

ANLEITUNG & RATGEBER
IN 10
SCHRITTEN
ZUM EIGENEN
ESS-THEATER

VON RENATO SALVI

ANLEITUNG & RATGEBER

**IN 10 SCHRITTEN
ZUM EIGENEN
ESS-THEATER**

VON SALVI RENATO

© 2022, Renato Salvi

Dieser Ratgeber wurde von Renato Salvi verfasst. Einige der darin genannten Tipps, Ideen, Hilfeleistungen und Beispiele wurden zum Teil von ihm selber ausprobiert und basieren auf persönlichen Erfahrungen. Die darin genannten Hilfsmittel, Tricks und Tipps sind nicht neu, aber in der Realität hilfreich und üblich erprobt. "In 10 Schritten zum eigenen Ess-Theater" soll als Inspiration, Motivation und Unterstützung verstanden werden und ausschließlich dazu dienen, auf Fragen eine Antwort zu erhalten. Dieses Buch erhebt nicht den Anspruch, Gendergerecht zu sein. Die sächliche Schreibweise konnte nicht überall zur Anwendung kommen. Tipps und Links zu Produkten, technischen Hilfsmitteln oder Internetseiten sind Vorschläge und in keiner Weise als Werbung für Produkte gedacht. Renato Salvi nutzt diesen Ratgeber nicht zum Affiliate-Marketing für Produkte Dritter.

Salvi Renato
An der hohlen Gasse 14
4058 Basel (Schweiz)

www.renatosalvibasel.com

***„ICH HÄTTE MIR DAMALS VOR 35 JAHREN GEWÜNSCHT,
JEMAND HÄTTE SO EINEN RATGEBER GESCHRIEBEN. DAS
HÄTTE MIR VIEL MÜHE ERSPART“***

WIESO UND WARUM

Liebe Leserin, lieber Leser

Ich werde dich in diesem Ratgeber duzen. Vielleicht werde ich dich nicht immer so ansprechen, wie du es wünschst.

Meine Worte konnten nicht immer geschlechtsneutral formuliert werden. Dafür möchte ich mich entschuldigen und bitte um dein Verständnis. Wir Theatermacher sitzen alle im selben Boot. Egal ob Frau, Mann oder Divers. Die oft widrigen Umstände mit denen wir zu kämpfen haben, machen keinen Unterschied vor unserem Geschlecht. Das verbindet uns. Darum will ich dich duzen.

Du machst bereits Theater? Du stehst kurz davor? Du planst es in ferner Zukunft? Egal. Dieser kleiner Ratgeber habe ich als Anleitung und Ideenlieferant geschrieben. Aus eigener Erfahrung weiss ich, wie wohltuend es sein kann, wenn man erfährt, nicht der einzige mit einem Problem zu sein.

Alles was ich dir hier in diesem Buch offenbare habe ich selber erlebt, ausprobiert oder durchgeführt. Es ist die Essenz aus 35 Jahren Erfahrung als Theatermacher, Autor, Regisseur und Produzent. Oft habe ich grobe Fehler begangen, die ich dir ersparen möchte. Warum solltest du die selben Fehler begehen, wenn ich bereits erfahren habe, wie man sie vermeiden kann?

Selbstverständlich erhebe ich keinen Anspruch darauf zu wissen wie man etwas macht und wie man es anpacken muss. Ich bin kein Besserwisser. Ich glaube nicht, das Rezept für Erfolg zu kennen. Ich besitze lediglich ein paar „Gewürze“ mehr als vor 35 Jahren als mein Theaterleben begann. Mit dieser Anleitung „In 10 Schritten zum eigenen Ess-Theater“ öffne ich dir meinen „Gewürzschrank“.

Bediene dich!

1.

AUSGERECHNET ESS-THEATER

In diesem Ratgeber fokussiere ich mich „nur“ auf das Konzept „Ess-Theater“. Das mit gutem Grund. Ich erachte diese Form des Theaters als praktikabel. Sie ist zu 100% umsetzbar, bezahlbar und durchführbar.

Im Gegensatz zu abendfüllenden Theaterproduktionen benötigst du für die Realisierung eines „Ess-Theaters“ oft kein Bühnenbild, weniger Requisiten und grundsätzlich viel weniger Technik. Alles grosse Kostenfaktoren. Auch wenn du ein Ess-Theater günstiger produzieren kannst, leidet die Qualität nicht darunter. Bei der Inszenierung eines „Ess-Theater“ gehst du genau so vor, wie bei einem abendfüllenden Bühnen-Werk. Der Unterschied liegt lediglich daran, dass es in einem Restaurant (oder einem Restaurant-Saal) spielt und das eigentliche Stück ungefähr eine Stunde des Abends einnimmt. Der Rest ist Essen.

„ESS-THEATER IST ZU 100% UMSETZBAR UND BENÖTIGT VIELE KOSTSPIELIGEN DETAILS NICHT.“

Deine Partner für eine Ess-Theater-Produktion sind keine Theaterdirektoren, oder Veranstaltungs-Saal-Vermieter, sondern Gastronomen. Restaurateure. Wirte. Eine Branche, die wir alle gut kennen, halten wir uns doch gerne in Restaurants auf.

Essen, Trinken, Geselligkeit. Drei Dinge die zusammen gehören, wie die drei Musketiere. Und wie Aramis die drei

Musketiere als viertes Musketier ergänzte kommt nun zum Essen, Trinken und der Geselligkeit das Theater dazu.

Gastronomen haben meist ein grosses Interesse daran, wenn du sie mit deiner „Ess-Theater“ Idee konfrontierst. Als Partner von dir wissen sie genau, dass du mit deinem Stück Menschen in ihr Restaurant lockst. Gastronomen sind Unternehmer. Unternehmer können rechnen. Sie werden dir ihre Kalkulationen schonungslos unter die Nase halten. Dabei werden sie versuchen, das beste für sich aus der Sache rauszuholen. Das solltest auch du tun. Eine Ess-Theater-Produktion ist keine Einbahnstrasse. Es geht nur gemeinsam. Wenn jeder der beiden Parteien für sich alleine kämpft, wird niemand gewinnen.

Beim Ess-Theater ist schon vieles vorhanden, was bei einer herkömmlichen Theaterproduktion aufwändig hergestellt werden muss. Die Kulisse, der Restaurantsaal, ist bereits vorhanden. Mit kleinem Aufwand lässt sich ein Ess-Theater durchführen. Für Beleuchtung ist oft auch schon gesorgt. Die Gäste kennen das Ambiente „Restaurant“ und erwarten keine „Theaterszenerie“, weshalb auf vieles verzichtet werden kann, was bei einer „normalen“ Theaterproduktion zum Standart gehört.

Aber egal ob ein Ess-Theater oder ein abendfüllendes Stück. Im Grunde wird deine Motivation eine Ess-Theater-Produktion durchzuführen die selbe sein, wie die, die mich immer angetrieben hat: Menschen unterhalten.

2.

DAS STÜCK ZUM GLÜCK

Am Anfang steht das Stück. Ohne ein Theaterstück kein Theater. Auch kein Ess-Theater. Der Auswahl des Stückes solltest du also grosse Aufmerksamkeit widmen. Gib dich dabei nicht zu schnell zufrieden. Ein Stück ist dann perfekt, wenn es dich beim Lesen von der ersten Seite bis zum Schluss erfreut, packt und unterhält. Wenn es dich erst ab Seite 35 begeistert frage dich, was deine Gäste von Seite 1-34 tun. Schlafen? Nein! Die Stückwahl ist einer der wichtigsten Punkte, wenn deine Produktion erfolgreich sein soll.

