



„Ich denke in Dialogen“



Zeno Stanek – einer der vielfältigsten Kulturschaffenden
des Landes – über das Schreiben, über den Tourismus,
über das Stammpublikum

Interview: Martin Lammerhuber
Fotos: Margarete Jarmer

Wir führen das Gespräch direkt am Herrensee in Litschau. Ist dies ein Platz für die persönliche Erholung oder doch ein Arbeitsplatz?

ZENO STANEK: Früher war der Platz mehr ein Freizeitplatz, aber er ist dann bald zum Arbeitsplatz geworden. Ich kenne diesen Ort schon seit meinem 20. Lebensjahr. Hier habe ich auch begonnen, Theater zu spielen. Erika Mottl, eine Litschauerin, hat hier mit Herwig Seeböck gemeinsam Sommertheater gemacht. Wir Jungen sind damals direkt vom Max Reinhardt Seminar gekommen oder andere von der Berliner Schule, um hier Theater zu spielen. Wir haben einfach angefangen, ganz einfach gemacht, und es sind sehr schöne Produktionen entstanden – direkt bei den alten Badehütten, wo jetzt viele Jahre später das Herrenseetheater steht. Es schaut so aus, als würde es schon immer dastehen – das war auch unser Ziel beim Bauen vor elf Jahren. Ja, es ist ein Arbeitsplatz geworden, aber zugegebenermaßen ein sehr, sehr schöner, wo man gerne sitzt, nachdenkt und sich mit Leuten trifft.

Sie verkörpern verschiedene Aufgaben. Sie sind Autor, Manager, Festivalleiter und haben auch einen eigenen Verlag. In welcher Rolle fühlen Sie sich am wohlsten?

ZENO STANEK: Meine Standbeine sind mir fast alle gleich lieb, weil sie auch zusammenwachsen. Ich bin mit einem Theaterverlag aufgewachsen, den schon mein Urgroßvater in den 1920er-Jahren gegründet hat. Ohne ihn wäre ich wahrscheinlich nie zum Theater gekommen, weil ich alles sehr Dramatiker- und Dramatik-basierend sehe. Damit habe ich auch viele Zugänge zu Autorinnen und Autoren und weiß natürlich mehr,

was hier läuft. Das unternehmerische Denken habe ich auch über den Verlag kennengelernt, welchen ich letztendlich auch übernehmen durfte. Das hat mir sicherlich auch geholfen, dass ich eine Leitungsposition inne habe, dass ich jetzt ein Festival leite, ein Theaterdorf und auch einen Hotelbetrieb. Theater und Hotel, Gastronomie und Hotellerie sind in irgendeiner Weise doch verwandt, weil sie ähnliche Strukturen haben und Können brauchen und voraussetzen.

Wie haben Sie die Hauptphase der Covid-Zeit erlebt?

ZENO STANEK: Eine ganz schwierige Zeit und wenn wir ehrlich sind, sind die meisten Theater noch dabei, sich von diesem Schock zu erholen. Bühnenverleger zu sein ist genauso schwierig wie Veranstalter oder in der Gastronomie und Hotellerie, die ja genauso betroffen waren und sind, aber gewisse Branchen erholen sich schneller. Ein Theater braucht eine lange Vorlaufzeit, Überlegungen, Spielpläne und Besetzungen.

Sie sind Mitbegründer des Schreibworkshops „Schreibzeit“. Wird die Kunst des Schreibens zu wenig verfolgt?

ZENO STANEK: Es ist noch viel Platz nach oben und vor allem geht es um die Frage, wie man die Schreibkunst an die nächste Generation weitergibt. Dramatisches Schreiben ist überhaupt eine eigene Kunstform, wenn man eben für Bühnen etwas schreibt. Das kann erreicht werden, wenn man viel ins Theater geht, Theaterproduktionen sieht, die wirklich Dialogisches bringen. Es braucht Menschen, die mit einer gewissen Begabung diese Kunst vermitteln können. Es ist ganz wichtig, dass man als Bühnenverleger auch die Möglichkeit hat, mit den Autorinnen und Autoren zu arbeiten. Das ist eine unglaublich langwierige Aufgabe – man muss sich gemeinsam hinsetzen, mit jungen Autorinnen und Autoren sprechen, vor allem über ihre Werke.

Das klingt alles sehr schwierig und zeitintensiv.

