

# Lady in the Dark

## Oper

Lady in the Dark  
Musical Play von Kurt Weill

---

Musik und Gesangstexte von Kurt Weill und Ira Gershwin,  
Buch von Moss Hart  
Deutsche Fassung von Roman Hinze

---

2 Stunden 45 Minuten mit einer Pause

---

In deutscher Sprache  
Mit deutschen Übertiteln  
With English surtitles

---

Liza Elliott – Delia Mayer  
Russell Paxton – Stefan Kurt  
Charley Johnson – Gabriel Schneider  
Kendall Nesbitt – Martin Hug  
Randy Curtis – Jan Rekeszus  
Miss Foster – Marion Wulf  
Miss Stevens – Valentina Inzko Fink  
Ben Butler – Manuel Nobis  
Alison Du Bois – Esther Randegger

---

In weiteren Rollen: Boguslaw Bidzinski, Karl-Heinz Brandt,  
Carmela Calvano Forte, Emily Dilewski, Sonja Goltz,  
Alicia Lehmann, Frauke Willimczik, Vivian Zatta

---

Tänzer\*innen: Kenzie Brousson, Davide De Biasi,  
Alexander Hallas, Hannah Kelly, Alicia Lehmann,  
Ayako Nakano, Camryn Pearson, Shayna Weintraub

---

Chor des Theater Basel  
Statisterie des Theater Basel  
Sinfonieorchester Basel

Musikalische Leitung – Thomas Wise  
Inszenierung – Martin G. Berger  
Bühne – Sarah Katharina Karl  
Kostüme – Esther Bialas  
Choreographie – Marie-Christin Zeisset  
Videodesign – Vincent Stefan  
Lichtdesign – Roland Edrich  
Chorleitung – Michael Clark  
Dramaturgie – Meret Kündig

---

Leitung der musikalischen Abteilung – Thomas Wise  
Pianist\*in / Coach – Iryna Krasnovska, Leonid Maximov  
Musikalische Assistenz – Christian Rombach  
Regieassistenz / Abendspielleitung – Ulrike Jühe  
Regiehospitantz – Julika Modro  
Kostümassistenz – Anna Michaelis  
Kostümhospitantz – Louisa Sütterlin  
Bühnenbildassistenz – Jana Furrer  
Bühnenbildhospitantz – Karla Helena Bukowa  
Choreographiehospitantz – Gabriele Bruschi  
Inspizienz – Jean-Pierre Bitterli  
Beleuchtungs- und Videoinspizienz – Emilien Calpas  
Übertitelung – Riku Rokkanen / Lea Vaterlaus

Technischer Direktor – Joachim Scholz  
Bühnenobermeister – Mario Keller  
Bühnenmeister – Jason Nicoll, Tobias Vogt  
Leitung der Beleuchtung – Roland Edrich  
Beleuchtungsmeister – Benjamin Zimmermann  
Leitung Tonabteilung – Robert Hermann, Stv. Jan Fitschen  
Ton – Cornelius Bohn, Timothy Ferns  
Video – David Fortmann, Lukas Wiedmer  
Leitung Möbel / Tapezierer – Marc Schmitt  
Leitung Requisite / Pyrotechnik – Mirjam Scheerer  
Requisite – Zae Csitéi, Tim Fiedler, Frederike Malke-Recinos,  
Corinne Meyer, Ayesha Schnell, Bernard Studer-Liechty,  
Hans Wiedemann  
Leitung Bühnenelektrik – Stefan Möller

---

Werkstätten- / Produktionsleitung – René Matern,  
Oliver Sturm, Gregor Janson  
Leitung Schreinerei – Markus Jeger, Stv. Martin Jeger  
Leitung Schlosserei – Joel Schwob, Stv. Tobias Schwob  
Leitung Malsaal – Oliver Gugger, Stv. Andreas Thiel  
Leitung Bühnenbildatelier – Marion Menziger  
Leitung Kostümabteilung – Karin Schmitz, Stv. Anna Huber  
Gewandmeister Damen – Mirjam von Plehwe, Stv. Gundula  
Hartwig, Antje Reichert  
Gewandmeister Herren – Ralph Kudler, Stv. Eva-Maria Akeret  
Kostümbearbeitung / Hüte – Rosina Plomaritis-Barth,  
Liliana Ercolani  
Kostümfundus – Murielle Véya, Olivia Lopez Diaz-Stöcklin  
Ankleidedienst – Mario Reichlin (Teamleitung), Julia Stöcklin,  
Gönül Yavuz, Anja Oelhafen, Nienke Bodenheim, Laura Marty,  
Gerlinde Baravalle, Yannick Gasser, Florentino Mori,  
Charlotte Christen, Stefanie Drechsle, Raquel Ray Ramoz,  
Natalie Hauswirth, Desirée Müller, Jessica Kube  
Leitung Maske – Elisabeth Dillinger-Schwarz  
Maske – Daniela Hoseus, Susanne Tenner, Samara Bamert,  
Carolina Schorr, Tamina Widmer

Die Ausstattung wurde in den hauseigenen  
Werkstätten hergestellt.

---

Aufführungsrechte: Musik und Bühne  
Verlagsgesellschaft mbH, Wiesbaden

---

Uraufführung am 23. Januar 1941 Alvin Theater, New York City

---

Premiere der Neuproduktion am 29. Oktober 2022  
Theater Basel



# Handlung

## 1. Akt

Die Moderedakteurin Liza Elliott ist mit den Nerven am Ende. Sie erzählt ihrer Therapeutin von einem Wutausbruch in der Redaktionssitzung.