Beachte aber auch, dass wenn du ein Stück mehrfach liest, es an „Glanz“ verliert. Das ist normal. Du kennst das Stück ja bereits. Du kennst dessen Ablauf, die Wendungen und den Schluss. Es ist wie bei einem Witz. Wenn du ihn zum ersten Mal hörst, findest du ihn lustig. Nach dem zehnten Mal hören, aber nicht mehr! So ist es auch bei Theaterstücken. Darum: Erinnerung dich, wie du beim ersten Mal Lesen reagiert hast. Was hat es bei dir ausgelöst? Wie hat es dich gepackt? Was hast du dabei gefühlt? Das darfst du nie vergessen, denn sonst verwirfst du vielleicht genau das Hammer-Stück nach dem du es mehrfach gelesen hast. Das wäre schrecklich. Theaterverlage, die Theaterstücke anbieten gibt es viele. Im Internet findest du eine grosse Auswahl an Verlagen. Ich empfehle dir den Theaterverlag Plausus aus Bonn. Dort findest du auch meine veröffentlichten Stücke.

Ess-Theater-Stücke sind zwischen 40 und 60 A4-Seiten lang und sollten ungefähr 60-70 Minuten dauern. Schränke dich aber nicht ein! Lese auch abendfüllende Stücke. Mit an

Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit wirst du auch auf längere Stücke stossen, die sich für ein Ess-Theater eignen. Wichtig dabei: Ohne Erlaubnis des Verlages oder des Autors darfst du abendfüllende Stücke weder kürzen noch verändern. Diese sind urheberrechtlich geschützt und du willst deine Produktion sicher nicht mit einer Straftat beginnen. Fragen kostet nichts. Erkläre dem Verlag, was du vor hast und dass eine Kurzform des Stücks spielbar wäre. Solltest du die Erlaubnis zum Kürzen nicht erhalten, sitzen dort Profis, die bestimmt ein Alternativstück in der passenden Länge kennen.

„ESS-THEATER-STÜCKE SOLLTEN UMGEFÄHR 60-70 MINUTEN DAUERN, DER REST IST ESSEN UND TRINKEN.“

Bei der Auswahl des idealen Stücks solltest du unbedingt auch dein Zielpublikum ins Visier nehmen. Was wollen deine Gäste sehen? Was spricht die meisten Leute an? Was spricht dich an? Was ist gerade im Trend? Welche Themen bewegen die Menschen? Wo gibt es eine „Marktlücke“? Gibt es schon ähnliche Produktionen im nahen Umfeld?

Beobachte den Markt und analysiere ihn gut. Ich habe jeweils alle Veranstaltungskalender durchforstet um herauszufinden, ob in der Umgebung ähnliche Produktionen stattfinden. Es macht kein Sinn, wenn in deiner Region zur selben Zeit vier Ess-Theater-Krimis abgehalten werden. Wenn du dann mit einem Ess-Theater-Musical kommst, sieht das Ganze wieder anders aus. Geh ins Netz und schaue dir an, was in den nächsten Monaten bei dir alles veranstaltet wird. Das klingt trocken und wenig künstlerisch, ich weiss. Leider ist es aber unbedingt notwendig, vor allem dann, wenn du mit deiner Produktion auch auf kommerzieller Ebene erfolgreich sein willst.

3.

BEARBEITEN, ABER RICHTIG

Du hast dein ideales Stück gefunden? Der Verlag gibt dir die Aufführungsrechte? Gratuliere. Hast du auch geklärt, ob du das Stück auf deine Produktion anpassen darfst? Das ist wichtig! Jede Veränderung, die du am Stück vornimmst - ich wiederhole mich - muss zuvor mit dem Verlag geklärt werden.

Veränderungen sind allerdings meistens nötig. Selten kann man ein Stück so spielen, wie man es vom Verlag bekommt. Das hat seine Gründe. Vielleicht wurde das Stück vor 40 Jahren geschrieben. Darin spielen womöglich defekte Festnetz-Telefone eine Rolle. Der Kommissar kann seine Kollegen nicht verständigen, weil das Telefon defekt ist und es noch keine Handy's gab. Das wäre im Jahr 2022 wenig glaubhaft, oder? Da muss man Anpassungen vornehmen. Aber nochmal: Immer nur, wenn der Verlag es erlaubt.

Beim Bearbeiten eines Stückes können aber viele Fehler geschehen. Daher gilt: Vertraue grundsätzlich dem Stück. Ein Autor hat sich monatelang über jede Zeile, jeden Satz und jeden Handlungsstrang den Kopf zerbrochen. Er hat geschrieben, verworfen, geändert und optimiert. Lag nächtelang wach, bis er schliesslich den passenden Einfall hatte. Wenn du nun denkst, du musst jeden Satz ändern damit das Stück gut wird, dann hast du vielleicht das falsche Stück gewählt!

„WENN DU GLAUBST, JEDEN SATZ ÄNDERN ZU MÜSSEN, DANN HAST DU DAS FALSCHGE WÄHLT“

Bei einer Stückbearbeitung gehe ich so vor. Ich lese das Stück mehrere Male. So lange, bis ich es beinahe komplett auswendig aufsagen kann. Beim Lesen mache ich mir kleine Notizen in meiner Notizen-App. Ich nutze dazu immer Evernote. Evernote bietet für Autoren tolle Vorlagen und Checklisten. Aber du kannst deine Notizen selbstverständlich auch auf einem Blatt Papier erfassen oder mit einer anderen Notizen-App arbeiten.

Meine Notizen sind oft kleine Anmerkungen zu Namensänderungen. Städte sollten solche in der Nähe sein, Gasthöfe so heißen, wie die, welche das Publikum kennt. Kurz zusammengefasst: Eine Bearbeitung zielt darauf, Lokalkolorit einzubringen. Selten streiche ich ganze Passagen, oder Rollen. Nie verändere ich den Ablauf des Stücks, die Tonalität, die Dramaturgie. Sollte ich das wollen, dann wäre es einfacher, ein anderes Stück zu wählen, das meinen Vorstellungen gerecht wird.

Viele Jahre habe ich bestehende Stücke gewählt und sie dann für die jeweilige Produktion bearbeitet. Das funktionierte immer hervorragend. Bis der Zeitpunkt kam, an dem ich kein passendes Stück fand. An diesen Punkt wirst du auch irgendwann mal kommen. Ganz bestimmt. Da bleibt dir dann nichts anderes übrig wie mir damals: Selber schreiben!

4.

SELBER SCHREIBEN

Wenn du zu den Menschen gehörst, die der Überzeugung sind, Schreiben sei ein Talent, dann musst du nun unbedingt weiterlesen. Schreiben ist kein Talent. Es ist ein Handwerk. So wie kein Schreiner als Schreiner auf die Welt kommt und bereits des Talents wegen, die schönsten Bauernschränke schreinern kann. Es wird auch kein Autor geboren, sondern man entwickelt sich zu einem! Entweder aus einem inneren Drang heraus, schreiben zu müssen, oder aus Notwendigkeit. Bei mir war es bekanntlich die Notwendigkeit.

Menschen die Schreiben, egal ob sie Bücher verfassen, Gedichte, Zeitungsberichte oder Theaterstücke, mussten das erlernen. Vielleicht in Kursen, vielleicht in Studiengängen aber vielleicht auch durch Selbsterfahrung. Es wird dir vielleicht nicht auf Anhieb gelingen. Du wirst vermutlich nicht über Nacht das Stück der Stücke schreiben. Aber weisst du was? Es wäre möglich. Du musst es einfach tun! Mach es! Mache Fehler und lerne daraus. Versuch es nochmal und lasse dir Tipps geben. Suche dir Menschen, die es auch einfach so taten, die es versucht haben und es nun tun. Lese viele Stücke, auch wenn du gerade keines suchst. Analysiere, warum du dieses Stück gut findest. Was macht es für dich gut? Warum war das andere Stück nicht so gut? Finde heraus, welche „Gewürze“ es braucht, damit es schmeckt. Versuche es selber. Schreibe einen Dialog, den du so in einem perfekten Stück lesen möchtest. Versuch es immer und immer wieder. Von Satz zu Satz. Von Tag zu Tag. Von Theaterstück zu Theaterstück. Ich habe schon ein paar

geschrieben. Nie werde ich glauben es zu können. Trotzdem tue ich es immer wieder.

