Oper neuen Input erhalten.

Wir danken der OPER HALLE ganz herzlich für die großartige Unterstützung und den intensiven und sehr inspirierenden Austausch!

Unser besonderer Dank gilt dem Intendanten Florian Lutz, dem Chefdramaturg Michael von zur Mühlen, der Assistentin der künstlerischen Leitung Ann-Kathrin Franke, allen weiteren beteiligten Mitarbeitern der OPER HALLE sowie dem Bühnen- und Kostümbildner Sebastian Hannak.



