

**Eröffnungsrede 9. Internationales Straßentheaterfestival tête-à-tête
in Rastatt am 1. Juni 2010, 20 Uhr, BadnerHalle**

Von Charlie Bick, Künstlerischer Leiter

- Es gilt das gesprochene Wort -

Liebe Festivalgäste,

liebe Künstler und Mitarbeiter,

Kulturstaatsminister Bernd Neumann ist stolz: Nicht etwa, weil sich sein Büro in Rufweite der Bundeskanzlerin im Bundeskanzleramt befindet, sondern weil seit seinem Amtsantritt im Jahre 2005 die Kulturausgaben des Bundes um mehr als 10 Prozent gestiegen sind.

Selbst im gegenwärtigen Krisenjahr 2010 wurde sein Budget erhöht.

„Ich sehe hier eine gewisse Vorbildrolle des Bundes“, sagt Herr Neumann, „und wünsche mir, dass auch die Länder und Kommunen ihre Verantwortung für die Kultur in schwierigen Zeiten übernehmen“. ...

„Ausgaben für Kultur sind keine Subventionen,“, so der der Kulturstaatsminister weiter, „sondern Investitionen in unsere Zukunft“.

Ein Minister hat aus seinem Bundes-Elfenbeinturm leicht sprechen.

Eigentlich müsste ihm bewusst sein, dass in Deutschland der weitaus größte Anteil der öffentlichen Kulturausgaben auf die Kommunen entfällt ... Und wissen müsste er auch, dass der Städte- und Gemeinde-Bund für

dieses Jahr einen weiteren drastischen Rückgang der kommunalen Einnahmen prognostiziert.

Wenn man sich allerdings ganz konkret die Zahlen anschaut, dann wird deutlich, dass der Staatsminister für Kultur genau weiß, was er sagt ... und warum es eigentlich wenig Sinn macht, in diesem Bereich die Schere anzusetzen.

3,65 Milliarden Euro fallen gegenwärtig für die Kommunen deutschlandweit in Sachen Kultur an. Das klingt insgesamt nach viel Holz, macht aber nur einen minimalen Anteil der kommunalen Gesamtausgaben aus... nämlich **lediglich 0,8 Prozent**.

Selbst angesichts der astronomischen Gesamtverschuldung haben inzwischen auch viele Verwaltungen realisiert, dass mit Kulturkürzungen kein Haushalt zu sanieren ist, ... bestenfalls etwas Haushaltskosmetik betrieben werden kann.

Wenn eine Stadt wie Stuttgart plant, den städtischen Kulturetat zu kürzen, sich aber gleichzeitig das gigantomanische Projekt „*Stuttgart 21*“ **4,5 Milliarden Euro** kosten lässt, dann spricht der Schriftsteller Jürgen Lodemann – meiner Ansicht nach zurecht – von „einer einzigartigen schwäbischen Schildbürger-Blamage“, ... von einem absurden Versuch, „Defizit-Abgründe“ mit den Wundertüten der Kultur zuschütten zu wollen.

Angesichts der Tatsache, dass ein Großteil der Kulturausgaben ohnehin für Personal gebunden ist, bleibt als Einsparpotential wenig über. Und dieses Wenige wird dann oft noch nach der augenscheinlich gerechtesten Methode, dem sogenannten Gießkannenprinzip gekürzt ...

also wie in Stuttgart geplant: querbeet alles 10 Prozent weniger.

Wie hat Roland Koch – wenn auch in einem etwas anderen Zusammenhang – kurz vor seinem Ausstieg aus der Politik gesagt ... Ich zitiere:

“Auch beim Rasenmäher gibt es Blumenbeete, vor denen man Respekt haben sollte“

Beim Thema Kulturkürzungen fällt eines ins Auge: Das einstige kulturelle Vorzeigeland Nordrhein-Westfalen hat es anscheinend am schlimmsten erwischt ... sogar die Schließung von städtischen Theatern steht hier ernsthaft zur Debatte.

