



Das Theater Bielefeld ist mit jährlich rund 500 Vorstellungen in Schauspiel, Tanz- und Musiktheater eines der größten Theater der Region.

Das Drei-Sparten-Haus bestimmt unter der Intendanz von Michael Heicks damit nicht nur die örtliche Programmvierfalt sondern genießt mit seinem vielseitigen und oft unkonventionellen Spielplan überregionale Beachtung.

**Die kommende Saison 10/11 steht unter dem Motto »Zeitpunkt«.
Dazu haben wir HD Schellnack befragt.**



**Kannst du das Projekt »Zeitkapsel« etwas näher vorstellen?
Wie kam es dazu? Was ist die Intention hinter dem Projekt?**

»Zeitkapsel« ist eigentlich nur unser interner Arbeitsbegriff für das Zeit-Punkt-Saisonheft des Theater Bielefelds. Es war der Wunsch des Intendanten Michael Heicks, dass sein Saisonbuch 2009/10 für die Leser nicht nur die übliche Sammlung von Stückvorstellungen und Darstellerbildern sein sollte, sondern auch einen Zusatznutzen als Kalender bekommt.

Unsere ursprüngliche Idee eines fast 400 Seiten starken Buches in Hardcover ist leider aus Budgetgründen nicht umsetzbar gewesen, zumal der Druck der 35.000 Bücher unter einem Euro pro Exemplar liegen musste, weil wir nicht mehr Budget hatten als das 112-seitige Heft aus dem Vorjahr.

Am Ende wurden es rund 200 Seiten und ein integrierter heraustrennbarer Leporello mit Abo-Infos, beim Cover mussten wir leider massive Abstriche machen, aber die Marketingleiterin Anne Hardt hat aus ihrem Budget mit kluger Verhandlung

wirklich ein Buch gemacht, dem man die unter starkem Sparzwang stehende Produktion keine Sekunde ansieht, das an sich ist schon toll – es kann ganz gut mit deutlich teureren Büchern aus Berlin oder München oder Hamburg mithalten, hat aber nur einen Bruchteil davon gekostet.



Die Stücktexte und Darstellerphotos (und die sehr umfangreichen Serviceinformationen) gibt es natürlich trotzdem, aber wir haben den Kalender einigermaßen integrieren können, indem am unteren Rand eine Art Kalendarium mitläuft, das die gesamte Spielzeit umfasst.

Stücke und Veranstaltungen sind entsprechend nicht wie sonst üblich nach Sparten (Theater/Oper/Tanz) sortiert, sondern nach Datum. Die Darstellerportraits von Philipp Ottendörfer kamen wie eine Magazinstrecke als Block – und auf den noch freien Seiten konnten wir eigentlich machen, was wir wollten.

Die Idee war, ein Spiel-Zeit-Buch zu machen, das die Leser mit jeder Doppelseite auffordert, zu einem Tag vielleicht etwas zu machen, das irgendwie seltsam wirkt, verpeilt, das mal zum Lachen ist und mal ernst, mal zum mitmachen einlädt. Wir hatten ursprünglich die Idee, zu dem Buch ein Blog einzurichten, wo die Leser ihre erfüllten Aufgaben hinschicken sollten – das wäre großartig gewesen – aber leider geht Anne dieses Jahr von Bielefeld weg und wir wollten ihrer Nachfolgerin nicht unabgesprochen so eine Aufgabe hinterlassen.



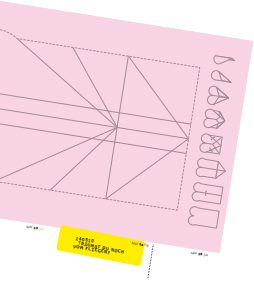
Wir haben dann vom Theater eine Riesenslieferung mit Objekten, Papieren, Zeichnungen, Spielzeug und so weiter bekommen, aus dem Theaterfundus, von den Darstellern, Dramaturgen, Regisseuren, Mitarbeitern – und darüber hinaus haben wir über meinen Blog dazu aufgerufen, uns Sachen zuzuschicken, die mit persönlichen Erinnerungen zusammenhängen. Dabei kam so viel herum, dass wir nicht alles verwenden konnten – manche Dinge durften wir auch nicht verwenden – aber wir hatten so eine große Sammlung von seltsamen Objekten, die dann fotografiert oder gescannt und freigestellt wurden, bearbeitet und die ich dann an einem manischen Wochenende unter hohem Zeitdruck – die Flut der Photos und die Komplexität des chronologisch aufgebauten Layouts, das sehr empfindlich auf Änderungen reagierte, hat unsere Deadline ziemlich eng gemacht am Ende.

