

Videostills: Residenztheater München

Gelungen: Stills aus dem Trailer zu Frank Castorfs „Baal“ – er war der DdB-Trailer des Monats Mai auf unserer Homepage

VIDEOBOTSCHAFT FÜR DIE BEKEHRTEN

Mit Videotrailern will das Theater auf sich aufmerksam machen. Aber noch klafft eine tiefe Lücke zwischen dem Marketingmedium und dem Kunstwerk, das es bewerben will

Text_Wolfgang Behrens



s soll ja Leute geben, die im Kino absichtlich eine halbe Stunde zu spät kommen, um gleich mit dem Hauptfilm einzusteigen. Sie verpassen natürlich das Beste: die Werbung, die zum echten Kinoerlebnis dazugehört wie das Kaltgetränk, das Eis am Stiel und die Riesentüte Popcorn. Und wem es nichts sagt, wenn Auto- und Mineralwassermarken groß ins Bild gerückt werden, für den gibt

es noch immer die Vorschauen auf die kommenden Blockbuster und Arthouse-Produktionen. Hier kann man einen Großteil seiner kinematographischen Bildung erwerben, man erfährt, was laufen wird, und man sieht auch meist bereits, was man sich besser nicht in voller Länge anschauen sollte. Die Trailer sind definitiv ein Höhepunkt jedes Kinobesuchs.

WERBUNG IM ANDEREN MEDIUM

Im Theater gibt es nichts Vergleichbares. Denn das Kino genießt den Vorteil, dass es für den Trailer nicht das Medium



wechseln muss. Im Theater müsste man, um Gleiches zu leisten, Schauspieler aus anderen Produktionen auf die Bühne holen, die kleine Szenen aus bevorstehenden Premieren oder laufenden Inszenierungen anspielen – abgesehen davon, dass dies auch noch im falschen Bühnenbild geschähe, ist das schon allein des völlig aus dem Verhältnis geratenden Aufwandes wegen nicht vorstellbar. Wenn das Theater einen Trailer zeigen will, ist es also nicht nur zum Wechsel des Mediums, sondern auch zum Wechsel des Raums gezwungen: Die Trailer laufen auf Monitoren im Foyer oder in der Kassenhalle, manchmal gelangen sie sogar ins Kino, zumeist aber präsentieren sie sich im Internet.

Für den Werbeeffect hat das einen gewissen Nachteil: Denn man muss die Trailer schon mehr oder minder mit Absicht aufsuchen, um sie sich anzuschauen – es wird daher nicht wenige Theaterbesucher geben, die noch nie bewusst mit einem Theatertrailer in Berührung gekommen sind, schon gar nicht mit einem kompletten. Doch die Bühnen sind rührig, um diesen Mangel auszugleichen. Nicht zuletzt in den sozialen Netzwerken wird häufig die „Ankunft des Trailers“ mit einigem Trara begangen. Die Berliner Festspiele etwa versuchten, mittels der online gestellten Trailer der eingeladenen Inszenierungen im Vorfeld des



V. l. n. r.: Screenshots aus den Trailern zu „John Gabriel Borkman“, „Die lächerliche Finsternis“ und „Die Schutzbefohlenen“...

Theatertreffens einen kleinen Hype zu erzeugen: „Countdown zum #Theatertreffen-Vorverkauf am 11.4. – jeden Tag ein Trailer“, twitterten die Festspiele vom 1. April an zehn Tage lang. Das ist allerdings noch gar nichts gegen die Online-Profis des Schauspiels Dortmund, die zu ihrer experimentellen Endlosschleifen-Inszenierung „Das goldene Zeitalter“ einen kleinen Film drehen ließen – mit knapp 30 Minuten sprengte der zwar deutlich die üblichen Trailer-Dimensionen, passte sich inhaltlich aber noch ganz gut in dieses Format ein. Der Augenblick, in dem man diesen Film auf der Website des Theaters freischaltete, wurde im Spielplan mit „Onlinepremiere, Beginn 8 Uhr“ angepriesen.

DIE TENDENZ ZUM EINHEITSTRAILER

Die kleine Trailersammlung, die das Theatertreffen zu seinem Vorverkaufsbeginn angelegt hat, lud nun regelrecht dazu ein, Studien in dieser Gattung zu betreiben. Immerhin galt es ja, mittels kleiner Filmchen Einblick in zehn der bemerkenswertesten deutschsprachigen Schauspielinszenierungen zu gewähren. Das ernüchternde Ergebnis der Inspektion indes ist: Die Vielfalt der in den Auführungen repräsentierten Stile und Theaterformen bildet sich in keiner Weise ab. Man muss eine klare Tendenz zu einer Art Einheitstrailer konstatieren,



der sich mit dem losen und unkommentierten Zusammenschnitt einzelner Szenen begnügt. Nicht, dass einem die aus dem Kino vertraute Off-Stimme („Ein Mann – Pause – geht in eine Welt – Pause –, der er nie wieder entkommen wird“) fehlte. Allerdings schlägt sich in diesen Trailern die Schwierigkeit von Theaterverfilmungen kondensiert nieder: Da ist zum einen der einschläfernd gleichförmige Schnitt, der meist Ein- bis Fünf-Sekunden-Schnipsel aneinanderfügt – als hätte das Theater nicht eine Stärke gerade darin, dass es sich auch Zeit nehmen kann, dass es einem anderen Rhythmus gehorcht als etwa das Fernsbild. Keiner der Theatertreffen-Trailer unternimmt den Versuch, eine

einzelne Sequenz, ein einzelnes Bild länger als einige Sekunden wirken zu lassen.

