

FAUST am Goetheanum 2004

Schlussbericht

Dornach, 18. Oktober 2004

1. Einleitung

Die Goetheanum-Bühne, Teil des Stammhauses der Allg. Anthroposophischen Gesellschaft, inszeniert in periodischen Abständen Goethes Faust in textgetreuen Aufführungen. Die erste Aufführung mit der ungekürzten Uraufführung von Faust fand im Sommer 1938 statt. Sie hat den Namen des Goetheanum – eine der markantesten Kulturstätten der Schweiz – seither weit in den deutschsprachigen Kulturraum hinaus getragen. Daraus entstanden ist eine Kontinuität von FAUST-Sommerfestspielen.

Auf der Grundlage der Inszenierung von Marie Steiner kam es 2004 zu einer völligen Neuinszenierung. *FAUST am Goetheanum 2004* zeigte Gesamt-Aufführungen im Rahmen von Sommerfestspielen, wie sie schon in der Vergangenheit stattgefunden haben. In Ergänzung zu diesen Festspielen, bei denen sich Faust vorwiegend an anthroposophische Kreise richtete, wurde mit der Neuinszenierung auch die Absicht verfolgt, an eine breitere Öffentlichkeit zu treten. Mit der Unterstützung der öffentlichen Hand sowie der offenen Hand von Gönnern, Stiftungen und Sponsoren aus der Privatwirtschaft wurden zusätzliche Wochenendangebote von Faust Gesamt-Aufführungen, sowie von Faust I und Faust II geschaffen.

11'000 Besucher¹, darunter 1'500 Schüler/Jugendliche, haben *FAUST am Goetheanum 2004* gesehen und sich mit diesem Klassiker der deutschen Literatur auf unterschiedlichste Weise auseinandergesetzt. Knapp ein Viertel der Besucher hatten zum ersten Mal einer Veranstaltung an der Goetheanum-Bühne beigewohnt. Sie haben wesentlich dazu beigetragen, dass der angestrebten Öffnung des Goetheanum bzw. von Faust ein Erfolg beschieden wurde.

2. Ausgangslage

Der Entschluss, Faust 2004 am Goetheanum neu zu inszenieren, wurde 2001 gefasst; zwei Jahre nach den FAUST-Sommerfestspielen zum 250. Geburtstag Goethes im Jahre 1999², und ein Jahr nach der von Peter Stein reklamierten „Erstaufführung“ des gleichen Werkes an der Weltausstellung in Hannover im Jahre 2000. Für die Regie konnte Wilfried Hammacher, ein ausgewiesener Kenner von Faust und der Goetheanum-Bühne gleichermassen, gewonnen werden. Für die Eurythmie zeichnete Carina Schmid verantwortlich. Im Zentrum der Neuinszenierung stand die Arbeit mit Farbe, Licht, Sprache und Eurythmie; die Gestaltung des Bühnenbildes wurde auf das Wesentliche reduziert.

Aus organisatorischen Gründen wurde eine Etappierung des Projekts in vier Phasen (Planungs-, Vorbereitungs-, Aufbau- und Aufführungsphase) vorgenommen. Somit konnten Fehlentwicklungen zeit- und objektgerecht identifiziert und allfällige Neubeurteilungen und/oder entsprechende Korrekturen vorgenommen werden. Mit der Planung von *FAUST am Goetheanum 2004* wurde im Frühjahr 2002 begonnen.

1) ohne Besucher der Werkstattaufführungen

2) 1999 waren es insgesamt 6'000 Besucher

Die Proben zu Faust begannen im Herbst 2002. Bereits ab März 2003 war es möglich, der Öffentlichkeit einzelne Szenen in so genannten Werkstattaufführungen zu zeigen. Diese „work-in-progress“-Vorstellungen ermöglichten es bis zu einem gewissen Grad die Publikumsresonanz zu testen. Allerdings wurde damit auch eine interne Konkurrenz geschaffen, indem sie Besuchern von ebendiesen Voraufführungen die Motivation nahmen, den gesamten Faust im Folgejahr zu sehen. Parallel zu den Werkstattaufführungen wurden Workshops und Einführungen zu Faust in Schulen in der Schweiz und in Deutschland angeboten.

Die Premiere fand vom 1. bis 3. April 2004 statt.

Die Grössenordnung des Projekts sowie die damit verbundene Suche nach Öffentlichkeit machten es unumgänglich, Strukturen und eine Trägerschaft zu schaffen, welche über das bisher am Goetheanum Praktizierte hinaus reichten. Während es auf der ideellen Seite gelang, ein hochkarätiges Patronatskomitee zu konstituieren, kam auf der materiellen Seite eine Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand zu Stande. (- > *Kapitel 4: Trägerschaft/Kooperationen*)

Im administrativen Bereich, insbesondere in den Sparten Marketing, Verkauf und Vertrieb, wurde bei *FAUST am Goetheanum 2004* auf neue, zuweilen unkonventionelle Massnahmen abgestellt. Hervorzuheben sind hier Partnerschaften bzw. Kooperationen mit Transport-, Freizeit- und Tourismusunternehmen und -organisationen sowie mit Medien und (Weiter-) Bildungsinstitutionen.

Eine ursprünglich geplante Zusammenarbeit mit „Science et Cité“ hatte sich indessen schon früh zerschlagen, da mangels Finanzierung nicht sichergestellt werden konnte, dieses Projekt im Jahre 2004 durchzuführen.