ZENO STANEK: Es gibt natürlich diverse Workshops, wo man das lernen kann, aber es geht grundsätzlich um ein intensives Arbeiten. Es braucht eine

Grundbegabung für einen Dialog. Man braucht sich nur selbst zu beobachten, wie man denkt. Ich denke zum Beispiel nur in Dialogen. Ich höre immer nur Dialoge, wenn ich nachdenke, und deswegen sind meine Denkweise und mein Leben immer im Dialog.

Was hat die Corona-Zeit mit den Künstlerinnen und Künstlern gemacht?

ZENO STANEK: Es war eine extrem schwierige Situation. Am Anfang war es vielleicht noch spannend, weil man überlegt hat, wie man Musik oder Theater ins Internet bringt und wie man das in eine digitale Form umsetzen kann. Das mag vielleicht zu Beginn lustig gewesen sein, aber jede und jeder braucht das Publikum. Alle sind darstellende Künstlerinnen und Künstler und das geht über den Bildschirm nicht.

Wenn es etwas Positives für die Kultur gegeben hat, dann vielleicht, dass man wieder verstärkt auf Kunst und Kultur aufmerksam geworden ist und dass gesagt wurde, „das geht mir ab“.

ZENO STANEK: Die Erkenntnis, dass man Kultur braucht, ist sicher angekommen. Aber tragischerweise ist auch die Gewohnheit, sie ins Leben einzubauen, wieder sehr schnell verfliegen. Im Moment kämpfen die Theater mit den Zuschauerzahlen.

WORDRAP

Green Event: Wir waren die Ersten im Kulturbereich.

Werbeoffensive: Vielfältiges Marketing.

Mohnfeld: Rote Weite.

Sehnsucht: Ruhe.

Professionalität: Kommunikation.

Souffleuse: Muschel.

Begeisterung: Gänsehaut.

Wertschätzung: Team.

Spuren: Wald.

Ist dies Unsicherheit oder Bequemlichkeit?

ZENO STANEK: Es gibt verschiedene Komponenten und hier vor allem die Unsicherheit, sich anzustecken. Es wurde aber auch Angstmache betrieben, dass man sich im Theater ansteckt. Und es hat sich auch eine Gewohnheit eingeschlichen, denn man ist draufgekommen, dass es zu Hause schön ist, dass man es sich bequem machen kann, und damit ist ein bisschen der Biedermeier-Schwung zurückgekehrt.

Merkt man, dass Menschen von einer gewissen Routine vom Konzert- oder Theaterbesuch nun eher auf „Stand-by“ umgestiegen sind?

ZENO STANEK: Die Menschen sind vorsichtiger und abwartender geworden und es werden Entscheidungen, ob man in eine Vorstellung geht, kurzfristiger getroffen. In der Covid-Zeit haben die Menschen auf der einen Seite lieber auf den Vorverkauf zurückgegriffen, damit man etwas sicher hat, und auf der anderen Seite, dass man es bei einem Lockdown wieder unkompliziert zurückgeben kann. Das ist eine Form der Sicherheit, die das Publikum braucht.

Wie schaut es im Vertrieb aus? Muss man auch neue Wege im Marketing gehen?

ZENO STANEK: Wenn man glaubt, es weiterhin so machen zu können, wie man es immer gemacht hat, dann irrt man. Man muss gewisse Segmente neu erobern und das Publikum erreichen. Die jüngere Generation muss man sehr stark über soziale

„Die Menschen sind vorsichtiger und abwartender geworden und es werden Entscheidungen, ob man in eine Vorstellung geht, kurzfristiger getroffen.“

Medien ansprechen. Ich habe überhaupt erst lernen müssen, was das bedeutet – und vielleicht so wie viele andere in der Kulturszene es auch ein bisschen belächelt. Es gibt aber Profis, derer man sich bedienen kann. Was braucht man in der Werbung? Bilder, es muss schnell gehen, man muss etwas damit erzählen können und die Bilder müssen sich bewegen. Man muss verstehen, was die Jugend braucht, und man muss ihre Sprache lernen.

Mit Ihren Festivals sprechen Sie auch verschiedene Zielgruppen an.

ZENO STANEK: Beim Schrammelklang-Festival sprechen wir die Leute zwischen 30 und sagen wir 60 bis 70 Jahren an. Beim Theaterfestival sprechen wir beide Zielgruppen an, aber wir haben auch ein ganz junges Publikum ab 18 Jahren und ein starkes Segment zwischen 20 und 30 Jahren. Die „Alten“ kommen zuschauen, weil sie sich dann sehr jung fühlen, und sie genießen diese eigene, tolle Stimmung. Unser Publikum ist eine Mischung aus Studierenden aus der Schauspielschule, kulturinteressierten Jugendlichen und Menschen, die sonst vielleicht ins Burgtheater gehen.