BILDLICH NORMIERTE KOST

Zum anderen zeichnet sich unverkennbar ein Hang zur Halbtotalen ab, der etwas seltsam Unentschiedenes transportiert: Die Totale, die den frei im Raum sich bewegendem theatralen Blick eigentlich auszeichnet, wird ängstlich gemieden, da sich mit ihr vermutlich ein zu statisches Bild vermittelt – immerhin ließen sich hier Informationen über die Gesamtheit des fürs Theaterspiel so wichtigen Raumes gewinnen. Doch auch Groß- und Detailaufnahmen sind in den

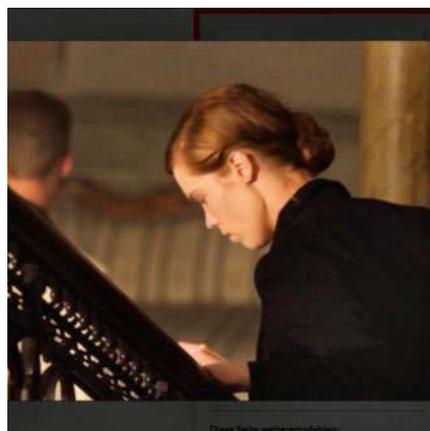


...sowie aus „die unverheiratete“, „Atlas der abgelegenen Inseln“ und „Common Ground“

Trailern eine Seltenheit, sodass der Zuschauer meist in einer Halbdistanz gehalten wird, die weder besonders theatral noch sonderlich filmisch wirkt. Sie betont eigenartigerweise am ehesten das Outrierte des Spiels, das vom filmischen Realismus deutlich abweicht, das aber ohne den Rahmen des Raums schnell seinen Sinn verliert. Bei einer derart bildlich normierten Kost bleibt als wichtigstes Unterscheidungsmerkmal oft die Tonspur: Regelrecht avanciert dünkt es einen hier schon, wenn Trailer wie diejenigen zu Christopher Rüpings „Das Fest“-Inszenierung aus Stuttgart oder Robert Borgmanns Burgtheater-Uraufführung der „unverheirateten“ von Ewald Palmethofer ganz oder zum Großteil

auf Sprache verzichten und einen atmosphärisch deutlich fingerzeigenden Sound über die Bilder legen.

Die beiden gelungensten Trailer des Theatertreffens waren diejenigen, die sich im Filmischen zumindest Aspekte der jeweiligen Aufführungsästhetik anzuverwandeln versuchten; beide Trailer stammen aus München. Die Vorschau auf Susanne Kennedys Fassbinder-Deutung „Warum läuft Herr R. Amok?“ von den Münchner Kammerspielen ist bestechend kurz, im Splitscreen wird die Aufführung zu kalter synthetischer Musik in Einzelbilder zerlegt, die hälftig zerteilte Großaufnahme



eines Darstellergesichts dient als irritierender, nur jeweils kurz aufscheinender Rahmen. Gerade in der Entfernung von der konkreten Aufführung fängt dieser Trailer – ohne jegliche Überambition – etwas von den eisigen Arrangements Susanne Kennedys ein. Die (mittlerweile aufgrund der gerichtlich erzwungenen Absetzung obsolet gewordene) Vorschau auf Frank Castorfs „Baal“-Inszenierung vom Residenztheater profitiert hingegen davon, dass der Videoeinsatz ohnehin schon ein prominentes Mittel der Aufführung ist. Dieser Trailer ist wirklich einmal virtuos geschnitten, mit unruhigen Rhythmuswechseln springt er zwischen verschiedensten Einstellungsgrößen hin und her, wie in einem Horrorvideo zucken momentweise

blutige Körper über den Schirm – ein Trailer, der den Druck der Castorf'schen Inszenierung zu erhalten weiß.

VIEL LUFT NACH OBEN

Natürlich gibt es neben den hier besprochenen Zusammenschnitten auch noch andere Trailertypen, für die man aber mitunter lange auf die Suche gehen muss. Die Berliner Schaubühne (die an anderer Stelle oft kinoartig mit plakativen Zwischentiteln arbeitet) hat etwa zu Romeo Castelluccis „Ödipus der Tyrann“ eine Art Programmheftbeitrag mit Kommentaren des Regisseurs gedreht – die Ästhetik der Aufführung wird filmisch so fern wie



möglich gehalten. Im Opernbereich stößt man mitunter auf Dramaturgengespräche, und vor den Premieren bringen die Theater auch ab und an Proben-trailer heraus, die etwas vom Zauber hinter den Kulissen vermitteln sollen. Dazu kommen alle möglichen Mischformen. Die gängigste Währung ist und bleibt aber auf absehbare Zeit der Szenenzusammenschnitt – und hier gibt's qualitativ, wie ausgeführt, offenbar noch sehr viel Luft nach oben. Wer im Kinosessel, sein Popcorn mampfend, einen dieser Theatertrailer sähe, würde in der nächsten Woche aller Voraussicht nach wieder ins Kino gehen – und eben nicht ins Theater. Bislang predigt ein Inszenierungstrailer wohl nur zu den ohnehin schon Bekehrten.