„Ich kann das nicht, dazu fehlt mir das Talent“. Eine beliebte Ausrede, wenn man den Aufwand scheut, den die Vorbereitungen zum Schreiben eines Theaterstückes mit sich bringen. Wenn du den ersten Satz in die Tasten haust, ist die grösste Arbeit bereits getan. Vor dem eigentlichen Schreiben, dem Formulieren und dem beschreiben der Szenerie stehen die Idee, die Recherche und eine Outline.

***„SCHREIBEN IST KEIN TALENT, ES IST EIN HANDWERK.
HANDWERK KANN MAN ERLERNEN.“***

Die Idee

Zuerst benötigst du eine Grundidee für dein Stück. Da es sich hier um einen Ratgeber zum Produzieren eines Ess-Theaters handelt, bleiben wir bei dieser Thematik. Wir nehmen mal an: Dein Ess-Theater- Stück spielt im Hier und Jetzt. Da die Gäste in einem Saal an ihren Tischen sitzen, spielt das Stück auch in diesem Saal. Somit hast du bereits das „Umfeld“ eingegrenzt. Dein Stück spielt also im „Milieu“ eines Restaurants. Das kann schon weiterhelfen. Dein Stück könnte vom Restaurant-Chef und seinen Angestellten handeln. Ebenso könnte sich die Handlung deines Stückes auch um andere Gäste im Raum handeln. Vielleicht eine Mafia-Familie, die zufällig auch hier ist. Natürlich könnte auch ausserhalb des Restaurants etwas geschehen sein, was nun hier im Speisesaal zum Thema wird. Schreib dir unbedingt alle Ideen auf, die dir in den Sinn kommen. Wichtig: Verwerfe nicht schon Ideen beim „Brainstorming“. Schreibe alles auf, auch wenn es dir im Moment doof oder blöd erscheint. Beim „Brainstorming“ ist alles erlaubt. Ganz egal wie realistisch oder utopisch deine Ideen sind. Völlig Wurst, ob deine Ideen je umsetzbar sind oder sich daraus was entwickeln lässt. Denn du weisst nie:

Am Ende sind es vielleicht genau diese Ideen, die dich weiter bringen.

Recherchieren

Danach kommt die Recherche. Ich weiss, das klingt nach Journalismus, ist aber auch ein wichtiger Teil beim Theaterstücke schreiben. Wenn ich eine grundsätzliche Idee für ein „Milieu“ und ein „Umfeld“ habe, beginne ich alles Mögliche darüber herauszufinden. Wenn sich meine Grundidee für ein Stück zum Beispiel im Banken-Milieu bewegt, muss ich möglichst alles über das Bankwesen wissen. Was gibt es da für Probleme, für Herausforderungen? Wo gibt es Konflikte? Was wären mögliche Lösungen dieser? Und so weiter. Mache dir Themenlisten. Alles zum Thema „Aktien“ oder „Bitcoins“ zum Beispiel. Auch hier gilt: Alles aufschreiben was im engsten und entferntesten Sinne mit dem „Milieu“ zu tun hat. Erst wenn du glaubst, alles über das „Milieu“ zu wissen, kannst du den nächsten Schritt tun. Bestimmt wirst du bereits beim Anfertigen der Liste inspiriert werden. Es werden dir „Figuren“ regelrecht zufliegen. Du wirst auf Konflikte stossen, von denen du nicht wusstest das es sie geben könnte. Konflikte sind positiv. Nicht im richtigen leben, aber in deinem Stück. Kein Stück ohne Konflikte. Wenn sich alle Figuren mögen, mit sich und der Welt zufrieden sind, keine Geheimnisse voreinander haben und alles durch die rosa Brille sehen, was sollen die Bitteschön miteinander reden? Konflikte bringen eine Handlung in Schwung. Konflikte bieten Stoff für Pointen und unerwartete Wendungen. Konflikte sind das Salz in der Suppe. Konflikte lassen das Publikum mitfiebern. Konflikte sind essentiell. Konflikte machen Spass!

Fahrplan

Dann beginne mit der Outline. Das klingt geschwollen, ist aber nichts anders wie ein Umriss des Stücks. Eine Fahrplan, wie dein Stück abläuft. Es gibt keine Regeln beim Geschichten erfinden. Du kannst mit dem Schluss beginnen, und dich dann Schrittweise zum Anfang hocharbeiten. Du

kannst aber auch einfach beginnen und eine Geschichte Schritt für Schritt erfinden bis zum Schluss. Alles ist erlaubt, was dir gefällt. Bei der Weiterentwicklung werden sich deine Ideen automatisch verändern oder gar wegfallen. Die Outline eignet sich hervorragend um auch zeitliche Abläufe zu definieren und zu verändern. Bei einer Outline spielt es keine Rolle, wie lange dein Stück sein wird. Es geht nur um eine Schritt-für-Schritt-Übersicht der Handlung. Zum Beispiel so:

AKT 1	Akt 2	Akt 3	Akt 4
Der Bankleiter ist als erster am Tisch er ärgert sich über seine Mitarbeitenden	Der Kommissar erscheint. Er kam von einer Party und ist leicht angetrunken	Eine Kommissarin erscheint. Sie vermisste den Kommissar auf der Party	Ein Mitarbeiter trank zuviel und plaudert Interna aus
Sekretärin kommt bringt eine Hiobsbotschaft	Er findet beim Toten eine mysteriöse Notiz. „Heute Abend 20 Uhr oder du bist tot“	Da sie Frau ist, ermittelt sie in eine andere Richtung	Die Sekretärin ist gar keine Sekretärin, sondern eine Mitarbeiterin der Bankenaufsicht
Langsam trudeln die Gäste ein	Wer wollte seinen Tod? Wer gewinnt, wer verliert?	Alles was der Kommissar kombiniert, kombiniert die Kommissarin gegengleich	Sie verschaffe sich so Einblick und die Machenschaften und wurde selber vom grossen Geld verführt
Der Ehrengast kommt und bricht tot zusammen	Die Sekretärin hatte ein Verhältnis mit dem Ehrengast, aber auch mit dem Bankleiter	Beide stellen aber fest: Da ging ein Aktienhandel schief	Der Tote war nicht tot, sondern das ganze stellte sich als „Inszenierung“ des Kommissars heraus.

Du siehst, die Infos der einzelnen Schritte sind grob und unfertig. Diese werden aber immer feiner und detaillierter, mit jeder Stunde und jedem Tag an dem du an deiner Handlung arbeitest. Dabei musst du nicht immer die unwahrscheinlichsten Wendungen oder Geschehnisse bedienen. Denke einfach. Die meisten Geschichten handeln von ähnlichen Dingen. Es geht oft um Liebe, Verrat, Geld, Eifersucht oder Neid. Ein Mann will Karriere machen, jemand anderer will es verhindern. Jemand hat einen 6-er im Lotto, aber leider den Schein nicht eingelöst. Ein Mann liebt eine Frau, die liebt aber einen anderen. Und so weiter.

„GENIESSE DIE ARBEIT DES SCHREIBENS. DU BRINGST FIGUREN AUF DIE WELT UND LENKST SIE DURCH IHR LEBEN.“

Eine Outline zu verfassen und daran zu basteln ist spannend. Man durchlebt die Handlung. Es ist fast so wie das fertige Stück zu erleben. Man gestaltet das Stück, ohne sich mit den Dialogen befassen zu müssen. Wenn du dann einen Stückablauf hast, der dir gefällt, dann inspiriert dich das so, dass du kaum das Schreiben vertagen kannst. So ist das bei mir. So wird es bei dir auch sein.