Trotzdem gibt es noch den klassischen Folder und das Programmheft?

ZENO STANEK: Vertrieb ist für mich eine persönliche Dienstleistung und dass man den Menschen im wahrsten Sinn des Wortes etwas nahebringen will. Die klassische Drucksorte ist noch nicht vorbei, denn man sitzt gerne auf der Bank und schaut sich länger mit haptischem Erlebnis diese Programmhefte an. Natürlich kann man auch aufs Handy schauen und nachgoogeln, aber ich glaube, dass die Vielfalt zum Erfolg führt.

Braucht es nicht mehr als nur eine Aufführung, um das Publikum zu bekommen?

ZENO STANEK: Man muss Gesamtpakete anbieten und deshalb gibt es hier nicht eine Theaterproduktion, sondern ein ganzes Festival. Wir möchten den Menschen einen ganzen Tag lang eine gute Zeit beschern. Kunst und Kultur können die Region beleben, aber die Region muss verstehen, dass sie sich für Kunst und



Kultur engagieren muss. Der Tourismus muss lernen, die Kraft, die Chance und den Geist von Kunst und Kultur zu verstehen.

Wann wird das Publikum zum Stammpublikum?

ZENO STANEK: Dass man vom Besucher zum Stammpublikum wird, hat in erster Linie mit Identifikation zu tun. Ich identifiziere mich mit der Kunst, mit den Künstlerinnen und Künstlern und weiß, was ich hier bekomme. Man muss spüren, dass man den Dialog will. Ich bin immer mit meinem Stammpublikum in Kontakt und bekomme hier unglaublich bereichernde Tipps. Als Intendant versuche ich, das Festival aus der Sicht des Publikums zu sehen. Als Regisseur muss man letztendlich immer den Zuschauerblick haben. Was kann ich dem Publikum geben? Woran kann es sich reiben? Unser Festival ist sicher keine Schmusveranstaltung, sondern wir sind ein Festival, wo Experimente erlaubt sind.

Sie sprechen vom Dialog. Aber leben wir nicht in einer Zeit, wo alles verkürzt ausgesprochen und geschrieben wird?

ZENO STANEK: Mit dieser Verkürzung leidet nicht nur grundsätzlich der Dialog, sondern es geht eine ganz wichtige Dimension verloren, nämlich die der Emotion. Es spielt sich schon sehr viel am und über das Handy ab, und um die Verkürzung ein bisschen abzufedern, wurden Emojis

geschaffen, wo man mit einem Augenzwinkern, Smiley oder Daumen hoch wieder Emotion reinbringen möchte. Man gibt dem Geschriebenen dann eine Art von gestalterischer Emotion. Am besten ist noch immer der direkte Dialog, die persönliche Ansprache, weil Sprache senden und empfangen nur emotional sein kann.

Merken Sie, dass sich manche Menschen immer mehr zurückziehen?

ZENO STANEK: Wir erleben jetzt eine Rückkehr zum Biedermeier. Aber das sind Wellenbewegungen, bei denen es dann sicher auch wieder in eine andere Richtung gehen wird. Bei uns im Theater- und Feriendorf wollen wir den Menschen einen Raum geben, um außerhalb der digitalen Medien etwas zu erleben. Wir wollen die Fantasie beflügeln. In unserem eigenen Fantasieraum kann man Neues entwickeln, kreativ sein, von der Welt abrücken und ein bisschen verrückt sein. Das schönste Kompliment erfahren wir oft von Schulklassen nach Workshops, in denen gesagt wurde: „Das waren die schönsten Tage in meinem Leben.“ Gerade nach der Corona-Zeit geben wir vielen wieder Platz und Raum, um ihre eigene Kreativität erwachen zu lassen. Theater kann den Menschen rausholen – egal welche Generation.

Sie haben hier in Litschau einen Fantasiedachboden. Kann es sein, dass Sie vielleicht demnächst einen Fantasieort oder eine Fantasieregion kreieren?