Obwohl das höchst mögliche Ziel, ein permanent ausverkauftes Haus, nicht erreicht wurde, kann bei einer Besucherzahl von 11'000 und einer kumulierten Auslastung von 66 % von einem Erfolg gesprochen werden³. Dieser Erfolg wird vor dem Hintergrund der grossen Teilnahme Jugendlicher und der vielen Erstbesucher, insbesondere aus dem näheren Einzugsgebiet des Goetheanum, d.h. der Nordwestschweiz, noch verdeutlicht. Rechnet man die Werkstattaufführungen hinzu, so hat sich die Besucherzahl 2004 im Vergleich zu den Faust-Festspielen von 1999 mehr als verdoppelt.

Insgesamt haben 121 Personen bei *FAUST am Goetheanum 2004* mitgewirkt; der Regisseur, 30 SchauspielerInnen, 37 EurythmistInnen, 15 MusikerInnen, 31 TechnikerInnen und 7 Personen im administrativen Bereich. Hier nicht eingeschlossen sind Personen von Drittparteien, welche auch am Projekt beteiligt waren.

3) Demographische Angaben über die Besucher der Wochenendaufführungen, Tagungen und Sommerfestspielen:

Herkunft: 54 % aus der Schweiz; 34 % aus Deutschland; 12 % aus übrigen Ländern

Geschlecht: 38 % männlich; 62 % weiblich

Alter: 4 % bis 29 (ohne 1'500 Teilnehmer an den Schüler-/Jugendprogrammen);

8 % 30 – 39; 17 % 40 – 49; 20 % 50 – 59; 34 % 60 – 69; 17 % 70 und darüber

Beruf: 26 % Angestellte, 22 % Selbständige, 34 % Rentner, 18 % übrige

3. FAUST – ungekürzt, textgetreu

Faust ist gleichbedeutend mit 21 Stunden klassischem Theater. Ein Besuch von *FAUST am Goetheanum 2004* bot die Möglichkeit, für einen Moment in eine andere Welt einzutauchen, in diejenige des inneren und äusseren Ringens um Wahrheit, in diejenige der Magie oder in diejenige von intensivem Theater. Je nach Aufführung setzte ein Besuch aber auch ein gewisses Mass an Planung und Zeitreserve voraus, dauerte die längste Variante doch fünf Tage (einschliesslich Workshops), die kürzeste immerhin noch 7 Stunden reine Spielzeit.

Mit insgesamt 17 öffentlichen Aufführungen in 4 ½ Monaten hat die Goetheanum-Bühne eine ihrer grössten Herausforderungen angenommen. Der speziellen Situation gehorchend, entschied die Regie deshalb die Hauptrollen doppelt zu besetzen, so dass es alternierend zu leicht abweichenden Interpretationen kam. Um dem z.T. für solch extreme Schauspiellängen ungewohnten Publikum entgegenzukommen, wurden verschiedene Aufführungsvarianten angeboten: Faust Gesamt an einem verlängerten Wochenende ab Freitagabend, Faust I an einem Samstag oder Sonntag und Faust II von Samstag bis Sonntagnachmittag. Die Faust Oster- und Pfingsttagungen, die Faust-Sommerfestspiele sowie das Faust-Jugendfestival fanden wie in früheren Jahren verteilt auf vier bis sechs Tage statt.

Zur Vereinfachung der organisatorischen Abläufe wurden die Karten einschliesslich der Mahlzeiten und des ÖV-Transfers verkauft. Die Besucher hatten somit die Möglichkeit, sich während der Aufführung in den dafür vorgesehenen Pausen gemeinschaftlich zu verpflegen. Für die Fahrt zwischen Bahnhof Basel SBB und Dornach konnte wahlweise der Zug oder das Tram benutzt werden, und für die so genannte letzte Meile, d.h. zwischen Bahnhof Dornach und dem Goetheanum, stand den Besuchern von Faust Wochenende zu den Anfangs- und Schlusszeiten ein kostenloser Shuttle-Bus zur Verfügung.

3.1 FAUST Wochenende

Mit dem Ziel vor Augen, *FAUST am Goetheanum 2004* einem möglichst breiten Publikum, d.h. über die Anthroposophische Gesellschaft hinaus zugänglich zu machen, ist der Veranstalter das Wagnis der kompakten Wochenendaufführungen von Faust Gesamt mit einer Spielzeit von 21 Stunden von Freitagabend bis Sonntagnachmittag eingegangen. In Ergänzung dazu wurden mit Faust I (7 Stunden Spielzeit) und Faust II (14 Stunden Spielzeit) alternative Angebote für „Einsteiger“ bzw. für „Kenner“ geschaffen. Das Angebot FAUST Wochenende wurde im gesamten deutschsprachigen Raum intensiv beworben. Nebst dem Kartenverkauf über das hauseigene Tagungsbüro wurden insbesondere in der Schweiz zusätzliche Vertriebskanäle instrumentalisiert. So war es beispielsweise dank der Zusammenarbeit mit RailAway möglich, an jedem SBB-Schalter Karten zu kaufen, welche nebst dem Besuch der Faust-Aufführung auch zur ermässigten Bahnfahrt vom Wohnort nach Basel, bzw. Dornach sowie zum Gratistransfer zwischen Basel und Dornach/Goetheanum berechtigten.