Die Erklärung dafür ist relativ einfach: Mehr als 80 Prozent aller Kosten für Kultur bleiben dort in der Regel bei den Städten selbst hängen. Nicht einmal 20 Prozent steuern Bund, Land und private Geldgeber bei.

Auch für das *tête-à-tête* gibt es nach wie vor keine Unterstützung vom Land Baden-Württemberg, geschweige denn vom Bund. Trotzdem sieht es mit dem städtischen Anteil bei der Finanzierung des Festivals ganz anders aus.

Nachdem in den ersten Jahren *tête-à-tête* noch überwiegend aus den vom Gemeinderat zur Verfügung gestellten Mitteln finanziert wurde, wird der weitaus größte Teil der Kosten schon seit einigen Jahren (genauer gesagt seit 2002) in erster Linie durch Einnahmen, Sponsoring, Spenden und Eintrittsgelder getragen.

Beim letzten *tête-à-tête* 2008 ist es uns gelungen, die Gesamteinnahmen noch einmal deutlich zu steigern, so dass inzwischen – was die Barmittel betrifft – **.rund 75% Prozent der Gesamtkosten aus nicht-städtischen Mitteln** bezahlt werden.

Nur nebenbei bemerkt: Mir ist kein kulturelles Ereignis in diesem Genre bekannt, dem eine ähnlich hohe Refinanzierungsquote gelingt.

Der Stellenwert, den die Marke *tête-à-tête* inzwischen bei Sponsoren und beim Publikum selbst einnimmt, zeigt sich am besten beim kleinen Bruder ***Rendezvous tête-à-tête***.

In den Festivalzwischenjahren 2007 und 2009 wurden – rund ein halbes Jahr vor Beginn des eigentlichen *tête-à-tête* – Bühnen-Höhepunkte der vergangenen Festivals in der Badnerhalle, der Reithalle und beim Mercedes-Benz Kundencenter präsentiert ... 4 Abende mit kulturellen Highlights, bei denen beim vergangenen *Rendezvous tête-à-tête* am Ende ein 5-stelliger Euro-Betrag übrig blieb, der jetzt – im Jahre 2010 – zur Refinanzierung des großen Bruders, des Straßentheaterfestivals, verwendet werden kann.

Um es auf den Punkt zu bringen: Erfolgszahlen dieser Art sind einmalig im kulturellen Bereich ... und sie sind wohl in erster Linie auf die Güte des Produktes, auf die Marke *tête-à-tête* zurückzuführen.

Was in Bezug auf die Erfolgsgeschichte *tête-à-tête* auch nicht oft genug gesagt werden kann: Alle aktiv Beteiligten, egal ob es den organisatorischen oder den künstlerischen Bereich betrifft, ... ob es um den Förderverein oder all die anderen zahllosen ehrenamtlichen Helfer geht: ...

alle Beteiligten haben im Laufe der vergangenen Jahre dazu beigetragen, dass die Kosten für das Festival so niedrig wie möglich gehalten wurden und werden_... alles zum Wohle der Stadt.

Das Wort Kommune kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „gemeinsam“. Und gemeinsam haben viele dazu beigetragen, dass *tête-à-tête* inzwischen so dasteht wie es dasteht.

Die Stadt Rastatt hat heute weniger Kosten zu tragen als in den Anfängen des Festivals in den 90er Jahren. Und das obwohl *tête-à-tête* inzwischen mehr als 6-mal so viele Einzelveranstaltungen im Vergleich zur Erstausgabe 1993 bietet. Was heißt „bietet“ ... *tête-à-tête* muss bieten, um den Publikumsansturm auch nur ansatzweise gerecht zu werden.

Um das einmal deutlich auszusprechen: „Immer größer werden“ – das ist kein Wille und schon gar kein Wunsch. Es ist eher eine unabdingbare Notwendigkeit, um den Erfolg der Veranstaltungsreihe garantieren zu können. Das nostalgische Rad der Zeit lässt sich nun mal nicht mehr zurückdrehen ... und glauben Sie mir: bei allem Realismus ... Ich bedauere das im Grund meines Herzens auch. Denn bei Festivals ist es wie bei vielen anderen schönen Sachen auch: Beim ersten Mal ist es am schönsten.