Bevor du mit dem Schreiben deines Ess-Theater-Stück beginnst, sei dir bewusst, dass du kein Stück schreibst das 120 Minuten dauert. Natürlich darfst du auf 120 Minuten schreiben. Wenn das Stück dann aber als Ess-Theater verwendet wird, musst du 60 Minuten streichen. Bedenke das, bevor du beginnst. Du kannst das Stück bereits vor dem Schreiben einteilen. Du weißt ja bereits, für das Ess-Theater bleiben dir rund 60 Minuten. Du weißt bereits wie viele Gänge es gibt. Nun weißt du wieviele Akte es geben kann und wie lange ein einzelner Akt dauern „darf“. Pro Akt also keine 20 Minuten Theaterstück. Pro Akt also rund 15-20 A4

Seiten. Dann wäge ich ab: Ist ein Vier-Akter die ideale Form oder bringe ich meine Geschichte auch in drei Akten unter?

„ÜBERASCHE DAS PUBLIKUM UND LASS ES NEUGIERIG IN DIE PAUSE.“

Drauflos schreiben

Dann beginne mit Schreiben. Auch wenn du nun weißt, wieviele Seiten ein Akt umfassen sollte, lasse dich davon nicht einschränken. Lass es fließen. Bei der Überarbeitung fällt sowieso das Eine oder Andere weg. Beim Schreiben sollen dir vor allem die Figuren wichtig sein. Es sollen Persönlichkeiten sein, die was zu sagen haben und ihre Positionen und Werte vertreten. Da die einzelnen Akte durch das Essen unterbrochen werden (oft 40 Minuten) achte darauf, dass die Akte mit einem „Knaller“ einem „Cliffhanger“ aufhören. Das Publikum soll mit was Unerwartetem in die „Pause“ gehen. Sie sollen neugierig darauf sein, wie es weiter geht. Beachte das bei jedem Akt und wenn es geht beim Schluss des Stückes. Zum Abschluss noch eine Wendung. Möglichst eine mit der niemand gerechnet hat. Das gelingt mir auch nicht immer. Aber ich versuche es jedes Mal!

Wie eine Geschichte, ein Theaterstück oder ein Film aufgebaut sein sollten, dazu gibt es viele Tipps im Internet. Es gibt auch dramaturgische Lehrgänge. Alles sehr spannend und interessant. Schau dir das einfach mal an und bedenke: Man kann es nach diesen Vorgaben tun, man kann es aber auch lassen.

Überarbeiten

Hast du die erste Fassung des Stückes vorliegen, dann schlafe mindestens eine Nacht darüber. Danach lese deinen Wurf in Ruhe durch. Mache dir wieder Notizen: Was ist nicht ganz

stimmig? Was ist komplett unverständlich? Welche Handlungen wirken gesucht und konstruiert? Danach überlege dir, was diese Probleme lösen könnte und bearbeite das Stück. Nun, da du es selber geschrieben hast, kannst du darin wüten und tun und lassen was du willst.

So machst du es mit der zweiten Fassung, mit der dritten Fassung und mit allen Fassungen, die noch folgen.

Irgendwann wirst du zufrieden sein. Dann heisst es wieder, darüber schlafen. Dann lese das Stück laut durch und versuche auch gleich die Rollen zu „spielen“. Da werden dir dann noch einige Sätze auffallen, die vielleicht schwer zu sprechen sind, oder nicht auf den Punkt kommen. Diese kannst du abermals ändern und danach liegt die Rohfassung vor.

Wenn es dein erstes Stück ist, das du geschrieben hast, dann finde jemand mit etwas mehr Erfahrung als du, der es liest.

Wenn du keinen kennst - mich kennst du nun - schicke mir das PDF deines Werks und ich werde dir meine Gedanken mitteilen.

Es ist noch nie ein Meister vom Himmel gefallen. Man muss auch nicht immer Meister sein, um etwas zu können. Wenn du dein Stück so schreibst, wie du es als Gast erleben möchtest, liegst du mit Sicherheit nicht so falsch.

Und sollten alle Stricke reisen: Lass dein Stück schreiben, oder suche dir eine Co-Autorin oder einen Co-Autor. Im Team lassen sich viele Dinge besser klären. Und wenn das auch nicht klappt, dann kannst du jemandem den Schreibauftrag erteilen.

5.

DER TATORT

Die Wahl des Auftrittsortes kann bedeutend sein. Deine Gäste erwarten einen Theaterabend mit einer überzeugenden Darbietung, aber auch einen Abend mit überzeugender Gastronomie. Suche dir also einen Partner, der sowohl über die nötige Infrastruktur verfügt, aber auch als beliebter Restaurationsbetrieb wahrgenommen wird. Notiere dir, was du als Gast von einer Lokalität erwartest, in der ein Ess-Theater stattfindet. Dabei kommst du vielleicht auf ähnliche Punkte wie ich:

- Genügend Parkplätze?
- Erreichbar mit dem öffentlichen Verkehr?
- Behindertengerecht?
- Bekannt für gutes Essen?
- Muss ich im Smoking dahin?

Danach kannst du dir als Veranstalter eine Liste machen. Was wäre dir wichtig, was dein Partner für Möglichkeiten bietet?

- Saal mit kleiner Bühne?
- Podeste vorhanden?
- Bühnenlicht oder Scheinwerfer vorhanden?
- Maximale Kapazität?
- Mögliche Spieltage? Einschränkungen?
- Werbemöglichkeiten? Newsletter, Aushang?
- Welche Partner hat mein Partner?
- Keine Miete für den Saal?

Eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Partnerschaft ist, wenn der Gastronom wie du Feuer und Flamme für ein gemeinschaftliches Projekt ist. Ich habe oft erlebt, dass

Gastronomen sehr wohl interessiert sind, ein Ess-Theater durchzuführen. Dabei ging es ihnen aber immer nur um ihren eigenen Profit. Ob ich dabei auf der Strecke liegen bleibe, war oft egal. Im nächsten Kapitel „Finanzen“ gehe ich dann noch etwas detaillierter auf diese Thematik ein.

„ES WIRD EINEN GASTRONOMEN GEBEN, DER DAS POTENTIAL IN DEINEM PROJEKT ERKENNT.“

Suche dir deinen Partner mit Sorgfalt aus. Einer der schnell mal was dazu verdienen will, darf nicht dein Partner sein. Er muss auch bereit sein, „investieren“ zu wollen. Ich meine damit nicht Geld, sondern Zeit. Ich würde es dir wünschen, aber bei der ersten Durchführung einer Ess-Theater-Produktion wirst du noch nicht jeden Abend einen übevollen Saal begrüßen können. Wie alles im Leben braucht auch das etwas Zeit. Es braucht Aufbau. So wie ein Pflänzchen in einem Beet, das optimale Erde, genügend Wasser, perfekte äussere Bedingungen und Zeit braucht um zu wachsen, so wird auch dein Ess-Theater-„Pflänzchen“ Zeit brauchen. Dein Partner muss das genau so sehen und dem gemeinsamen Projekt genug Zeit geben. Sei auch etwas skeptisch, wenn dein möglicher Partner keinen Blick ins Textbuch werfen will. Wenn ihm schlicht egal ist, was deine Theatergruppe für ein Stück spielt, welche Inhalte vermittelt werden und um was es im Stück überhaupt geht. Dann geht es ihm vermutlich weniger um euer Projekt, sondern vielmehr um seinen Zusatzverdienst. Ist deine Grundmotivation, die Durchführung einer erfolgreichen Ess-Theater-Produktion, die hohe Qualität der Darbietung und die vollste Zufriedenheit deiner Gäste, dann müssten dies auch die Ziele deines Partners sein. Wenn nicht, dann suche weiter. Es wird einen Gastronomen geben, der das Potential in deinem Projekt erkennt.

6.

DAS LIEBE GELD

Geld ist nicht alles! Um das liebe Geld sollte es auch nicht gehen. Ohne Geld gehts aber trotzdem nicht. Die Finanzen und der Umgang mit ihnen ist im normalen Leben schon nicht einfach. In der Kultur nicht etwas komplizierter und im Theater... naja. Darum ist es enorm wichtig, dass dein Ess-Theater von Beginn an realistisch geplant wird. Was ich mit realistischer Planung meine, möchte ich dir hier aus meiner Sicht, mit meinen gemachten Erfahrungen schildern.