Erwartungsgemäss waren die Aufführungen von Faust Gesamt und diejenigen von Faust I gut besucht. In der Detailbetrachtung fällt auf, dass ein Teil von wiederkehrenden Besuchern anstelle einem Sommerfestspiel dem kompakten FAUST Wochenende den Vorzug gab. Unter den Besuchern von Faust I war eine grosse Anzahl von Erstbesuchern auszumachen, von denen sich wiederum viele das Angebot von RailAway zunutze machten.

Die Faust Wochenend-Aufführungen wurden von insgesamt 5'501 Personen besucht; 2'754 bei Faust Gesamt (5 x), 2'137 bei Faust I (4x) und 610 bei Faust II (2 x). Interessanterweise stiessen die Samstagdaten des je zwei Mal an einem Samstag und einem Sonntag aufgeführten Faust I auf eine grössere Nachfrage. (- > *Besucherstatistik im Anhang*)

3.2 FAUST Oster- und Pfingsttagung

Beide Angebote knüpften an die Tradition der Goetheanum-Bühne früherer Jahre an, Schauspiel mit Themendiskurse und Workshops zu ergänzen. Während die Teilnehmer tagsüber ein Rahmenprogramm bestritten, besuchten sie abends den ungekürzten Faust, verteilt auf vier bzw. fünf Tage.

Das Rahmenprogramm von Faust Ostern umfasste geisteswissenschaftliche Betrachtungen zur Karwoche und thematisierte Faust als Osterdrama; dasjenige von Faust Pfingsten beinhaltete eine Tagung unter dem Titel „Goethe zwischen Ost und West“, die Impulse des Dichters sowie ihre jeweiligen Auswirkungen in verschiedenen Kulturen und Religionen betrachtete.

Beide Programme waren mit 665 Teilnehmern zu Ostern bzw. mit 621 Teilnehmern zu Pfingsten gut besucht.

3.3.FAUST Sommerfestspiele

Auch hier setzte die Goetheanum-Bühne ihrer Tradition folgend das FAUST Aufführungsprogramm 2004 mit drei (fünf im Jahre 1999) Sommerfestspielen fort. Ihnen identisch war die Aufführung des Werks über fünf Tage. Unterscheiden liessen sie sich in ihrem anspruchsvollen Rahmenprogramm: Vorträge, Seminare und Workshops ermöglichten die intensive Auseinandersetzung mit den vom Dichter in seinem Lebenswerk angelegten Themenbereichen und Fragestellungen. Den Auftakt zu den ersten beiden Festspielen bildete jeweils die 7. Symphonie von Ludwig van Beethoven in einer Eurythmie-Aufführung. Am Anfang des dritten Sommerfestivals stand die „Faust-Symphonie“ von Franz Liszt.

Die drei FAUST Sommerfestspiele wurden von insgesamt 1'734 Teilnehmern besucht, wobei beim 1. Festspiel die grösste Besucherzahl registriert wurde.

Ebenso wie schon zu früheren Sommerfestspielen veranstaltete die Goetheanum-Bühne 2004 mit und um Faust ein internationales Jugendfestival. Begegnung und Austausch standen hierbei im Mittelpunkt. Nach anfänglich enttäuschendem Interesse – was wohl darauf zurückzuführen ist, dass sich die Jugend heute nach veränderten Kriterien eher kurzfristig mobilisieren lässt – war es dennoch gelungen, 723 Besucher für die Teilnahme am diesjährigem Festival zu bewegen. Auffallend war das Durchschnittsalter der Teilnehmer, welches wesentlich tiefer als in vorangegangenen Jahren lag. Dies lässt den Schluss zu, dass Faust – sowie der Wunsch und der Wille, sich auch im modernen Kontext damit auseinanderzusetzen - nichts an Aktualität verloren hat.

3.4 FAUST Spezial

Einhergehend mit den mit der Finanzierung durch die öffentliche Hand vereinbarten Auflagen, *FAUST am Goetheanum 2004* nicht nur einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen, sondern darüber hinaus insbesondere auch Schüler (und Lehrer) in geeigneter Form an das Stück und dessen Neuinszenierung heranzuführen, wurden spezielle Programme für die Oberstufe ausgearbeitet. In Lehrerfortbildungs- und zwei Schülerprogrammen, je eines zu Faust I und zu Faust II, gelang es, die für ein Ganztagesprogramm zum Teil von weit her angereisten Teilnehmer mit Einführungen, Besuch von ausgewählten Szenen und Diskussion in Workshops für den Stoff zu begeistern.

Das Lehrerprogramm wurde von 1'060 Teilnehmern, die beiden speziellen Schülerprogramme von 720 Teilnehmern besucht.

Zu einem aussergewöhnlichen Schulterschluss kam es mit dem Theater Basel, welches Faust in einer stark gekürzten Fassung vor dem Goetheanum auf die Bühne brachte; kurz vor der Dornacher Faust-Premiere wurde zu einer so genannte Stafettenübergabe eingeladen, anlässlich derer die beiden Inszenierungen gegenübergestellt und die daraus abzuleitenden Fragestellungen öffentlich diskutiert wurden.