Wir sind mit dem *tête-à-tête* inzwischen bei der neunten Ausgabe angelangt. Und das *tête-à-tête* von heute lässt sich mit den Anfängen im Prinzip nicht mehr vergleichen. Der Erfolg fordert seinen Tribut ... und wir alle müssen ihn in gewisser Weise zahlen, wenn wir diesen Erfolg aufrecht erhalten wollen.

Das erste Festival im Jahre 1993 hatte an fünf Tagen insgesamt 44 Veranstaltungen. Heute haben wir nahezu an jedem der fünf Veranstaltungstage mehr als 44 Einzelveranstaltungen, an Fronleichnam fast das Doppelte.

Und trotzdem wird es irgendwann wahrscheinlich auch beim diesjährigen *tête-à-tête* einen Punkt geben, an dem von den Zuschauerströmen her „nichts mehr geht“, wie man so schön sagt.

In einer der letzten Nächte hatte ich (wieder mal) einen Traum.

Und in diesem Traum war die Stadt Rastatt voller Menschen ... aber wirklich voll ... besser gesagt noch viel voller als voll. Vom Festplatz bis zum Bahnhof, vom Murgpark bis zum Mercedes-Benz Kundencenter ... überall Menschen, nichts als Menschen.

Und alle diese Menschen hatten nur ein Ziel: tête-à-tête.

Hubschrauber mit RTL und PRO-7 Kamerateams an Bord kreisten über die Stadt, ja sogar NTV berichtete stündlich davon, dass in Rastatt mehr Menschen zusammengekommen waren als bei Woodstock und allen Loveparades zusammen. Und sie berichteten, dass immer noch mehr Menschen versuchten, nach Rastatt zu kommen ... und dass auf der A5 zwischen den Anschluss-Stellen Bruchsal und Rastatt-Nord, sowie zwischen Offenburg und Rastatt-Süd der Verkehr vollkommen zum Erliegen gekommen war.

In der Stadt selbst gab es aber ein Problem: Es waren keine Künstler da. Denn die steckten alle in den hoffnungslos verstopften Zufahrtsstraßen nach Rastatt fest ...

Ich habe bei der Programmgestaltung – im Rahmen des Möglichen und ohne das vorgegebene Budget auszulasten, alles getan, um das direkte Erleben von Straßentheater möglich zu machen: Teilweise werden Darbietungen öfter als 10-mal wiederholt im Laufe der fünf Tage.

Ob es allerdings insgesamt genug ist, ...

ob das Angebot ausreicht, um dem Zuschauerzuspruch gerecht zu werden, wird sich in den nächsten Tagen zeigen.

Und wir alle hoffen, dass es reicht, zumal wir organisatorisch ohnehin schon längst den Rahmen des Machbaren erreicht haben.

Vor 2 Jahren habe ich an gleicher Stelle darauf hingewiesen, dass zum damaligen Zeitpunkt eine wissenschaftliche Arbeit über das *tête-à-tête* geschrieben wurde. Jetzt ist die Arbeit des Rastatters David Rebmann fertig und trägt den Titel „*Kultur-Events als Chance erfolgreichen Stadtmarketings: Der Aufstieg Rastatts in die 1. Liga des Internationalen Straßentheaters*“.

Beispielhaft stellt Rebmann dar, „welche Profilierungsmöglichkeiten sich einer Kommune durch die Realisierung von Kultur-Events bieten. Er thematisiert die Bedeutung von Stadtmarketing im interkommunalen Wettbewerb, präsentiert eine umfangreiche Chronik der *tête-à-tête* von 1993 bis 2008, dokumentiert die Kosten und Programmbestandteile und liefert eine Analyse der spezifischen Erfolgsfaktoren.

Doch Rebmann bringt auch die Probleme zur Sprache ... Insgesamt zeigt sich allerdings, dass u. a. der erhöhte Bekanntheitsgrad Rastatts, die Identifikation der Bevölkerung sowie die direkten und indirekten ökonomischen Gewinne durch das Festival klar überwiegen.