Die Seiten waren zuerst sehr viel dichter, das Theater hat einige Inhalte vereinfacht und wollte weniger Chaos, aber eigentlich ist das am Ende alles sehr rund gewesen und außer zwei, drei anstößigen Inhalten, die vielleicht Leser in Bielefeld verschreckt hätten, sind unsere Ideen sehr gut angenommen... das war eine sehr schöne Zusammenarbeit mit Anne, wirklich großartig.

Das Ergebnis ist ein Sammelsurium von Eindrücken und Andeutungen, die hoffentlich beim Leser selbst wieder etwas auslösen, Nostalgie wecken, kreativ machen, zum krickeln und spielen anregen und ein bisschen über das lieblose Abfrühstücken hinausgehen, das leider so viele Theatersaisonhefte inzwischen machen. Wir hatten alle – im Studio aber auch im Theater, wo uns etwa Milena Fischer, die Hausgrafikerin in Bielefeld, mit ganz tollen Anziehpuppenbildern versorgt hat und immer wieder eine große Hilfe war – viel Spaß an dem Buch und die Resonanz im Haus, soweit wir das beurteilen können, war sehr gut. Ich bin sehr gespannt, wie das Feedback der Theaterbesucher in Bielefeld ist – ich versuche bei Saisonbüchern immer, etwas zu machen, was sich eben wie eine Inszenierung anfühlt, eine Dramaturgie hat. Dieses Mal war es sehr carefree, verspielt, oft sogar albern.

Das Heft sieht gar nicht typisch nach „nodesign“ aus, vieles ist so naiv collagiert, dass es sogar gar nicht nach Design aussieht, weder nach sauberen International Style noch nach pseudo-Vice-Mag-ungeföhnten Sachen, sondern einfach zusammengehauen... eben so, wie du es in einem Sudelbuch ja auch hättest.

Die Tatsache, dass es trotzdem ein funktionierendes Saisonbuch sein kann, ein klares Werbemedium also, setzt diesem Spiel Grenzen, aber ich hoffe, die Balance ist ganz okay geworden. Wichtig fanden wir, dass der Spaß, den wir bei der Produktion hatten, hooooooffentlich auch beim Leser durchkommt.



Wie kam es zu der Zusammenarbeit?



Wir haben das ursprüngliche Corporate Design des Theater Bielefeld entwickelt und dieses ein Jahr begleitet, zwei Saisonhefte gemacht und mit den Abendprogrammen auch ein paar Preise eingeklebt, bevor die Zusammenarbeit leider beendet wurde und Bielefeld mit einer lokalen Agentur und Hausgrafik umsatzte.

Etwas über zwei Jahre später waren wir überrascht – aber sehr erfreut – eine Bitte um ein Angebot für die Spielzeitbuchproduktion zu erhalten. Die Ausschreibung haben wir gewonnen und nach einer sehr kreativen Kick-Off-Sitzung im Theater ging es los – Philipp hat die Photos der Darsteller gemacht, mit absolut freier Hand, wir haben unsere Sammlung begonnen. Wir haben uns vor allem sehr gefreut, wieder mit Michael Heicks zusammenzuarbeiten, weil das Bielefelder Theater relativ zur Größe der Stadt vor allem im TAM immer wieder tolle Produktionen macht und uns gerade in der Anfangsphase als Haus mit einer schönen Bandbreite von publikumswirksam bis experimentell beeindruckt hat. Ich glaube, Anne Hardt mochte unsere seit Jahren ja sehr schön laufende Zusammenarbeit mit den Bielefelder Philharmonikern (die im gleichen Haus sitzen) und wir alle haben uns wirklich gefreut, als sie sich spontan bei uns gemeldet hat.



Die Gestaltung bedient sich verschiedener Elemente, von Handmade bis digitale Illustrationen ist alles dabei. Wie und wieso kam es zu dieser Stilmischung im Bildkonzept?

