

"Alice im Wunderland" im Karstadt am Hermannplatz

Die Kompanie MS Schrittmacher inszeniert "Alice im Wunderland" als absurde Reise in die Welt des Konsums – im Karstadt am Hermannplatz



Das Wunderland liegt am Neuköllner Hermannplatz. Seine Schaufensterdeko setzt auf Überschaubarkeit und klare Farbakzente im Passantenfluss aus U7 und U8. Weiße Porzellankaninchen schauen hinter edlen Kaffeetassen und Suppenterrinen hervor. Kaninchen stehen bei Karstadt gerade nicht nur für die Hoffnung auf Umsatzsteigerung zu Ostern. Ende März hat im Kaufhaus eine Tanztheatervariante von „Alice im Wunderland“ Premiere. **Gespielt wird bei laufendem Kaufhausbetrieb.** Wer eigentlich nur einkaufen wollte, gerät in eine überraschende Theaterinszenierung.

Vor zweieinhalb Jahren hatte **Martin Stieffermann, künstlerischer Leiter der Kompanie MS Schrittmacher**, den Karstadt-Schauwerbeleiter Knut Gähler von der Idee begeistert, die Geschichte vom kleinen Mädchen Alice und dem weißen Kaninchen in sein Warenhaus zu verlegen. Etliche Gespräche, einige Projekt-Förderanträge und Probenwochen später wird die Event-Shopperin Alice nun am Hintereingang bei Karstadt die Orientierung verlieren und sich selbst in einer Warenwelt voll käuflicher Lebensgefühl- und Identitätsangebote: **Das Kaufhaus wird zum Palast der Wünsche.**

Das Wunderland, in das Lewis Carroll 1864 die kleine Träumerin in seiner Erzählung schickte, ist kein Walt-Disney-Paradies, kein Kinder-Schutzraum mit Tierkulleraugen und Kuschelfaktor. Wie in eine endlose Schulprüfung stürzt Alice in das Zerrbild einer viktorianischen Gesellschaft, das von pedantischen Fabelwesen verwaltet wird. Ein vorpsychologischer Albtraum über Logik, Regeln und Hierarchien, der sich märchenhaft kleidet und in Nonsens mündet. Kein Wunder, dass Alice auf die Frage der blauen, Wasserpfeife rauchenden Raupe – „Wer bist denn du?“ – passen muss: „Wer ich war, heute früh beim Aufstehen, das weiß ich schon, aber ich muss seither wohl mehrere Male vertauscht worden sein.“

Vor allem dieses **Ringens um Identität unter absurden Wunderland-Bedingungen** hat den Choreografen und Regisseur Stieffermann interessiert: „Als Theatermacher habe ich einen Ort gesucht, an dem ich den Stoff ins Hier und Heute holen und die Geschichte so erzählen kann, dass sie aufgeht und sich gleichzeitig reibt.“ Dabei ist die Zustandsbeschreibung für heute ein Kulturkapitalismus, in dem der Kauf bestimmter Produkte eine Wertvorstellung ausdrückt, Menschen ihre soziale Zugehörigkeit und Identitäten ökonomisch gestalten. Der Mikrokosmos Warenhaus ist die perfekte site-spezifische Spielstätte.

Der ehemalige Karstadt-Komplex war 1929 der modernste Einkaufspalast in Europa, mit 72 000 Quadratmetern Nutzfläche auf neun Etagen, 24 Rolltreppen, einem Lastenaufzug, der gleich den ganzen Lastwagen in die fünfte Etage zur Lebensmittelabteilung befördern konnte, und dem weltweit ersten unterirdischen Zugang vom U-Bahnhof aus. Mit seiner

prachtvollen Architektur und Dachgarten mit Blick auf die Stadt stand der Publikumsmagnet für die Demokratisierung des Konsums: freier Eintritt, Festpreise und Umtauschrecht. Aus Luxusgütern wurden industriell gefertigte Massenwaren.

Das „Wunderland“-Projekt von MS Schrittmacher hat Koproduktionspartner Karstadt nach Kräften unterstützt, mit eigenem Budget und einer Infrastruktur, von der die freie Szene in Berlin träumt. Fünf Wochen lang konnte das Künstlerteam im lichtdurchfluteten Eventraum unterm Dach Szenen entwickeln und sie direkt – mit dem Etikett „Live-Probe“ – im laufenden Kaufhausbetrieb proben. Und ganz nebenbei wird das Kaufhaus zum größten Theaterbühnenbild der Stadt.