4. Trägerschaft / Kooperationen

4.1 Trägerschaft

Um *FAUST am Goetheanum 2004* eine Brücke zur Öffentlichkeit, und umgekehrt der Öffentlichkeit eine solche zum Goetheanum zu bauen, wurde im Sinne einer ideellen Trägerschaft ein Patronatskomitee konstituiert. Bei dessen Zusammensetzung⁴ wurde auf einen zwar ausgewogenen, aber betont nicht-anthroposophischen Kreis von Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Kultur geachtet. Diesem Vorgehen lag die Überlegung zu Grunde, ein in der Sache neutrales, in der Qualität hoch stehendes Image nach aussen zu vermitteln.

Im Rahmen der materiellen Trägerschaft gelang es aufgrund der Initiative des Kulturbeauftragten des Kantons Basel-Landschaft, die Nordwestschweizer Kantone (SO, BL, BS, AG, ZH, BE) zusammen mit dem Bundesamt für Kultur zu einer finanziellen Unterstützung von insgesamt CHF 1,34 Mio. Franken zu bewegen, wobei die Kantone Basel-Landschaft, Solothurn und Basel-Stadt den Löwenanteil übernahmen. Traditionell der autonomen Finanzierung durch die Allg. Anthroposophische Gesellschaft, Gönner und den Erlös aus Kartenverkauf verpflichtet, war es das erste Mal, dass sich die Goetheanumbühne an die öffentliche Hand für eine finanzielle Unterstützung wandte.

4) Ruth Dreifuss, alt Bundesrätin; Otto Stich, alt Bundesrat; Hans Fünfschilling, Ständerat BL; Ruth Gisi, Regierungsrätin SO; Urs Wüthrich, Regierungsrat BL; Kurt Henzi, Gemeindepräsident Dornach; Adolf Muschg, Schriftsteller und Präsident der Akademie der Künste Berlin; Rüdiger Safranski, Schriftsteller und Philosoph; Michael Gruner, Intendant Städtische Bühnen Dortmund; Michael Schindhelm, Intendant Theater Basel; Dimitri, Mime; Hans Linnartz, alt Direktor Musik-Akademie Basel; Paul Mackay, Vorstandsmitglied der Allg. Anthroposophischen Gesellschaft

An der materiellen Trägerschaft waren ferner die Iona-Stichting, Amsterdam; die Gemeinnützige Treuhandstelle e.V., Bochum; die Mahle-Stiftung, Stuttgart; die Evidenz-Stiftung, Arlesheim; die Rudolf Steiner Foundation, San Francisco; sowie über 500 nicht namentlich erwähnte Gönner und Förderer beteiligt.

4.2 Kooperationen

Dass ein Projekt von dieser Grössenordnung nach den Umständen angepasste Strukturen ruft, liegt auf der Hand. So wurden für den Verkauf und Vertrieb der Karten – der Vorverkauf wurde im November 2003 eröffnet -, in Ergänzung zum Direktverkauf durch das hauseigene Tagungsbüro, Kooperationen u.a. mit RailAway, Basel Tourismus, Basler Zeitung eingegangen und bewirtschaftet. Vergleichbares wurde auch für den Bereich Marketing/Werbung aufgebaut. (- > Kapitel 5)

Die Zusammenarbeit mit RailAway ermöglichte es Besuchern aus der ganzen Schweiz, Karten zu *FAUST am Goetheanum 2004* an jedem SBB Bahnhof zu kaufen. Diese schlossen die ermässigte Bahnfahrt und den Transfer nach Dornach bzw. zum Goetheanum mit ein. Basel Tourismus wiederum bot insbesondere ausländischen Besuchern Faust-Packages inkl. Übernachtung und touristisches Rahmenprogramm an. Die Basler Zeitung ihrerseits trat nicht nur als Medienpartner mit Leseraktionen auf, sondern verkaufte auch Faust-Karten an ihrer eigenen Vorverkaufsstelle an zentraler Lage in Basel. Weitere Kooperationen für den Ticketverkauf – allerdings im kleineren Rahmen – wurden mit Angestelltenverbänden, mit Reisebüros und mit der Volkshochschule beider Basel (welche auch zwei Kursmodule zu Faust in ihrem Programm aufnahm) vereinbart. Mit der deutschen Wochenzeitung „DIE ZEIT“ wurde ein viel beachtetes Gewinnspiel veranstaltet.

Aus qualitativer Sicht haben diese Kooperationen vor allem einen Werbevorteil gebracht. So war es möglich, *FAUST am Goetheanum 2004* über die klassischen Kanäle hinaus einer weit grösseren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Quantitativ mag die Bilanz allerdings eher durchzogen ausfallen. Während sich über RailAway vor allem Karten für Faust I absetzen liessen, verkauften sich über die Basler Zeitung vorwiegend ermässigte Karten im Zusammenhang mit den Leseraktionen. Eher nüchtern darf das Ergebnis der Zusammenarbeit mit Basel Tourismus bezeichnet werden. Obwohl detailliert dargestellt, fiel das Faust-Angebot der schlechten Besucherführung auf der Homepage von Basel Tourismus zum Opfer. Kommt hinzu, dass aus strategischen Überlegungen, Basel Tourismus in dieser Periode Basel als Museumsstadt (Tutanchamun) in den Vordergrund stellte. (- > *Kooperations-, Vertriebs- und Medienpartner im Anhang*)

5. Marketing / Werbung

Die entsprechenden Aktivitäten waren so ausgelegt, dass die drei Hauptzielgruppen Anthroposophische Gesellschaft, regionales Publikum im Umkreis bis 100 km, sowie internationales Publikum im gesamt deutschsprachigen Raum mit unterschiedlicher Intensität und mit differenzierten Massnahmen angesprochen werden konnten.