Das ergibt sich durch die Einreichungen. Ganz viele Leute haben uns Scans geschickt, eigene grobe Zeichnungen, alte Photos, Kistenweise Objekte, die wir abphotographiert haben. Dazu kommen aus Zeitgründen leider einige wenige Stockphotos, wie etwa das Karopapier, einfach weil wir aufgrund der langen Vorproduktion für das finale Layout nur drei Tage hatten und viele Entscheidungen sehr sehr schnell fielen. Daraus ergab sich natürlich ein ziemlich wilder Stilmix. Passt ja aber auch ausgezeichnet zu der Idee eines Sammel- und Sudelbuches, wo Sachen an den Rand gekrakelt sind, eingeklebte Photos, alles etwas unfertig. Ich hätte noch viel mehr davon gewollt, aber Anne und Michael hatten das sehr richtige Argument, dass ich so ja schon ein fertiges, volles Buch mache, was die Leute dann davon abhält, selbst noch reinzuschreiben und zu malen. Wir haben dann einiges wieder herausgenommen und entzerrt, was das Buch visuell etwas ruhiger macht, aber eben dem Nutzer Raum gibt, sich selbst auszutoben.



Wir sind uns alle einig, dass dabei nicht jede Seite wirklich gut geworden ist, mir gefallen ganz andere Seiten als Mitarbeitern hier im Büro und wieder andere kamen im Theater gut oder schlecht an – aber gerade das finde ich ja irgendwie richtig, es ist eben ein wilder Mix, der sich einen Dreck darum schert, was schön oder hässlich ist.

Die Frage war weniger, ob es nun schickes Design ist, sondern vor allem, ob es den Leuten Spaß macht.



Was war euch bei der Wahl der Typografie wichtig?

Die Hauptschrift – Galaxie Polaris von Village – stand ohnehin fest, denn auf ihr basiert unser altes Corporate Design für das Theater Bielefeld. Da das Heftformat bei nicht deutlich gekürztem Inhalt aber aus Kostengründen (und für bessere Handlichkeit) kleiner wurde, hatten wir plötzlich ein Problem, recht viel Text sehr effizient unterzubringen. Wir haben also den letzten Millimeter aus dem Layout gequetscht – im Wortsinn, Schriftgrößen und Durchschuss sind nicht wie sonst in Punkt gesetzt, sondern in Millimeter, um das vorgegebene Format ideal zu nutzen und möglichst viele Textzeilen unterzubringen.

Ein Problem dabei war, dass wir die Headlines komplett ohne Durchschuss gesetzt haben, um sie möglichst groß, aber dennoch platzsparend zu nutzen. Problem dabei waren natürlich, wie immer bei kompress durchgeschossenen Versalien, die Umlaute. Und auf eine „OE/AE/UE-Lösung“ wollte sich das Theater – verständlicherweise – nicht einlassen.

Die Rettung war da, dass Chester Jenkins von vllg.com gerade eine frische neue 2.0-Fassung der Galaxie Polaris herausgebracht hatte, die günstig als Upgrade zu erwerben war, sogar zusammen mit der sehr schönen Galaxie Polaris Condensed. Abgesehen davon, dass eine solche Upgrade-Idee ohnehin absolut genial ist, hat Chester die Polaris extrem ausgebaut, und neben kyrillischen und anderen Sonderzeichen eben auch alternative ÖÄ und Ü eingebaut, die ohne Durchschuss funktionieren. Das war ein echter Lebensretter, die Tatsache, dass ich hier endlich mit echten Kapitälchen arbeiten konnte, war da fast nur noch ein Bonus.

Die zweite Schrift im Buch, die für die gelben »Text-Sticker« sollte möglichst unscheinbar sein, irgendwie unsichtbar, nicht gegen die Hauptschrift anstinken wollen. So hatte ich endlich eine Ausrede, mir die CourierSans von Lineto zu kaufen, die technisch zwar nicht sehr up to date (noch Type1, kein OTF), aber die sehr schön ist und deren Pfeile dann auch sehr schön zu den Pfeilen in der Galaxie passten, die wir überall im Buch verwendet haben, um in den Fließtexten zu markieren, wo eigentlich mal Absätze waren, die wir alle herausgenommen hatten, um Platz zu sparen.

Wer hat die Illustrationen erstellt?

Die kommen aus den verschiedensten Quellen. Manche sind einfach historisch alt – etwa die Anziehpuppen, manche sind uns zugeschickt worden. Die Bastelanleitung für das Himmel- und Höllespiel hat Stefanie bei uns im Büro gemacht (schön Scheiße mit der Comic-Sans), der Papierflieger stammt aus einem ganz alten Pitch von Björn Grosch und ist einfach zweitverwertet. Die Matroschkas habe ich im letzten Jahr für ein eigenes Plakat gebaut.

