

schaubühne

Pressemitteilung

Spielzeit-Kampagne der Schaubühne von Olaf Nicolai

Unter dem Titel »Nothing for nothing / Try again« gestaltet der Konzeptkünstler Olaf Nicolai die Spielzeit-Kampagne der Schaubühne 2020/21

Nach sieben Spielzeiten, in denen stets das Ensemble im Mittelpunkt der Schaubühnen-Kampagnen stand, entschied sich Olaf Nicolai unter dem Titel »Nothing is Nothing / Try again« für eine rein grafische Setzung, die an die Ästhetik von Werbebroschüren angelehnt ist. Die Kampagne wird im Rahmen des Gallery Weekend Berlin vom 10. bis 13. September vorgestellt.

Nachdem sich in den letzten Jahren für die Spielzeit-Kampagnen der Schaubühne erst internationale Fotografen und Fotografinnen und sowie zuletzt die Bildenden Künstler Christian Jankowski und John Bock mit dem Ensemble auseinandergesetzt haben, schafft Olaf Nicolai mit der Kampagne einen überraschenden Bruch: Statt die Schauspieler_innen in den Mittelpunkt zu stellen, bedient er sich einer Vorlage, die vordergründig keinen Bezug zum Theater aufweist. Einfache Discounter-Broschüren werden von Inhalten und Schriftzeichen vollständig befreit. Anders als Pop-Art-Künstler, die sich kommerzieller Produkte in ihrem künstlerischen Schaffen bedienten, entlehnt Nicolai nur die Grafik meist überfrachteter Werbeflyer. Diese, auf die Dimension eines Plakates vergrößert und einzig ergänzt um den Schriftzug der Schaubühne, wird so selbst zur Werbung. Die »Hülle«, die durch das Freiräumen übrigbleibt, lässt eine Struktur erkennen, welche auf ungewohnte Weise eine eigenständige grafische Wirkung hat. Die Aneignung einer nichts-verheißenden Werbegrafik lässt aber vor allem eines deutlich werden: das Fehlende. Das, was beworben wird, ist damit also ein Gefühl von etwas Dagewesenem, etwas, das an dieser Stelle eigentlich sein müsste.

Diese Leerstelle, das vermeintliche »Nichts«, kann mit Wünschen, Begehren und Imagination gefüllt werden. Das »Nichts« lässt Raum für Gedankenexperimente, für Versuche, für »Trial and Error«. Nicolais Kampagne zitiert in dem Titel »Nothing for nothing / Try again« aus Shakespeares »König Lear«, dessen Dramatik sich aus einem am Beginn schlicht gesprochenem »Nichts« entfaltet.

Die Schaubühne hat sich jedoch nicht nur aus diesen künstlerischen Gründen für eine Kampagne fast ohne Sprache und Bild entschieden. Das in der Corona-Pandemie vorherrschende Gefühl ist das des Ungewissen, aber auch das große Verlangen nach dem Dagewesenem, nach Teilhabe an Kunst und Kultur. Für die Schaubühne ist diese Kampagne ein Statement, nach dem Lockdown und der Sommerpause Theateraufführungen auch unter neuen Bedingungen wieder stattfinden zu lassen, auch wenn langfristige Programmplanungen aktuell nicht möglich sind.

Präsentation im Rahmen des Gallery Weekend Berlin

Die Spielzeit-Kampagne wird in diesem Jahr zum ersten Mal im Rahmen des Gallery Weekend auf besondere Weise präsentiert. Vom 10. bis 13. September verwandelt sich das Mendelsohn-Gebäude der Schaubühne in eine Installation. Die Plakate bedecken die gesamte Glasfassade, versperren die Sicht in das Foyer - wie bei einem im Umbau befindlichen Raum.

Das Spielzeitheft der Schaubühne wurde ebenfalls von Olaf Nicolai gestaltet. Es erscheint in gedruckter Form am 14. September 2020.

Kurzbiographie Olaf Nicolai

Olaf Nicolai (*1962, Halle / Saale, aufgewachsen in Karl-Marx-Stadt / Chemnitz) ist ein Konzeptkünstler, der mit unterschiedlichsten Medien arbeitet. Seit Anfang der 1990er Jahre entstehen komplexe Werke mit verschiedenen Materialien und interdisziplinäre Projekte, die oft die unmittelbaren Erfahrungen von Raum, Zeit und Körperlichkeit thematisieren. Er kreiert künstliche Landschaftsräume, vergrößert Konsumgegenstände ins Gigantische und stellt bekannte Motive in neue Zusammenhänge. Seine künstlerischen Arbeiten und Projekte wurden in zahlreichen internationalen Einzel- und Gruppenausstellungen gezeigt, zuletzt im Museum Boijmans van Beuningen (Rotterdam), im Monash University Museum of Art, dem Kunstmuseum St. Gallen und dem Museion in Bozen. Olaf Nicolai war sowohl auf der documenta X (1997) und 14 (2017) als auch auf den Venedig Biennalen 49, 51 und 56 (2001, 2005, 2015) vertreten. Dort bespielte er 2015 mit der siebenmonatigen performativen Installation »Giro« das Dach des Deutschen Pavillons. 2017 wurde er für seinen Beitrag »In the woods there is a bird ...« zur documenta 14 mit dem Karl-Sczuka-Preis für Radiokunst ausgezeichnet.

Berlin, 3. September 2020