Keine Angst, du musst kein Finanzgenie sein und ein Mathematikstudium absolviert haben. Es geht dabei lediglich um das Auflisten von realistischen Zahlen. Keine Zaubertricks, keine Schönfärberei, kein Selbstbetrug.

Mit Theater ein bisschen reich werden geht nur, wenn man davor schon sehr reich war! Geld verlieren sollte man aber dennoch nicht. Und das geht. Wenn deine Motivation, wie in Kapitel fünf behandelt nicht das Geld verdienen ist, dann hast du mit diesem Kapitel eh keine Probleme.

Beginne mit einer einfachen AUSGABEN/EINNAHMEN Auflistung. Ich mache dir hier gleich ein Beispiel. Dabei arbeite ich mit Zahlen, die ich dir dann später in diesem Kapitel noch genauer erläutern werde. Nun geht es einfach mal darum, einen erste, grobe Budgetplanung zu machen.

TITEL	EINAHME	AUSGABE
50% des Eintrittspreises, also 20 Euro pro Person, 30 Pax pro Abend x 10 Vorstellungen	6000	
Anteil Getränkeverkauf 30%	900	
Externe Sponsoren (Inserenten, Gönner, Partner)	1000	
10% Tantiemen an den Theaterverlag für die Rechte		600
Werbung (siehe mehr dazu im Kapitel 7) 30% der möglichen Einnahmen		1800
Für Kostüme und Requisiten		600
Gagen 100 pro Abend pro Protagonist (bei 5 Rollen) bei 10 Vorstellungen		5000
Öffentliche Hand	?	
TOTAL	7900	8000

In diesem Beispiel würdest du sehen, dass du 100 Euro draufzahlen müsstest. Nun kannst du dir überlegen, welche Massnahmen nötig sind, um einen Verlust zu verhindern.

Anzahl mögliche Gäste

Das oben gemachte Beispiel arbeitet mit Zahlen, die durchaus realistisch sein können. Mit einem gewillten Partner zusammen, der deine Produktion Proaktiv bewirbt und alle seine Kanäle nutzt, um darauf aufmerksam zu machen, sind

30 Gäste pro Abend durchaus realistisch. Je nach dem, wie sehr sich die Mitwirkenden darum bemühen, Gäste für die Produktion zu gewinnen, kann diese Zahl steigen.

Einnahmen durch Ticketverkäufe

Oftmals bezahlt der Gast einen Eintrittspreis. In diesem ist das Essen und die Darbietung inbegriffen (exklusive der Getränke). In diesem Beispiel würde der Gast 40 Euro bezahlen (inklusive 3-Gänge-Menü). Dir würden 50% dieser Einnahmen für die Produktion zur Verfügung stehen. Für 20 Euro wird der Gastronom allerdings kein 5-Sterne-Mahl mit Hummer und Kaviar bieten können. Gute Gastronomen wissen aber, dass sie ihr Geld eh mit dem Verkauf von Getränken verdienen.

„MIT THEATER KANN MAN NUR REICH WERDEN, WENN MAN DAVOR NOCH REICHER WAR.“

Anteil Getränkeverkauf

Es ist alles möglich. Es wird Gastronomen geben, die dir von ihrem Getränkeumsatz an den Ess-Theater-Abenden nichts abgeben wollen. Ihre Argumente werden sein: „Ich muss schon für so wenig Geld ein Menü zaubern“, oder „Ich musste noch Extra-Personal dazu mieten“, oder „Der Getränkeumsatz gehört alleine mir.“ Da musst du entscheiden, wie du das siehst. Ich sehe es so: Der Gastronom wird dir 30% des Umsatzes, den er durch Getränkeverkauf erzielt abgeben können. In diesem Beispiel sind 30% 900 Euro. Davon behält der Gastronom 70% also 2'100 Euro. Dazu erhält er 6000 Euro durch seinen Anteil an der Produktion, was dann 8100 Euro wären. In diesem Beispiel habe ich mit einer Getränkepauschale pro Person von 10 Euro gerechnet. Eher tief berechnet also. Je nach dem, wie einfallsreich der Gastronom ist (gute Weine, zum Apéro einen originellen Drink, zur Nachspeise Kaffeeköstlichkeiten, usw.) liegen da

viel mehr Verdienstmöglichkeiten drin. 30 Gäste pro Abend zu bedienen (ich habe auch mal in der Gastronomie gearbeitet) schafft man locker mit zwei Personen.

Externe Sponsoren

Damit meine ich Firmen oder Institutionen, die deine Produktion finanziell unterstützen. Da kannst du kreativ werden. Mit einem gut gestalteten Programmheft mit Inseraten kann man einige, auch kleinere Firmen, gewinnen. Die Möglichkeit auf einem Plakat oder Flyer ein Firmenlogo zu platzieren gibt es. Dass Familienangehörige mit einem kleinen Geldbetrag dein Projekt unterstützen, kann dabei helfen, das Risiko zu minimieren. Dabei sind deiner Fantasie keine Grenzen gesetzt. Wie viel „Werbung“ du an deinem Anlass möchtest, das liegt alleine in deiner Verantwortung.

Tantiemen

Hier rechne ich mit 10% der Bruttoeinnahmen durch Ticketverkäufe. Achtung! Deiner Bruttoeinnahmen durch Ticketverkäufe! Je nach Verlag können es aber auch 15% oder mehr sein. Das ist Sache des Verlags, was du auch nicht hinterfragen musst. Die Verlage setzen sich für die Rechte der Autoren ein. Wer mit einer geistigen Idee einer anderen Person Geld verdient, muss den Ideengeber entschädigen. Da du mit dem Verlag einen Vertrag hast, kennst du die Bedingungen vom ersten Tag deiner Planung an und kannst ihnen Rechnung tragen.

Werbung

Meistens rechne ich mit einem Drittel der möglichen Einnahmen, die für Werbung eingesetzt werden sollten. Je nach Einnahmen kann das viel sein, oder wie in diesem Beispiel eher „bescheiden“. Mit 1800 Euro macht man keine TV-Werbung. Eine grosse Weltformat-Plakat-Kampagne lässt sich damit auch sehr schwer umsetzen. Aber es gibt dir eine Richtung vor. Du musst gut überlegen, welche Werbeform du auf welchen Kanälen einsetzt. Mehr zu diesem Thema findest du in Kapitel 7 dieses Ratgebers.

Kostüme und Requisiten

Wann du dein Grobbudget machst, ob vor der Auswahl des Stückes oder danach, kann nicht unwichtig sein. Für Kostüme und Requisiten musst du vielleicht mehr einrechnen, wenn das Stück im Mittelalter spielt, oder in einem Raumschiff. Wenn es Hier und Jetzt im Jahr 2022 spielt, dann wird sich dieser Budget-Punkt eher klein halten lassen.

Gagen

Es gibt auch im Theater Richtgagen. Wer arbeitet soll fair entlohnt werden! Im Profitheater. Im Liebhaberbereich - ich gehe mal davon aus, dass du dich dort siehst - muss es aber nicht kostenlos sein. Im gemachten Budget-Beispiel habe ich mit 100 Euro pro Person pro Vorstellung gerechnet (bei fünf Mitwirkenden). Das liegt in deinem Ermessen. Das hat was mit Werten, Vorstellungen und den Möglichkeiten zu tun. Da gibt es kein richtig oder falsch. Sprich diesen Punkt mit allen gemeinsam durch. Wenn keiner der Mitwirkenden einen Geldbetrag möchte, dann ist es OK und du kannst immer noch entscheiden, nach einem finanziellen Erfolg jedem ein „Dankeschön-Betrag“ zu geben. Was nicht geht - aus meiner Sicht - sind stille Abmachungen. Der eine bekommt was, der andere der ein schlechter Verhandler war bekommt nichts. Aus meiner Sicht ist dies sehr unfair und wird zu Unmut im Team führen. Theater ist ein Team-„Sport“, da muss jeder genau gleich behandelt werden!