Mir gefiel die Idee, durch unser Archiv zu gehen und viele Sachen – auch private Photos, etwa das bei «Photographiere einen Fremden» – zu nehmen, die Skizzen waren oder B-Varianten oder Reste. Das Bild bei Händewaschennichtvergessen ist ein altes Handyphoto von einem Seifenspender in einer Disco. Das Ding mit Blume und Biene ist mein eigenes Meisterwerk – vor zig Jahren mal aus Daffke in Freehand gemacht – und zeigt, wieso ich vielleicht nie Illustrator werden sollte. Jan und Yvonne, unsere Praktikanten, haben ganz viel Handschriften beigesteuert. Irgendwo ist eine Skizze, die unser alter Freund Rain Siepmann mal für das Mozart-Saisonheft der Philharmoniker gemacht hatte, noch komplett mit völlig falschen Rasterpunkten und allem. Du siehst, ein einziges wildes Sammelsurium. Wie man es in einem Skizzenbuch ja auch hätte - bits and pieces, der ganze Kram, der sich ansammelt.

Vielleicht war es auch nur die Not, Seiten zu füllen, aber ich fand die Idee, hier mit eigenen alten Sachen zu arbeiten, sehr spannend, gemischt mit den ganzen Photos aus Bielefeld und den Objekten.



Was rätst Du Studenten und jungen Kreativen die sich mit Corporate Design beschäftigen?

Studiert was anderes.

Ganz ernsthaft – es gibt sehr sehr viele Designstudenten, Gott weiß warum. Es ist ein Job, der ziemlich tough sein kann, dessen Alltag den in den Unis gepflegten Ansatz des »kreativen Austobens« nicht gerecht wird, in Wirklichkeit ist es ein hartes Handwerk, das präzises Wissen, Kreativität und auch noch ein solides Wissen von BWL und Soziologie verlangt und gnadenlos auf lebenslanges Lernen, extreme Arbeitszeiten und – so sehe ich das zumindest – eine Karriere, in deren Verlauf man immer wieder vor Jurys stehen muss, hinausläuft. Es ist nicht Kunst, es ist nicht soft, es ist nicht dankbar, es ist keine Weltverbesserungssache. Ich liebe diesen Job, aber ich habs auch nie studiert, er ist einfach so zu mir gekommen und weigert sich, wegzugehen .

Tatsache ist, Designer zu sein ist ein toller Job, aber wie so viele Studenten in anderen Bereichen werden die Leute kaum auf die Realität vorbereitet. Ein Beispiel: An den Unis lernt man immer noch Plakatdesign.

Bei 100 beste Plakate hast du doch inzwischen fast nur noch Plakate, die aus den Unis kommen, im weiteren Sinne. Sollte einem das nicht zu denken geben, wenn so ein Medium anscheinend kaum noch in der Realität genutzt wird? in 50 Jahren wird es Plakate nicht mehr geben, von anderen Printmedien ganz zu schweigen. Wer heute von der Uni geht, hat noch 40

oder 50 Jahre im Beruf vor sich – und das ist heute doch ewig lange. Print wie wir es heute kennen, Web wie wir es heute kennen, wird es nicht mehr geben. Design müsste von den Studenten und ihren Professoren komplett umgedacht werden, redefiniert, mutiger gemacht werden.

Denn die Aussicht, dass die Jobs in unserem Metier weniger und weniger bezahlt werden, kann ja auch sehr befreiend sein. Vor dem Hintergrund, dass demnächst pro Semester zighunderte Bachelors auf den Markt drängen und »Kommunikationsdesigner« sind – nach sechs Semestern, also gerade mal einer Art Ausbildung – mag ich über den Konkurrenzdruck und Preiskrieg gar nicht nachdenken.

Wer in Zukunft Design studiert, sollte verdammt entschlossen sein, verdammt gut, verdammt brennen für das was er tut. Ansonsten: Landschaftsgärtnerei oder Sozialpädagogik anstreben. Wenn Studenten im 5. Semester RGB und CMYK nicht unterscheiden können oder ihre Ideen bei FFFFound kopieren – was soll das?

Wieso Designer werden, wenn du doch nichts zu sagen hast? So viele Leute machen heute nur Oberfläche, Styling, nette Visuals, aber im Grunde haben sie keine Story zu erzählen. Das ist wie diese Hollywood-Blockbuster, kein Plot, aber jede Menge Explosionen.