ZENO STANEK: Das fühlt sich gut an, weil wir uns hier schon fast wie in einer Märchenwelt befinden – man hat die unberührte Natur, den Weg und den See, man erlebt das Strandbad, das Niedermoor, aber auch einen schicken, tollen Ort. Hier kann man zu jeder Jahreszeit die Fantasie in alle Richtungen laufen lassen. Hier kann man nicht nur erfinden, sondern auch erleben, spielen, Geschichten erzählen und erfahren und man kann sich märchenhaft fühlen, wenn man will. Ja, die Fantasieregion hat schon etwas. Wenn man hierherfährt, wird man inspiriert, und wenn man wieder nach Hause fährt, dann ist man hoffentlich eine lange Zeit von diesem Ort gestärkt.

Sie haben vor Kurzem einen neuen Kulturschauplatz eröffnet – nämlich „Das Moment“, eine ganz besondere Location für Aufführungen aller Art. Warum dieser Titel „Moment“?

ZENO STANEK: Es geht um den Augenblick, um das Im-Moment-Sein und um das Wahrnehmen des Augenblicks. Allein durch unsere Mobiltelefone sind wir immer darauf bedacht, alles abzuspeichern. Kaum ist ein emotionaler Moment da, geht es nicht, den Augenblick wahrzunehmen und zu genießen, sondern man zückt das Mobiltelefon und macht ein Foto oder versucht ein Video zu drehen. Letztendlich wird man vom wirklichen Moment, der beseelen kann, einfach abgelenkt. Für das Theater wiederum ist der Moment ganz wichtig, weil man im Moment sein muss, um wirklich authentisch auf der Bühne zu wirken. Wer hier ist, kann sehr, sehr viele Momente erleben. Wir haben für das Gebäude bewusst diesen Titel gewählt, weil die heutige Gesellschaft Mut braucht, Momente zu erleben, um diese Momente wieder für sich zu entdecken und wahrzunehmen.

Das Theaterfestival „Hin & Weg“ trägt heuer den Titel „Vorfahren“. Hier geht es anscheinend um einen längeren Moment?

ZENO STANEK: Beim Theaterfestival versuchen wir immer, einen Titel zu finden, um den wir dann unsere Stücke bilden. Vorfahren ist in vielerlei Bedeutung zu verstehen. Es geht natürlich um unsere Vorfahren, es geht aber auch um uns als Vorfahren. Damit sind wir dann wieder im

Moment, weil wir auch Vorfahren sind. Das, was wir jetzt tun, hat Auswirkungen auf unsere Nachfahren. Die Entscheidungen, die wir jetzt treffen, die treffen wir als Vorfahren. Wir müssen Überholtes zurücklassen und wir müssen vordenenken und handeln. Wenn wir jetzt „100 Jahre Niederösterreich“ feiern, dann geht es auch darum, wie Niederösterreich in 100 Jahren noch beisammen ist. Das geht nur dann, wenn wir als Vorfahren die Denkprozesse gestalten.

Ihre Initiativen haben auch einen gesellschaftspolitischen Aspekt – also mehr als nur Musik, Natur und Gastro?

ZENO STANEK: Die gesellschaftspolitische Auseinandersetzung hat 2012 mit dem Stück „Die letzten Tage der Menschlichkeit“ gestartet. Das hat so toll funktioniert, hat Wellen geschlagen und damit ging unsere gesellschaftspolitische Arbeit eigentlich so richtig los. Alles war im Stück drinnen – die Flüchtlingsfrage, der Krieg, aber auch der Klimawandel. Wir wissen vieles schon lange, aber wir lassen es einfach zu oder verdrängen es. Ein Festival dieser Art hat auch mit gesellschaftspolitischer Auseinandersetzung zu tun, damit, Dinge zu verstehen, aufzunehmen und auch zu verändern.

War das auch der Grundgedanke, dass Sie hier aus einem ehemaligen Ferienresort eben ein Theater- und Feriendorf gemacht haben?

ZENO STANEK: Es geht immer um das Tun, um die Tat. Es hat sich hier einiges ergeben und wir haben eben das Theater- und Feriendorf gegründet.