Als überdachendes Instrument fungierte die eigene Homepage www.faust-goetheanum.ch, welche laufend aktualisiert wurde und interessierten Kreisen als Informationsquelle mit Veranstaltungsdaten, Medientexten und -reaktionen und Fotos zur Verfügung stand.

Im Sinne der klassischen Werbung wurde vorab mit zwei Instrumenten operiert: Einsteckbeilagen (im Herbst 2003 zu „Faust-Gesamtprogramm“ und im März 2004 zu „Faust am Wochenende“ in einer Auflage von je 250'000 Exemplaren) und Anzeigen. Als Träger dienten Fach- und Special-Interest Titel in der Schweiz, Deutschland und in Österreich, ergänzt durch die Basler Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, Badische Zeitung und DIE ZEIT. Darüber hinaus wurden Mitglieder von Goethe-Gesellschaften in Europa und von ausgewählten Theatervereinigungen im In- und Ausland mit oben genannten Drucksachen direkt angeschrieben.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit RailAway wurden in den Bahnhöfen der deutschsprachigen Schweiz Flyer ausgelegt und Plakate ausgehängt. In den Verkehrsbetrieben der Region Basel wurde zudem Fahrgastwerbung mit Hängekarton betrieben. Und mit der Tramdachreklame auf ein paar Kompositionen der Baselland Transport kam es wohl zu einer Werbung der aussergewöhnlicheren Art.

Wenn allenthalben erklärt wird, dass der Werbung ein kleines Verdienst der Besuchermobilisierung zufällt, so muss dies im richtigen Licht gesehen werden. Natürlich trifft es zu, dass langjährige Mitglieder der Anthroposophischen Gesellschaft und regelmässige Besucher der Veranstaltungen der Goetheanum-Bühne eher über die Mundpropaganda und weniger über die Werbung zum Besuch von *FAUST am Goetheanum 2004* bewegt wurden. Andererseits ist es aber erst durch die verstärkte Werbung gelungen, beim nicht strukturierten Publikum überhaupt ein Interesse für Faust bzw. für die Goetheanum-Bühne zu wecken. Nicht zuletzt auch mit der breit angelegten Kampagne von und mit RailAway wurde die von vielen Seiten angemahnte Öffentlichkeit (zum Teil) geschaffen. Auch wenn diese noch nicht in grossem Masse auf das Angebot reagiert(e), so ist mit dem knappen Viertel der Besucher, welches im Hinblick auf Faust das erste Mal einer Veranstaltung am Goetheanum beige-wohnt hat, ein Anfang gemacht. So gesehen war das Marketing für *FAUST am Goetheanum 2004* auch eine Investition in die Zukunft.

6. Presse / Medienarbeit

Das Pressereferat konzentrierte sich vorwiegend auf die Bereitstellung von Hintergrundinformationen, die Vermittlung von (Proben)Besuchs- und Gesprächsterminen sowie die Aufbereitung der Homepage. Nebst der individuellen Betreuung von Journalisten wurde zu zwei Medienkonferenzen geladen. Die erste rund ein Jahr vor der Premiere, die zweite zur Premiere. Daneben gab es unzählige individuelle Medienkontakte vor und während der Aufführungen.

Das Interesse der Medien an *FAUST am Goetheanum 2004* galt u.a. der Frage, wie es dem Veranstalter mit der Neuinszenierung gelingen würde, den Klassiker in einer zeitgemässen Form auf die Bühne zu bringen und über die traditionelle Besuchergemeinde hinaus, neue Zielgruppen zu erschliessen. Im Vergleich zu anderen Veranstaltungen am Goetheanum und früheren Faust-Inszenierungen überraschte die unerwartet grosse Anzahl von Rezensionen, Kritiken, Interviews, Begleitungen und

Berichten (rund 200 Beiträge in Print, Radio und Fernsehen). Mit *FAUST am Goetheanum 2004* ist es gelungen, ein Medienecho zu erzeugen, welches weit über das bisher gekannte Mass hinausging. Nebst den grossen Titeln der schweizerischen und zum Teil der deutschen Tagespresse wurde Faust und das Goetheanum vor allem in Special-Interest und Fachmedien und - erstaunlicherweise – auch in unzähligen Titeln der (schweizerischen) Provinzpresse thematisiert.

6. Öffentliche vs. veröffentlichte Wahrnehmung

Zwischen diesen beiden Wahrnehmungspolen ist zuweilen eine Diskrepanz festzustellen. Besucher äussern sich in den Befragungen, abgesehen von kritischen Rückmeldungen zur Aufführung und zu organisatorischen Mängeln, eher positiv zum Gesamtbild von *FAUST am Goetheanum 2004* und zum Willen, an der Goetheanum-Bühne etwas verändern zu wollen. Andererseits ist in der Presse ein recht durchzogenes Bild wahrnehmbar, das einen weiten Bogen zwischen Akzeptanz und Ablehnung spannt. Weniger zu überraschen mag die Tatsache, dass sich der Anthroposophischen Gesellschaft nahe stehende Medien tendentiell positiv(er) äusserten, während es gewisse Titel der Tages- und zum Teil der Fachpresse (genauer: deren Journalisten) nicht nehmen liessen, in bisweilen bissigen Beiträgen und Kommentaren *FAUST am Goetheanum 2004* mitsamt des Veranstalters zu hinterfragen.