Öffentliche Hand

Stiftungen, Gemeinden, Kommunen oder grosse Firmen haben oft Gelder, die sie kulturellen Veranstaltungen sprechen müssen. Fragen kostet nichts. Frage in deiner Region nach, wer Kultur unterstützt und reiche ein Gesuch ein. Dabei achte bitte darauf, dass dein Gesuch die nötigen Informationen beinhaltet wie Konzeptbeschreibung, Budget, Sponsoren und andere Geldgeber, Stückbeschreibung, Mitwirkende und alles zu deiner Person.

7.

WER NICHT WIRBT, STIRBT

Werbung ist ein Blindflug ohne zu wissen, ob man bereits fliegt oder noch im Hangar steht. Was ich damit sagen will: Du wirst nie genau wissen, welche Art Werbung welchen Erfolg bringt. Daher zerbreche dir nicht den Kopf darüber, welches Design und welche Farbgebung dem Stück eher Gerecht wird. Konzentriere dich lieber auf dein Zielpublikum.

In meiner „Sturm und Drang Phase“ habe ich seitenweise Abhandlungen gelesen, in denen es darum ging, welche Farbe bei Kunden den Kaufwillen beeinflusst. Man findet alles Mögliche zum Thema „Psychologisch verkaufen“ und erfährt, dass Tiere und Hunde in Werbungen positive Gefühle auslösen. Gut zu wissen, um es sogleich wieder zu vergessen.

Erfolgversprechend kann es sein, wenn du weißt, wen du mit deiner Produktion ansprechen wirst. Wenn du dein Zielpublikum eingrenzen kannst, dann kannst du versuchen, diese zu erreichen. Wenn dein Zielpublikum zum Beispiel Menschen zwischen 20 und 40 Jahren sind, dann bringt es nichts, wenn du in allen Schulhäusern Plakate aushängst. Überlege dir, wo sich deine Zielgruppe bewegt, was Leute in diesem Alter tun. Wo sie die Freizeit verbringen, welche Zeitungen sie lesen, welche Radiosender sie hören. Wenn du das weißt, dann weißt du schon besser, wo du sicher KEINE Werbung machen brauchst und hast eventuell schon viel Geld gespart. Ich überlege zuerst, wo ich kostenlos für meine Produktion werben kann. Dann überlegte ich, wo ich zum

günstigsten Preis die grösste Gruppe Menschen erreiche. Dann mache ich mir Gedanken, ob es vielleicht Werbepartnerschaften gibt, die mir nützen könnten. Hier ein paar Vorschläge:

Werbeplattform Mitwirkende

Mitwirkende haben grundsätzlich ein Interesse daran, dass der Saal möglichst voll wird. Jede Darstellerin und jeder Darsteller hat eine Familie, Freunde, Bekannte, Berufskolleginnen und Kollegen usw. die potentielle Gäste sind. Unterschätze nicht, dass jeder Mensch ein Netzwerk hat. Du weisst nicht, wer wen kennt, der jemanden kennt, der genau diesen einen kennt. Kann durchaus sein, dass da jemand dabei ist, der für deine Produktion und für die Bewerbung dieser, von Wichtigkeit sein kann.

Werbeplattform Social Media

Keine Neuigkeit, dass Facebook und Co. regelrechte Werbeschleudern sind. Erwarte nicht zu viel, aber vernachlässige diese Werbeplattform nicht. Kleine Filme - vor allem Filme - von den Proben, den Vorbereitungen oder vom Einrichten des Saals sind nicht unwichtig. Dann immer verlinkt mit den Eckdaten (Ticketplattform, Webseite usw.), so dass interessierte Menschen schnell und unkompliziert ein Ticket kaufen könnten.

Werbeplattform Webseite und Newsletter

Sicherlich hast du eine Webseite. Heutzutage ist es einfach eine Webseite zu betreiben und gestalten. Überleg dir, ob eine Webseite mit der URL der Produktion sinnvoll ist. Die Webseite, wie auch die Social Media Kanäle, sind Visitenkarten. Man schliesst über diese Plattformen auf das Endprodukt. Diese dabei gemachten Eindrücke können dazu beitragen, sich ein Ticket kaufen zu wollen. Die Internetauftritt deiner Partner, also deines Gastronomen oder auch deiner Werbepartner sind Werbeplattformen. Deine Inserenten und Sponsoren dürfen gerne auf deine Produktion hinweisen (sie werben ja auch bei dir) und deine Webseite verlinken.

Beachte dabei auch, dass viele Firmen, vielleicht auch dein Gastronom Newsletter versenden. Da musst du rein! Dein Gastronom sendet diesen Newsletter seinen Gästen. Das sind alles mögliche Zuschauerinnen und Zuschauer. Vielleicht hast du selber auch ganz viele Mailadressen deines Netzwerks. Ich mache hier keine Werbung für „Spam“, aber sein Umfeld darüber zu unterrichten, dass bald ein tolles Ess-Theater über die Bühne geht muss erlaubt sein.

Werbeplattform Veranstaltungskalender

Im Internet wimmelt es von Online-Veranstaltungskalender. Bei ganz vielen kostet der Eintrag nichts. Schau dich mal um. Es ist sehr zeitaufwändig diese alle zu finden und die Einträge dort vorzunehmen. Denke aber immer daran: Alles was du unterlässt, verkauft KEIN Ticket.

Werbeplattform Flyer und Plakat

Auch im Zeitalter der digitalen Medien braucht es noch Drucksachen. Du brauchst vermutlich keine 10'000 Plakate zu drucken oder 100'000 Flyer zu versenden, aber Plakate und Flyer finde ich nach wie vor wichtig. Überlege dir, wo du Plakate kostenlos und erlaubt anbringen darfst. Wieder sind da deine Mitwirkenden gute Ansprechpartner. Jeder arbeitet irgendwo, oder geht ins Fitness oder sieht andere Möglichkeiten, das Plakat oder die Flyer werbewirksam zu veröffentlichen. Nehme auch hier deine Inserenten und Sponsoren, sowie deinen Partner in die Pflicht. Wenn sie hinter deinem Projekt stehen, dann machen sie für dich Werbung. Wenn ich in einer Produktion stecke, habe ich immer Flyer dabei. Man trifft wen, redet über Gott und die Welt und: „Ich gebe dir noch den Flyer meiner nächsten Produktion. Komm doch auch. Würde mich freuen!“

Werbeplattform Zeitungen und Zeitschriften

Besonders regionale Printmedien könnten für deine Produktion hilfreich sein. In nationalen Zeitungen und Zeitschriften einen redaktionellen Beitrag zu bekommen, würde dir vermutlich nur gelingen, wenn in deinem Ensemble

ein A-Promi mitwirkt. Aber bleiben wir bei der Realität. Nur regionale Redaktionen werden vielleicht auf deine Produktion hinweisen. Oftmals wollen sie dafür aber, dass du ein Inserat machst und als „Gegenleistung“ schreiben sie dann etwas über deine Produktion. Bitte beachte: Eine Kritik im Nachhinein, also wenn deine 10 Vorstellungen vorüber sind, bringt dir keine Gäste mehr! Wenn du einen „Deal“ eingehst, dann müsste es ein Bericht über deine Vorbereitungen sein, oder die Premiere deines Stückes liegt drei bis vier Wochen vor der letzten Vorstellungen. Da können solche „Kritiken“ schon noch Gäste mobilisieren. Oft sind die Inseratenpreise bei regionalen Zeitungen bezahlbar. Du hast ja ein Budget dafür. Überlege dir, ob das was bringt (Reichweite, Zielpublikum, Auflage, usw.). Viele Zeitungen haben auch Internetauftritt. Vielleicht bist du mit einem Hinweis dort besser bedient? Recherchiere, welche Informationsquellen es in deiner Region gibt und welche dein Zielpublikum nutzen.