Die Frage, ob ein Kulturevent in der Lage ist, das Produkt „Stadt“ im Wettbewerb effektiv in Szene zu setzen, ist demnach uneingeschränkt mit „Ja“ zu beantworten ... *tête-à-tête* kann letztendlich als überzeugendes Exempel eines vorbildhaften Aufwertungsprozesses bezeichnet werden.“

Dies war übrigens nicht meine Rede, sondern es waren ausnahmslos Zitate aus dem Gutachten von Prof. Dr. Jörg Scheffer an der Universität Passau, der die Diplomarbeit aufgrund ihrer hohen Qualität mit sehr gut benotete.

Übrigens, die erste wissenschaftliche Abhandlung über das *tête-à-tête* wurde bereits im Jahre 2001 geschrieben.

„Straßentheaterfestival tête-à-tête in Rastatt.

Modernes Stadtmarketing und die Frage nach Funktion und Ästhetik von Straßentheater“ ... hieß die Magisterarbeit, die Alexander Kühn damals an der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz vorlegte.

Es freut mich, dass Alexander Kühn heute Abend hier ist ...

Ich weiß zwar nicht, ob beruflich oder privat, denn der geborene Rastatter arbeitet inzwischen als Redakteur beim Stern in Hamburg ... und da – wie könnte es anders sein – im Bereich *Kultur und Unterhaltung*.

Nur um das auch mal angesprochen zu haben.

Meine eigene Diplomarbeit trug den Titel: *„Möglichkeiten des Straßentheaters nach 1968“*.

Das Angebot meines Professors, zu diesem Thema zu promovieren, habe ich damals, 1983, dankend abgelehnt. Und zwar mit der Begründung: „Ich mache lieber erstmal Straßentheater ... darüber schreiben kann ich immer noch, wenn ich mal alt bin.“

Mmhh, wie gesagt ... das war vor knapp 30 Jahren ... im jugendlichen Leichtsinn. Mal sehen, ob die Schreibmuse mich noch packt ...

„Die Schwierigkeit, Kultur und Stadtmarketing unter einen Hut zu bringen“, wäre durchaus ein Thema, das mich reizen könnte. Denn in diesem Spannungsfeld zwischen den Bedürfnissen des Stadtmarketings einerseits und der Kultur andererseits sehe ich – nicht nur auf das *tête-à-tête* bezogen - ein nicht zu unterschätzendes Konfliktpotential.

In Theaterkreisen wird zu diesem Thema gelegentlich scherzhaft folgende kleine Geschichte erzählt. Frage: Was ist der Unterschied zwischen Kulturamt und Stadtmarketing? ...

Antwort: Der Unterschied ist einfach ...

Wenn eine Stadt beispielsweise eine mobile Stelzentheatergruppe engagiert, dann zeigt ein Kulturamtsleiter bei der Vorbesichtigung den Künstlern den gewünschten Parcours von Ort A nach Ort B.

Der Leiter des städtischen Stadtmarketings zeigt der Theatergruppe auch den Weg von A nach B ... Dann drückt er den Künstlern allerdings noch einen Stapel Werbeprospekte in die Hand und sagt: „*Wenn ihr ohnehin schon unterwegs seid, dann könnt ihr die ja gerade verteilen.*“

Eines muss man sich – was das *tête-à-tête* betrifft – immer wieder bewusst machen: Es geht nicht nur um die Verpackung, es geht auch um den Inhalt. Und für viele – fast hätte ich gesagt ganz normale Menschen – geht es vor allen Dingen und in erster Linie um den Inhalt ... um Kultur im Allgemeinen und um Theater im Besonderen.

Ich habe ja meinen *tête-à-tête*-Höhepunkt vermeintlich schon hinter mir. Oder sagen wir besser: meinen ersten *tête-à-tête*-Höhepunkt ... und der war am letzten Samstagmorgen um 7 Uhr auf dem Rastatter Marktplatz.

Dieser erste Programmpunkt des Festivals nennt sich – alle 2 Jahre aufs Neue - Kartenvorverkauf.