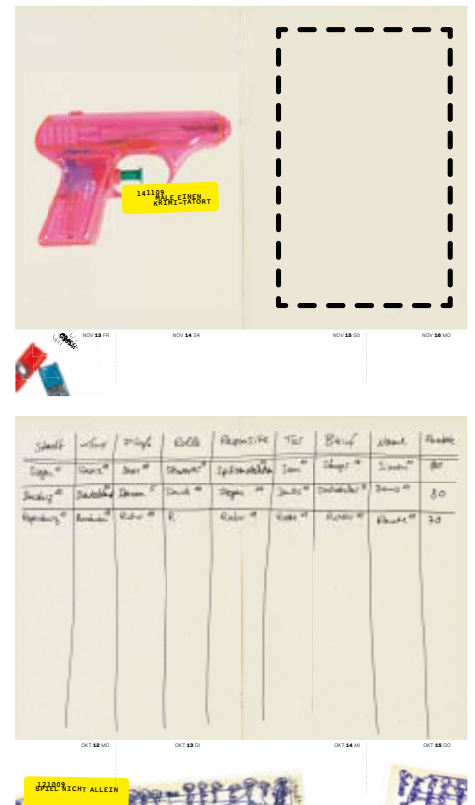


Positiv ausgedrückt: Der Designmarkt wird in Zukunft härter, aber auch bunter, offener, vielleicht auch mal wieder kreativer, wer weiß. Es wird eher sein, als wärst du ein Autor oder ein Sänger (oder eine Popband). Mehr wie die Pomusik-Branche. Auch die Vorstellung von Musikkonsumenten, dass Musik gefälligst gratis sein sollte, passt dazu... das denken unsere Designkunden langsam ja auch, wenn ich mir das so ansehe.

Für Studenten heißt das: Nur noch einer von 1000 wird ein Star, macht Geld, der Rest geht sowieso unter. Und wie in der Musik bedeutet das: Mehr brennen, mehr in den Proberaum, besser werden, und vor allem: Songs schreiben, die für immer und ewig sind, kein One-Hit-Wonder sein. Design sollte man also nur studieren, wenn man nicht anders kann, wenn etwas in dir geil darauf ist, das zu machen.

Wenn du dich in die Vorlesungen schleppen musst, wenn du über Aufgaben stöhnst, die dir nicht in den Kram passen, wenn du arrogant wirst, wenn sich eine Sache klein anfühlt, wenn du zickig wirst, wenn eine Sache sich schwierig anfühlt und plötzlich nicht Sesamstraße, sondern Arbeit wird... wenn du also nur Designer spielen willst bist du raus - get out while you can.

Und das mein ich gar nicht böse. Aber Design ist – ich glaub, es liegt an GZSZ oder so – so ein Traumberuf, den viele studieren, um Designer zu sein, nicht um wirklich zu gestalten. Das endet mit bösen Enttäuschungen. Man sollte sich da, wie vor jedem Studium, einfach mal ein bisschen in die Uni setzen und sich ausprobieren. Aber wenn du für Design brennst und deine eigene Stimme hast, wenn du deinen Song hast – grandios. Dann kann dich eh nichts stoppen und du kannst deine Professoren herausfordern, kannst arbeiten, kannst dich austoben



und wirst deine Umwelt in Brand setzen. Und so solls ja sein. Dazu gehört natürlich auch, dass die FHs mehr Leute aus der Praxis in die Professorensessel setzen, mehr experimentieren, viel viel härter benoten, den BA/MA bitte wieder abschaffen, und die Dozenten böse werden, wenn Studenten Jahr um Jahr im Grunde die gleichen Diplome abzuliefern scheinen – die FHs müssen härter werden, fordernder, spannender. Da passieren viele extrem gute Dinge – vor allem auch direkt von den engagierten und oft ja großartigen Studenten ausgehend, die selbst die Sache in die Hand nehmen (wie sich das gehört) – , aber ich glaube mehr und mehr, dass nicht die FH oder das Studium dich zu einem Menschen machen, der eben auch ein guter Designer ist, das warst du in der Regel einfach schon vorher.

Wie bei allen Dingen im Leben: Mach das, was du liebst, mit voller Leidenschaft, und dann wird das schon rocken. Ah, das klingt jetzt aber arg nach Klischee, oder? Aber so sieht die Sache aus. Design ist ein Job, für Leute, die was geben wollen. Aber zur Not kann man ja auch immer noch in die Werbung gehen :-)

Interview: Nadine Roßa und Patrick Marc Sommer

Gestaltung: Kai Scholz