6.1 Öffentliche Meinung

Mangels systematisch zu diesem Zweck geführten qualitativen Interviews, ist es nicht einfach, die öffentliche Meinung repräsentativ zu reflektieren. Als einzige annähernd verlässliche Quelle mögen die statistisch strukturierten Besucherbefragungen herhalten, welche allerdings auch zu einer Vielzahl von organisatorischen Aspekten erhoben wurden. Ohne auf die Details eingehen zu wollen, seien hier ein paar Feststellungen hervorgehoben:

- Das Echo der Zuschauer ist überwiegend positiv. Relativiert wird dieser positive Eindruck durch viele kritische Rückmeldungen zur Aufführungen.
- Bemerkenswert ist, dass die Zuschauer Faust mit 94 % eine hohe gesellschaftliche Aktualität zusprechen. Ein grosser Teil findet das Stück geistig sehr anregend.
- Sowohl die Tagung als auch das Theater entspricht zum überwiegenden Teil den Erwartungen der Besucher.
- 23 % der Besucher sind zum ersten Mal am Goetheanum. Diese Zahl ist wohl repräsentativ für den Anteil derer, die wegen Faust erstmalig ans Goetheanum gekommen sind. Das mag, gemessen an den Bemühungen der Öffentlichkeitsarbeit, gering erscheinen. Man muss das aber im Verhältnis zum Image des Goetheanum in der Öffentlichkeit insgesamt sehen. Mit einer Kampagne für Faust (Produkt) kann man nicht erwarten, dass sich das Image des Goetheanum (Markt) sofort verändern würde.

- Will man Zielgruppen von Besuchern unter 50 und ohne anthroposophische Lebensauffassung gewinnen, so muss der Stil sicherlich überdacht werden. Gleichzeitig darf man die treue und tragende Mitgliedschaft nicht verprellen. In diesem Generationenwechsel liegt die anspruchsvolle Aufgabe für den zu gestaltenden Übergang und eine Öffnung des Hauses in Richtung Öffentlichkeit. (- > ausgewählte Resultate der Besucherumfrage im Anhang)

6.2 Veröffentlichte Meinung

Wie erwähnt, wird *FAUST am Goetheanum 2004* von den Medien(-schaffenden) in einem recht uneinheitlichen Licht gezeichnet. Nebst der zum Teil harten Kritik ist mitunter ein hämischer Unterton augenfällig. Oft wird dem Veranstalter vorgehalten, dass der Anspruch (sich zu öffnen) nicht mit der Wirklichkeit (die Goetheanum-Bühne ist und bleibt eine Spielstätte für Anthroposophen) übereinstimmt. Demgegenüber gibt es auch viel Lob und Anerkennung für das Gebotene. Nachfolgende Beispiele mögen helfen, die Medienstimmung zu verdeutlichen:

- Viel Geld für eine Weltanschauung (...) Ich hoffe, es gelinge den Anthroposophen das bisherige Umfeld zu durchbrechen.
- Das Goetheanum ist anders geworden. Wörter wie RailAway-Ticket und Workshop werden nicht mehr als Hochverrat empfunden und entsetzen niemanden mehr. Man darf über Geld reden, man bekommt hemmungslos mitgeteilt, was die Faust-Inszenierung gekostet hat.
- Der Dornacher Faust machte deutliche Schritte vom Hügel herunter; z.B. durch eine Ko-operation mit den SBB, die den Mephisto aus dem Goetheanum auf unzählige Flyer brachte. Oder durch den Dialog mit dem Theater Basel, das fast zeitgleich ebenfalls den Faust inszenierte.
- Vor allem aber spielen sie in Dornach die Vorstellung, die wir traditionell von einer Theater-vorstellung haben: Kunst sei erhaben, sei etwas Erhebendes für die gehobenen Stände zur Erlangung höherer Gefühle und Weihen (...) So wahr der Faust dort oben auf dem Zauber-berg des Goetheanums den gebührenden Sicherheitsabstand zur Realität dort unten.
- Neue Offenheit (...) Seit einer Reihe von Jahren ist am Goetheanum ein Prozess der Öffnung in Gang gekommen, der nicht nur in der Schweizer Kulturwelt positiv bewertet wird. Zunehmend mehr wird der Erfahrungsaustausch mit Bühnenschaffenden aus aller Welt gesucht und gefunden.
- Das Goetheanum pflegt eine im Rest der Welt längst ausgestorbene Sprech- und Spiel-tradition, die eine andere Art zu hören und zu sehen fordert und fördert (...) Der Besucher hat das bestimmte Gefühl, mitten im grössten Goethe-Fanclub gelandet zu sein.
- Verpasste Chancen (...) Über 20 Stunden dauert das Ereignis, aber immerhin sind die Stühle im grossen Saal bequem gepolstert, alles Organisatorische klappt vorzüglich (...) Doch was auf der Bühne geboten wird, ist selbst für Wohlgesinnte schwer verdaulich (...). Ein Inferno an Licht, Farbe, Bewegung, Klang – eine unaufhörliche Berieselung, von der nichts Substantielles zurückbleibt, (...)

eine (...) Verlogenheit. Und das an einem Ort, der sich bemüht, mehr als die Oberflächen zu beleuchten! Der als Kompetenzzentrum für Goethes Dichtung sein könnte! Indem z.B. die Fessel so genannter Werktreue endlich gelockert wird, (...) auch wirklich Neues versucht wird, ein Faust für drei und einer für acht Stunden. Ausgestattet mit Elementen, die Steiners Forderung nach „Zeitgenossenschaft“ ernst nehmen.