Davon abgesehen, dass wieder einmal in knapp 2 Stunden mehr als **6.000 Tickets** verkauft wurden und das Festival mit einem Schlag **rund 65.000 Euro** zu seiner eigenen Refinanzierung verbuchen konnte, drückt sich hier die Begeisterung für das *tête-à-tête* im allgemeinen und die Neugierde auf ausgewählte Theaterstücke im besonderen am besten aus.

Alle zwei Jahre findet in Rastatt drei Tage vor Beginn des *tête-à-tête* eine Abstimmung mit den Füßen statt, eine friedliche Demonstration für eine Kulturveranstaltung, wobei die Teilnahme an dieser Demonstration ja sogar kostenpflichtig ist ... sprich die Demonstranten sind bereit, teilweise mehrere Hundert Euros für Theaterveranstaltungen auszugeben, wobei sie ja die Namen der Theatergruppen, für die sie Tickets erwerben, bis zum Erscheinen des Programmheftes vor ein paar Wochen größtenteils noch gar nicht kannten.

Eines ist mir diesmal ganz besonders aufgefallen: Die Leute haben das 80-Seiten-dicke Programmheft genau gelesen, teilweise sogar studiert, wie mir jemand stolz sagte. Und sie haben sich teilweise schon ab 4 Uhr vor den Kartenhäuschen angestellt, um 100-Prozent sicher zu gehen, alle Karten, die auf ihren Einkaufszetteln stehen, auch wirklich zu bekommen.

Nicht zuletzt der Kartenvorverkauf am Samstagmorgen macht eines klar: Beim *tête-à-tête* geht es nicht um Schnäppchenkauf.

Es geht darum, dass auch im Zeitalter des Internets immer noch direkte, unmittelbar erlebbare Kultur existiert ...eine Kultur auf Augenhöhe mit den Künstlern ... wirklich demokratisches Theater. *tête-à-tête* setzt dem Cyberspace das reale Erleben entgegen ... Theater zum Anfassen... unmittelbare und mit allen Sinnen spürbare Begegnungen mit lebendiger Kunst und Kultur im öffentlichen Raum.

Aber den Rastattern bzw. in Rastatt heute noch Allgemeinheiten bzw. Grundsätzlichkeiten dieser Art über das *tête-à-tête* zu erzählen, heißt eigentlich nichts anderes als „Eulen nach Athen tragen“ ... wobei die Griechen vielleicht glückliche Eulen wie das *tête-à-tête* gegenwärtig gut gebrauchen könnten.

Nur wer Ereignisse wie den Kartenvorverkauf miterlebt hat, kann ansatzweise verstehen, was *tête-à-tête* für die Menschen in Rastatt bedeutet.

Es ist ein unglaubliches Vertrauen, das dem *tête-à-tête* entgegengebracht wird ...

Vertrauen auf die Qualität der Darbietungen ...

Vertrauen in die Qualitätsmarke *tête-à-tête*.

Und Vertrauen ehrt ja bekanntlich ... Es verpflichtet aber auch ... und zwar nicht nur mich.

Ich bin vielen in dieser Stadt zu Dank verpflichtet. Und ich bin ihnen auch gerne zu Dank verpflichtet.

Einen Menschen möchte ich an dieser Stelle jedoch noch einmal ganz explizit erwähnen – einen Menschen, der eher im Hintergrund arbeitet, der aber in den letzten Monaten – wieder einmal – sein Äußerstes gegeben hat, damit in den nächsten Tagen alle Theaterveranstaltungen so ablaufen werden wie sie ablaufen sollen ...

ein ganz dickes Dankeschön an meine Kollegin Marion Künstler.

Anlässlich der Eröffnung der *Kulturhauptstadt Europas RUHR 2010* hat der inzwischen aus dem Amt geschiedene Bundespräsident Horst Köhler folgenden Satz gesagt, der sich – ohne Abstriche – auch auf das *tête-à-tête* übertragen lässt: *„Hier ist Kultur keine elitäre Veranstaltung, sondern eine lebensgestaltende Kraft für alle!“*

In diesem Sinne kann's jetzt losgehen:

„Bühne frei für das tête-à-tête 2010!“