„Wir erleben jetzt eine Rückkehr zum Biedermeier. Aber das sind Wellenbewegungen, bei denen es dann sicher auch wieder in eine andere Richtung gehen wird.“

Wir haben es übernommen, denn sonst wäre das Ganze den Bach runtergegangen, und damit wäre viel Schaden für die Region bzw. die Tourismusregion entstanden. Wir haben den ganzen Bereich auch übernommen, weil eine Bildungsvision dahintersteckt. Wir wollen das Theater dazu nutzen, um die emotionale Auseinandersetzung mit uns und dem Leben wieder in den Vordergrund zu rücken – Kinder, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen – und Kunstgenuss braucht Bildung. Wir wollen zeigen, dass Kunst und Kultur nicht im Elfenbeinturm passieren, sondern wir wollen zeigen, wie darstellende und bildende Kunst entstehen und was man dazu braucht. Die Menschen müssen verstehen, wie Theater funktioniert, und diese Vermittlung ist viel besser, als über Subventionen und Auslastung zu sprechen. Unsere Aufgabe ist es, den Menschen das Theater ein bisschen näherzubringen und ihnen zu zeigen, was es kann. Deshalb: Kunstgenuss braucht Bildung!

Ihre Projekte sind wirtschaftlich innovativ, aber auch stark mit einer sozialen Innovation verknüpft.

ZENO STANEK: Das Unternehmerische ist wichtig, denn wenn man nicht überlebt, dann gibt es das Ganze einfach nicht. Auf der anderen Seite muss man die Menschen heranzuführen, zusammenführen und sie erreichen. Es wäre gefährlich, wenn man über das Marketing sagen würde: „Kommt ins Kunst- und Kulturhotel.“ Niemand muss, wenn er ins Theaterdorf kommt, eine Rolle

spielen oder muss sich verkleiden. Wir machen das ganz einfach – wir bieten Dinge an, wir zeigen Dinge auf, aber jeder kann sich auf das einlassen, was er gerade will. Wer Ruhe will, findet sie hier, aber wenn jemand etwas Kontroversielles haben möchte, findet er dies genauso. Wir vermitteln hier ein gesellschaftliches und gesellschaftspolitisches Handwerk und jeder kann für sein Leben seinen persönlichen Nutzen daraus ziehen.

Sie haben hier die Region belebt. Wie sehen Sie Initiativen gegen die Leerstandsflächenbekämpfung?

ZENO STANEK: Leerstandsflächen sind ein ganz großes Thema. Auch unser Projekt „Moment“ ist letztendlich ein Recycling-Projekt eines Leerstands. Eine alte Tennishalle, wo kaum noch jemand Tennis gespielt hat, marode und kaputt. Dann hat man sich die Frage gestellt: „Was kann man daraus überhaupt noch machen?“ Ich bin hier in Litschau mit Leerstand in Kontakt gekommen, weil wir unsere Theaterproduktionen, Lesungen und so weiter in die Stadt hineinbringen und da in verschiedene Leerstände hineingehen. Das hat zur Folge gehabt, dass Menschen plötzlich in ein leerstehendes Gebäude, in eine Fabrik, in ein Geschäft oder auf einen Dachboden gekommen sind und dann gesagt haben: „Hier ist es ja eigentlich wunderschön.“ Mit der Zeit habe ich viele Schauplätze nicht mehr gehabt, weil sie verkauft und renoviert wurden. Dann war es mit dem Leerstand vorbei.

Hat das Landleben noch ein viel größeres Zukunftspotenzial?

ZENO STANEK: Ich glaube, mit der zunehmenden Digitalisierung werden immer mehr Leute entdecken, dass sie auch am Land leben und arbeiten können. Das mobile Arbeiten, aber auch der Trend zur Viertagewoche forcieren das Landleben. Die Menschen nehmen wahr, dass sie am Land eine viel höhere Lebensqualität haben als in der Stadt. Ich glaube, dass wir es schaffen und teilweise schon geschafft haben, auch Kunst und Kultur, die eine Stadt ausmachen, hier aufs Land zu bekommen. Wenn wir es schaffen, dass die Bildungsinstitutionen für die Kinder da sind, werden immer mehr Leute gerne aufs Land ziehen und hier einfach leben. Ich möchte die Stadt nicht verteufeln, aber es ist manchmal sehr wichtig wegzufahren, um beim Zurückkehren die Dinge wieder einem neuen Licht zu sehen. □

Das vollständige Interview finden Sie auf www.kulturregionnoe.at

ZENO STANEK

Regiestudium am Max Reinhardt Seminar; Regietätigkeiten Stuttgart und Temeswar; Schauspielhaus Salzburg; Gründer des Theaters Brauhaus; Besitzer des Kaiser & Co Bühnenverlages; Intendant des Schrammelklangfestivals; Theaterfestival Hin & Weg; Geschäftsführer des Theater- und Feriendorfes Königsleiten