Von diesem Spiel in der Wirklichkeit, die jede Szene neu und anders beeinflussen kann, mit 25 eingeweihten Zuschauern und vielen überraschten Karstadt-Kunden lebt Alice' Odyssee im Warenmeer. Sie beginnt hinter den Kulissen im riesigen Dekolager, das den halben Hermannplatz unterkellert, zwischen riesigen Nussknackern, Armeen von Menschenpuppen und Riesen, die nur aus der Ferne wie Weihnachtsmänner aussehen. Wie im Schneckenhaus verirrt sich der Weg durch die Etagenlabirynthe nach oben. Ein komplexes Bühnenbild mit vielen Statisten, das nie beliebig ist, aber mit dem Zufall spielt.



Im betrieblichen Ruheraum erzählen Choreograf Martin Stieffermann, Karstadt-Marketing-Mann Knut Gähler und „Wunderland“-Komponist Sir Henry vom Kunstprojekt, das tief in die Abläufe des Warenhaussystems eingreift – ein täglicher Abstimmungsprozess. **Im Event-Marketing-Mix ist „Alice“ eine neue Facette neben Lesungen, Jung-Design-Messen und Ladies Nights.** „Wir verstehen uns als Nachbar, mit 30 Prozent Stammkunden aus der Umgebung, in der viele Künstler und Kreative leben. Wir wollen unsere Kunden auch emotionell ansprechen“, erklärt der Werbeleiter. Umgekehrt hat sich der Regisseur als temporärer Mitarbeiter auch empathisch ins Haus eingelebt: „Bestimmte Kunden sehe ich hier täglich oder den ganzen Tag. Man hat den Eindruck, die leben hier. Es gibt Leute, die hier frühstücken, mittag- und abendessen.“

„Obwohl ich jetzt seit über 30 Jahren hier am Haus bin, ist es für mich über den staunenden Blick unserer Kunden noch immer ein Wunderland“, bekennt Gähler. Ein Wunderland, in dem Wege mit sanften Manipulationssignalen gelenkt werden, in dem es über den Schauwert von Waren, den Umgang mit Dekoration, Beleuchtung, Farben, Düften und Musik enge Verwandtschaft zu Theaterräumen gibt.

Doch auch wenn Sir Henry die Hausanlage von Karstadt fremdnutzen darf, liegt ihm ein ironischer Umgang mit Kaufhausmusik als Soundtrack fern. Der Konzeptmusiker, der seit 15 Jahren für den Soundtrack bei Castorfs Volksbühnen-Inszenierungen sorgt, arbeitet wie das gesamte künstlerische Team von MS Schrittmacher – Autor Hartmut Schrewe, Kostümbildnerin Lorraine Göhring, die künstlerische Mitarbeiterin Efrat Stempler und Alice-Darstellerin Antje Rose – schon fast ebenso lange mit Martin Stieffermann zusammen. Statt Kunst und Wirklichkeit als Readymades zu bespiegeln, verdichtet MS Schrittmacher Tanz, Sprechtheater, Musik und Installation zu starken bildhaften Momenten.

Konsumkritik im Warenhaus wäre langweilig. „Interessant ist, wie man verführt wird“, sagt Stieffermann. Auch wenn die Raupe als DOB-Stylistin, die Grinsekatzte als Security-Mann und die falsche Suppenschildkröte als echter Ex-Soap-Star Armin Dallapiccola auftreten, ist man in einem Wunderland, in dem Sir Henry mit „absichtlich unhöflichen Klängen des Moog-Synthesizers“ die Szenen ins Surreale verrückt.

Text: Anja Quickert

Fotos: David von Becker

Alice im Wunderland

Karstadt am Hermannplatz,

Premiere: 28.3., 18 Uhr; weitere Termine: 29., 31.3., 15+18 Uhr, 30.3., 11+18 Uhr, 2.-5., 7.4., 15+18 Uhr,

Karten-Tel. 687 40 00



von [tip-Redaktion](#)

Veröffentlicht: 27.03.2012 , Zuletzt aktualisiert: 30.03.2012

Gefällt mir

14 Personen gefällt das.

[Anmelden und Kommentar schreiben](#) | [Share](#)

Kommentare

Noch kein Kommentar

[Etwas mitzuteilen? Jetzt Mitglied der tip-Community werden. | Alle Kommentare lesen](#)

ANZEIGE