„WENN DIR EIN GUTER FREUND EIN THEATERSTÜCK EMPFIEHLT, DU WIRST ES SEHEN WOLLEN.“

Werbepattform Mund zu Mund

Es gibt Leute, die gehen nur auf Empfehlung irgendwo hin. Bevor jemand nicht darüber gesprochen hat, will man nichts davon wissen. Hat man davon gehört, geht man hin. Viele Menschen - so habe ich das erlebt - funktionieren so. Das kannst du nutzen. Sprich über dein Vorhaben. Mache die Leute neugierig auf dein Stück. Rede nach der Vorstellung mit den Gästen und motiviere sie, es weiter zu erzählen. Wenn dir dein bester Freund einen Film den er gesehen hat empfiehlt, wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass du dir diesen Film anschaust?

8.

PRESSE MIT INTERESSE

Klar, es geht auch ohne Presse. Ich habe schon viele Theaterproduktionen durchgemacht, über die keine Medien berichteten. Oftmals aus Desinteresse oder Hochmut. Die Gründe für ihr Fernbleiben sind nicht wichtig. Ebenso auch nicht die Gründe dafür, wenn sie zur Premiere erscheinen. Warum widme ich also der Presse ein eigenes Kapitel? Aus eigener Erfahrung weiss ich, dass man wissen muss, auf was man sich mit der Presse einlässt.

Ein Beispiel: Du bist Feuer und Flamme für deine Produktion und konntest einen Journalisten gewinnen, der eine kleine Reportage einer Probe machen soll. Der kommt, schaut sich das an und schreibt dann: „Die Darstellerin der Hauptrolle agiert ungelenkt und kann ihren Text noch nicht. Man darf gespannt sein, wie das in drei Wochen dann ist“.

Was denkst du? Bringt sowas Gäste? Eher kaum. Darum möchte ich dir ein paar Grundüberlegungen mit auf den Weg geben.

Werbeplattform Zeitungen und Zeitschriften

Kennst du alle Journalisten in deiner Region? Kaum. Kennst du deren Vorlieben und Werdegänge? Kaum. Aber du kannst versuchen, es herauszufinden. Wenn du weisst, wer deine Premiere besucht, dann suche diese Person im Internet oder auf Social media. Innert weniger Minuten weisst du, was diese Person alles in der Freizeit macht und was er mag oder eben nicht.

Es geht nicht darum, Leute zu „stalken“, sondern zu wissen,

mit wem man es zu tun hat. Oftmals schickte man mir an die Premiere junge, unerfahrene Journalisten. Meistens frisch ab einem Studium und ohne jegliches Interesse (geschweige denn Erfahrungen) mit Theater. Oftmals las ich dann eine Kritik zu meinem Stück, ohne dabei mein Stück zu erkennen. Einmal war der Kritiker nicht persönlich an der Premiere. Er hatte einen Freund (kein Journalist) hingeschickt, der ihm dann am Telefon über mein Stück berichtete. Daraus schrieb er seinen Text und tags darauf stand dieser in der Zeitung. Du kannst dir vorstellen, was dabei raus kam, oder?

„FÜR MICH IST DER PRESSETEXT IN ERSTER LINIE EIN WERBETEXT.“

Gegenlesen

Bevor eine Reportage, Vorankündigung oder auch Kritik veröffentlicht wird, solltest du diese gegenlesen dürfen.

Journalisten, die das nicht wollen haben Gründe.

Redaktionsschluss, war früher das Zauberwort. Heute einen Text nicht gegenlesen zu dürfen, löst bei mir ein ungutes Gefühl aus. Beim gegenlesen geht es mir aber immer mehr um die Fakten, als um die subjektiven Wahrnehmungen des Schreibers. Stimmen die Daten? Hat er alle Namen korrekt geschrieben? Stimmt die Nummer des Vorverkaufs? Alles was über dein Stück in der Öffentlichkeit publiziert wird, sollte von dir autorisiert werden. Wenn etwas nicht stimmt und keiner den Vorverkauf erreicht, solltest du daran „schuld“ sein.

Presstext

Ein Mittel auf das ich nie verzichte. Presstexte. Schreibe über deine Produktion einen Presstext. Darin sollten alle Fakten zur Produktion und alle Eckdaten beinhaltet sein. Ein Journalist sollte diesen Text 1:1 verwenden können, ohne noch viel Zeit für eine mögliche Aufbereitung zu verwenden. Dann werden diese Texte auch wirklich publiziert. Schreibe eine Langversion und eine Kurzversion. Schreibe aus der Sicht des „Verkäufers“ und nicht aus der Sicht des Produzenten. Für mich ist der Presstext ein Werbetext.

Kopfzeile des Presstext

In der Kopfteile schreibe:
Presstext / keine Sperrfrist

Titel des Presstext

Der sollte zum Lesen des Weiteren Textes animieren. „Ess-Theater im Restaurant Krone“, OK. Man weiss dann , dass im Restaurant Krone Theater gespielt wird. Dann liest vermutlich keiner mehr weiter. Wenn dein Esstheater ein Krimi ist könnte: „Schüsse im Kronensaal“ vielleicht eher zum Weiterlesen animieren. Der Titel soll der „Aufhänger“ sein, den Text lesen zu wollen. Versuch es einfach aus. Teste deinen Text mit den unterschiedlichsten Titeln und - hole dir die Meinungen deines Teams ein - deine wichtigste Quelle.

Stil des Presstext

Wenn du wie ich den Presstext als Werbetext siehst, dann wirst du wollen, dass die oder der Leser danach Tickets kaufen muss!

„Vom 11. November bis 2. Dezember findet im Saal des Restaurant Krone ein Ess-Theater statt. Das Stück, ein Krimi ist spannend und das Publikum darf bei der Lösung des Falles mitwirken. Begleitet wird das Stück durch ein Menü des Restaurant Krone.“

Verkauft das Tickets?

„Die Suppe noch warm, der Bankier bereits kalt. Erschossen. Noch vor dem Hauptgang. Der Kommissar, überfordert,

gestresst und schlecht gelaunt. Er braucht SIE! Das Publikum. Lösen Sie gemeinsam mit der Polizei den Fall und erleben sie die abscheulichen Abgründe menschlicher Gier und die lukullischen Höhenflüge des Krone-Teams.“

Geschmacksache was dir besser gefällt. Auch hier gilt: Es gibt kein besser oder schlechter nur ein „gefällt mir“ oder „gefällt mir nicht“.

„WER DEN PRESSETEXT GELESEN HAT, DER SOLLTE SICH EIN TICKET KAUFEN WOLLEN.“

Zusammenfassung im Presstext

Wie erwähnt schreibe ich den Text als Werbetext. Zuerst die Langfassung. Dann mache ich daraus eine Kurzfassung. Was in beiden Fassungen identisch bleibt: Am Schluss fasse ich die Karten zusammen. Ohne Klimbim und vielen Sätzen:

Vorstellungen:

11.11.-2.12. im Saal des Restaurant Krone, Anschrift, www

Tickets:

Bestellkanal, Preis, inkl. 3-Gang-Menü (exklusiv Getränke)

Mehr Informationen:

www oder Mailadresse

Versand des Presstext

Schicke ihn an alle Zeitungen, Publikationen, Zeitschriften, Internetplattformen, kurz, an alle, die ihn veröffentlichen könnten. Da du ihn wie einen Werbetext geschrieben hast kannst du ihn auch gleich auf deinen Plattformen posten. Er nennt sich „Presstext“ ist aber nicht nur für die Presse gedacht.

9.