6.3 Nachgängige Journalistenbefragung

Dass die Suppe nicht immer so heiss gegessen wird wie gekocht, ist hinlänglich bekannt. In einer zwei Wochen nach Abschluss von *FAUST am Goetheanum 2004* gemachten Umfrage bei ausgewählten Journalisten, welche Faust besucht und darüber geschrieben haben, wurden interessante, zum Teil abweichende Urteile über Faust nachgelegt. Nachfolgend eine Zusammenfassung der wichtigsten Voten:

Auf die Frage, ob die Inszenierung die Erwartungen erfüllt hat, antwortet die Mehrheit positiv. Bei der differenzierten Betrachtung wird allerdings hervorgehoben, dass, obwohl Gefallen an der Dichte der Aufführung, der Ernsthaftigkeit, der schlichten Stimmung im und um das Goetheanum gefunden wurde, man sich als „Aussenstehende“ recht ausgeschlossen und fremd fühlt. Wünschenswert wäre ein bisschen Komik, (Selbst)Ironie, Leichtigkeit, Spontaneität, List, Experimentierlust...

Weiter können sich fast alle befragten Journalisten eine gekürzte Faust-Variante nicht nur vorstellen, sondern halten eine solche sogar für begrüssenswert. Dabei wurden auch Mischformen angeregt – szenenweise spielen, lesen, besprechen.

Bei der Beurteilung der anthroposophischen Elemente (Eurythmie) in Faust fiel das Verdikt eher zu Gunsten einer Überdenkung aus. Eine Mehrheit attestierte Mühe damit, verstand ihren Sinn/ihr Vokabular nicht und empfand sie gelegentlich auch befremdlich, szenisch recht aufdringlich.

Ob es mit *FAUST am Goetheanum 2004* gelungen ist, (eine) Öffentlichkeit zu schaffen, wird bedingt bejaht, da vereinzelt auf die Gefahr hingewiesen wird, dass dieser Erfolg – da keine Nachhaltigkeit feststellbar ist - von kurzer Dauer sein könnte.

Die Frage schliesslich, ob die Mitträgerschaft der öffentlichen Hand gerechtfertigt war, wird praktisch unisono positiv beantwortet. Punktuell wird hier auch die Chance ins Spiel gebracht, dass sich (endlich) etwas ändert...

7. Finanzielle Aspekte

Ursprünglich in einer Grössenordnung von CHF 13 Mio. veranschlagt und schliesslich mit CHF 12 Mio. budgetiert, gelang es *FAUST am Goetheanum 2004* mit Gesamtausgaben von CHF 11,75 zu reali-

sieren. Denen gegenüber stehen Einnahmen von CHF 11,61 Mio., so dass die Rechnung mit einem Fehlbetrag von CHF 0,14 Mio. abschliesst.

Auf der *Ausgabenseite* beliefen sich die Aufwendungen für die künstlerische Mitarbeit mit CHF 6,3 Mio. leicht über Budget. Die Kosten für die Garderobe bzw. Kostüme schlugen infolge vieler Neuanschaffungen mit knapp CHF 1,5 Mio. massiver als vorgesehen zu Buche. Hingegen kam die Bühnentechnik und das Bühnenbild mit erheblich weniger Mitteln aus, so dass sich die entsprechenden Gesamtausgaben im vorgesehenen Rahmen hielten. Die Aufwendungen für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit beliefen sich auf CHF 1,02 Mio.; sie entsprechen 8,6 % der Gesamtausgaben.

Auf der *Einnahmenseite* vermochten die Erlöse aus Kartenverkauf die Zielvorgaben nicht zu erreichen; die eingespielten Mittel liegen mit CHF 3,13 Mio. (27 % der Gesamteinnahmen) deutlich unter Budget. Bei näherem Hinsehen fällt allerdings auf, dass dieses Ergebnis den Einnahmen aus Wochenendaufführungen zuzuschreiben ist, schliessen doch die Einnahmen aus Tagungen und Sommerfestspielen besser als vorgesehen ab. Gründe für die tieferen Einnahmen aus Wochenendaufführungen mögen sein: Schwierigkeit abzuschätzen, wie viele Besucher tatsächlich von diesem Angebot Gebrauch machen; erhebliche Anzahl von Kartenverkäufen mit Preisnachlässen über Drittkanäle (RailAway, Basler Zeitung etc.).