FÜR WEN DU ES TUST

Deine Gäste, das Publikum ist ein kostbares Gut. Sie haben Geld ausgegeben um deine Produktion zu sehen. Ein grosser Vertrauensbeweis. Sei dir dessen bewusst und behandle sie dementsprechend. Du musst ihnen nicht hofieren wie ein Diener, aber beziehe sie mit ein. Zeige deinen Gästen, dass sie wichtig für dich sind. Das beginnt bei der Begrüssung vor Ort. Überlasse das nicht den Servicemitarbeitenden des Restaurants alleine. Sei präsent. Begrüsse sie. Die Platzierung der Gäste könnte deine Aufgabe sein. Dabei lernen sie dich kennen (wenn sie dich noch nicht kennen sollten). So gibst du ihnen die Möglichkeit, dich auch danach anzusprechen. Lob und Tadel direkt anzubringen.

„DEINE GÄSTE SCHENKEN DIR IHR VERTRAUEN.“

Versuche auch, mehr über deine Gäste zu erfahren. Du kannst sie auffordern, deinen newsletter zu abonnieren, oder auf den Tischen liegen kleine Karten, die sie mit ihren Daten ausfüllen können. Hilfreich sind auch immer Geburtsdaten. Stell dir vor, du warst an einem tollen Theaterabend und bekommst ein halbes Jahr danach einen Glückwunsch zum Geburtstag zugeschickt. Eine nette Geste und für dich die Möglichkeit gleich auf die kommende Produktion aufmerksam zu machen. Wenn du das dann noch mit einem kleinen „Geschenk“ (ein Ticket gekauft, das zweite zum Geburtstag geschenkt) verknüpfst, wird das nicht aufdringlich erscheinen.

Du wirst schnell herausfinden, dass es unterschiedliche Gäste gibt. Solche, die so zufrieden sind wie es ist und andere, die mehr wollen. Denen die mehr wollen; gib ihnen mehr!

Du könntest einen kleinen „Freunde-Club“ eröffnen. Die Mitglieder bezahlen einmal im Jahr einen Beitrag, sind dann „Gönner“ und erhalten an der Produktion was Spezielles. Das muss nicht immer viel sein, es muss nur exklusiv sein. Eine exklusive Führung hinter der Bühne, vielleicht exklusiv eine Vorstellung sehen, noch vor der Premiere, oder eine exklusive Weindegustation im Restaurant deines Partners. Solche Gäste werden gute Werbeträger sein, denn sie teilen ihre Begeisterung für das was du machst.

Wenn du weisst, wer deine Stücke sieht, dann kannst du diese Menschen auch gezielt nach ihren Wünschen fragen. Umfragen, was ihnen besonders an deinen Produktionen gefällt und was ihnen nicht so gefallen hat können schmerzlich sein, aber in jedem Falle enorm hilfreich. Du erfährst so direkt und nicht erst über rückläufige Verkaufszahlen, was du ändern solltest oder unbedingt beibehalten musst. Das Aufbauen eines Stammpublikums dauert eine Weile. Genau zu wissen, was sie wollen und weshalb sie immer wieder Tickets kaufen wird es dir einfacher machen, Produktionen zu planen.

Ruhe dich bitte nie auf deinen Lorbeeren aus. Auch wenn du ein grosses Stammpublikum gewinnen könntest. Sie wollen immer und immer wieder davon überzeugt werden, dass sie ihr Geld fürs Ticket nicht aus dem Fenster geschmissen haben. Nehme dein Publikum ernst und behandle sie so, wie du deine Sponsoren behandelst. Sei dankbar für ihr Engagement, denn sie zahlen dir deine Unkosten!

10.

BITTE GLEICH NOCHMAL

Nach einer Produktion ist vor einer Produktion. Es ist wie im echten Leben. Wer einen Fehler begeht und nichts daraus lernt, wird immer und immer wieder den selben Fehler begehen. Was dabei raus kommt, weißt du. Aus diesem Grund ist die wichtigste Phase vor einer Produktion, die Aufarbeitung der letzten.

Notiere dir alles, was während den Vorbereitungen nicht ganz geklappt hat, auch wenn du es noch ausbügeln konntest. Es ist geschehen und nun musst du analysieren, wie man es von Beginn an besser machen kann. Schönredete und Schulterklopfen ist nett, aber hat keinen Zweck. Sei ehrlich, auch wenn es weh tut. Sei selbstkritisch, auch wenn du an einem Problem nicht direkt beteiligt warst. Als Theatermacherin oder Theatermacher bist du am Schluss für alles verantwortlich! Gnadenlos!

Schreibe alles auf in Stichworten, was nicht optimal verlief. Dahinter notiere einen möglichen Lösungsvorschlag und in die letzte Spalte eine direkte Massnahme daraus. Hier kannst du unbedingt auch dein Team involvieren. Hole die Eindrücke vom Gastronomen ab. Wie hat er es erlebt? Was stimmte für ihn total? Was fand er nicht optimal? Bestimmt kommt so eine kleine Liste zusammen. Diese musst du dann in Ruhe durchgehen. Aus deiner Sicht, mit deinen Werten, mit deinen Vorstellungen. Nicht alles was „schlecht“ war kann sogleich verändert werden. Eintrittspreise sind das Ergebnis einer Kalkulation. Diese lässt sich vielleicht nicht komplett auf den Kopf stellen. Der Zeitraum, in dem die Produktion stattfand,

stellte sich vielleicht als nicht optimal heraus. Vielleicht lässt sich da auch nichts machen, da der Gastronom keine andere Zeit zur Verfügung stellen kann. Darum prüfe jeden Punkt auf der „Mängelliste“ nach folgenden Kriterien:

- Einzelmeinung oder Mehrfachmeinung?
- Relevant für die Qualität?
- Schadet eine Änderung der Produktion?
- Kann darauf verzichtet werden?

Frage bei deinem Team nach, wie sie einen „Kritikpunkt“ ändern würden. Welche Ideen hat dein Team, Verbesserungen vorzunehmen. Du wirst staunen, was du da alles für Feedback bekommst. Dinge, auf die du hättest kommen müssen. Sachen, die eigentlich komplett logisch sind. Auch logisch, dass du das nicht alles erkennen kannst! „Man sieht den Wald vor lauter Bäumen nicht“. Eine Redewendung, in der viel Wahrheit steckt. Du steckst seit Monaten, oder vielleicht seit mehr als einem Jahr in deiner Produktion, warst von Beginn an involviert, hast vielleicht das Stück selber geschrieben, hast Gespräche geführt, verhandelt, gestritten und dich für dein Vorhaben eingesetzt. Du bist verschmolzen mit deiner Produktion. Das ist Fluch und Segen zugleich.

Da du es unbedingt willst, da du diese Produktion zum Erfolg führen möchtest, blickst du vielleicht unbewusst nicht immer in die Richtung, in die du fährst. Das kann dazu führen, dass du den näherkommenden Eisberg nicht siehst, oder ihn nicht sehen willst, da er deine Weiterfahrt verhindern könnte. Ich spreche aus Erfahrung - schmerzliche Erfahrung - wenn du den Eisberg ignorierst, dann kann es sein, dass du Schiffbruch erleidest. Mit diesem Ratgeber möchte ich dir ersparen, auf einer Eisscholle treibend auf Rettung zu hoffen. Du hast das Steuer in der Hand. Nutze es!



WER HAT'S GESCHRIEBEN?

Renato Salvi wurde 1968 in Basel (CH) geboren. Nach der üblichen Grundschulzeit absolvierte er eine Lehre zum Lebensmittelverkäufer bei COOP. Das nur als „Mittel zum Zweck“, denn sein Ziel war es Musik zu studieren. Als das nicht klappte schlug er frustriert das Telefonbuch auf (das gab es 1988 noch) und stiess zufällig auf einen Eintrag: Theaterschule Cibolini. Neugierig, wie er schon immer war, meldete er sich spontan zum Studiengang an und wurde angenommen. Seither ist er als Schauspieler, Regisseur, Autor und Produzent tätig. Die schier unendlich vielen Möglichkeiten sich auszudrücken, sich zu verwirklichen und dabei Menschen zu unterhalten, zu bewegen und glücklich zu machen fasziniert ihn bis heute.