Bei den Unterstützungen überrascht insbesondere der Anteil von Spenden, welcher mit knapp CHF 2,4 Mio. (!) 20 % über Budget liegt. Demgegenüber belaufen sich die Zuwendungen der öffentlichen Hand auf CHF 1,34 Mio.^{5, 6} – oder 11,4 % der Gesamteinnahmen - etwas tiefer als budgetiert. Hier ist darauf hinzuweisen, dass die beantragten und tatsächlich bewilligten Summen nicht in allen Fällen übereinstimmen.

In Bezug auf die Selbstfinanzierung kann man somit von soliden Verhältnissen sprechen. Zählt man den Deckungsbeitrag des Goetheanum bzw. der Allg. Anthroposophischen Gesellschaft von CHF 4,74 Mio. (40,35 % der Gesamteinnahmen) zu den Einnahmen aus Verkauf von CHF 3,13 Mio. hinzu, so ergibt es einen Eigenfinanzierungsgrad von 67 %.

(-> *Finanzübersicht im Anhang*)

5) Kantone - Basel-Landschaft: 450'000.-; Solothurn: 300'000.-; Basel-Stadt: 270'000.-; Zürich: 50'000.-; Bern: 40'000.-; Aargau: 30'000.-; Bundesamt für Kultur: 200'000.-.

6) Theoretisch lässt sich aus der Unterstützung der öffentlichen Hand eine „Subventionierung“ von 121 Franken pro Ticket ableiten. Da aber diese Mittel für das gesamte Projekt eingesetzt wurden – auch für die Werkstattaufführungen, welche zusätzlich von mehr als 2000 Personen besucht wurden –, so dürfte dieser Wert auf unter 100 Franken sinken, weit tiefer als zum Beispiel beim Theater Basel.

8. Ausblick

Die Tatsache, dass 11'000 Besucher die Einladung zum Besuch von Faust angenommen haben, zeigt zweierlei Erkenntnisse: Erstens, dass das Produkt einem Bedürfnis entspricht; zweitens, dass die

Goetheanum-Bühne mit ihrer Programmgestaltung und dem damit verbundenen Öffnungsprozess auf dem richtigen Weg ist. Das erstaunlich gute Feed-back auf die im September/Oktober 2004 veranstaltete Vier-Länder-Tournee „Symphonie/Eurythmie 2004“ vermag dies noch zu unterstreichen.⁷ Mit dem anstehenden Schwerpunktprogramm Schiller (ab November 2004) sucht die Goetheanum-Bühne an diesen Erfolg anzuknüpfen. Gleichzeitig darf aber nicht ignoriert werden, Gängiges zu hinterfragen und Neues zu entwickeln – eine Herausforderung, die es anzunehmen gilt, wenn der Weiterbestand der Goetheanum-Bühne gewährleistet sein soll.

Die Goetheanum-Bühne ist und bleibt eine weit in den deutschen Sprachraum hinein wirkende Spielstätte für Theater, Eurythmie und Musik. Sie will und kann nicht Stadttheater-Ersatz sein. Im Zentrum steht die Suche nach der inhaltlichen Botschaft, insbesondere im klassischen und modernen Schauspiel. In Bezug auf die wiederkehrenden Inszenierungen von Goethes Faust und den Mysteriendramen Rudolf Steiners steht die Frage nach deren Anpassung an die veränderten Publikumsbedürfnisse an. Nebst Theater veranstaltet die Goetheanum-Bühne im Bereich Schauspiel auch Workshops und Themendiskurse über Literatur, Kunst und Zeitfragen. Ausgewählte Programme – als Eigen- oder Koproduktion – gehen regelmässig auf Tournee im In- und Ausland.

Mit der Eurythmie betreibt die Goetheanum-Bühne ein Unikat, wenngleich immer noch vorwiegend für ein anthroposophisches Publikum. Sie ist dabei gleichermassen Instanz und Autorität. Doch vor dem Hintergrund der zunehmenden Popularität der Kunstform Tanz, öffnen sich hier interessante Möglichkeiten, neue Besuchersegmente an die Eurythmie heranzuführen. Eine Chance, die es unbedingt zu nutzen gilt. (Siehe „Symphonie/Eurythmie 2004“).

Im Bereich Musik geht es vor allem darum, eine Plattform für Veranstalter und/oder für Kooperationsprojekte zur Verfügung zu stellen. Im Vordergrund steht die Vermittlung Neuer Musik.

Der mit Faust eingeleitete Öffnungsprozess ist erst ein Anfang, doch er ist unumkehrbar. Im Hinblick auf die angemahnte Nachhaltigkeit bedarf es einer intensiveren Pflege neuer Publikumssegmente. Um dies zu realisieren, verfolgt die Goetheanum-Bühne eine der Situation angepasste Programmgestaltung. Darüber hinaus wird ein engerer Austausch mit Publikum, Gönnern und Umwelt gesucht. Zu diesem Zweck wird die Gründung eines Förderkreises geprüft.

7) Koproduktion mit dem Else-Klink-Ensemble Stuttgart und dem Festival Orchester Basel: 17'000 Besucher an 19 Aufführungen in der Schweiz, Deutschland, Österreich und den Niederlanden.

9. Anhang

- Mitwirkende
- Besucherstatistik

FAUST am Goetheanum 2004, Schlussbericht

- Kooperations-, Vertriebs- und Medienpartner
- Finanzübersicht
- Ausgewählte Resultate der Besucherumfrage
(nur Ostertagung und 1. Faust Wochenende)
- Ausgewählte Presseartikel