### Glamour-Traum

Sie erinnert sich an einen Traum, in dem ihre Mitarbeiter\*innen vorkommen. Liza selbst ist ein glamouröser Star und wird von einem Maler porträtiert. Doch der Traum entpuppt sich als Alptraum und das Porträt als Enttäuschung: es zeigt Liza als unscheinbare graue Maus.

In der Redaktion. Es gilt, das nächste Cover zu entscheiden: das klassische Ostermotiv oder ein neuartiges Zirkusbild. Liza ist entscheidungsunfähig. Der gefeierte Influencer Randy Curtis soll für das Magazin fotografiert werden. Er kennt Liza von früher, sie erinnert sich aber nicht an ihn. Liza und der junge Kollege Charley geraten aneinander. Mitten im Chaos taucht Lizas Lebenspartner Kendall auf. Er teilt ihr mit, dass er sich endlich von seiner Frau getrennt habe, damit er und Liza heiraten können. Zu Kendalls Überraschung freut sich Liza nicht darüber.

### Hochzeits-Traum

Auch in ihrem nächsten Traum treten Personen aus ihrem echten Leben auf. Diesmal träumt sie von der Hochzeit mit

Kendall. Doch da kommt Randy Curtis auf einem weissen Pferd angeritten erklärt ihr seine Liebe. Auch dieser Traum endet katastrophal und Liza stellt fest, dass sie nicht weiss, was sie will.

Eine neue Therapiesitzung, ein neuer Tag in der Redaktion. Lizas Konflikt mit Kendall spitzt sich zu. Auch mit Charley streitet sie sich wieder. Spontan beschliesst sie, mit Randy auszugehen.

## 2. Akt

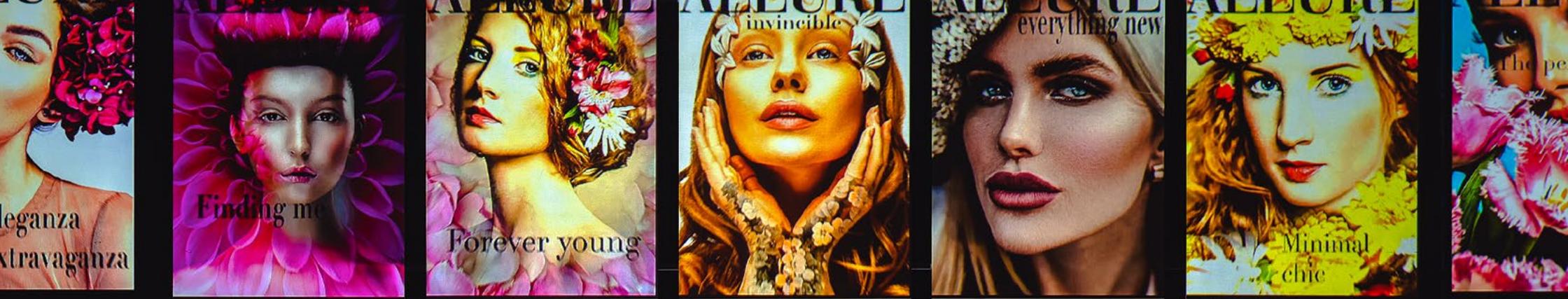
### Zirkus-Traum

Liza steht vor einem seltsamen Tribunal. Von allen Seiten wird sie angeklagt, weil sie sich nicht entscheiden kann: Ostern oder Zirkus, Randy oder Kendall, Kontrolle oder Rücktritt? Zu ihrer Verteidigung singt sie das Lied von Jenny, die für jede Entscheidung von der Gesellschaft verurteilt wurde und deswegen beschloss, sich nicht mehr zu entscheiden.

### Kindheits-Traum

In der Therapie erinnert sich Liza an ihre Kindheit. Es fällt ihr ein, dass ihr Vater sie zur Konkurrentin ihrer schönen Mutter machte. Auch in der Schule konnte sie dem Rollenbild der Prinzessin nicht gerecht werden. Liza will sich endlich davon freimachen.

In der Redaktion. Zur Überraschung aller versöhnt sich Liza mit Charley und bietet ihm an, das Magazin gemeinsam zu leiten. Ab sofort will sie die Inputs der jungen Kolleg\*innen ernst nehmen. Voller Tatendrang stürzt sich das Team in die Arbeit.



# Eine Chefin in der Krise

**Regisseur Martin G. Berger und Dirigent Thomas Wise  
im Gespräch mit der Dramaturgin Meret Kündig**

**Meret Kündig:** Kurt Weill ist in den 30er Jahren in die USA emigriert und hat dort für den Broadway komponiert. Ist *«Lady in the Dark»* ein typisches Broadway-Musical?

**Thomas Wise:** Was die Form angeht, hat Weill mit *«Lady in the Dark»* etwas völlig Neues erfunden. Das Stück besteht aus Dialogszenen und vier durchkomponierten Musikstücken, die Lizas Träume darstellen: eine Art Mini-Opern mit Orchestermusik, Gesang und Ballett. Eine sehr ungewöhnliche Setzung, die eng mit der inhaltlichen Struktur des Stücks verbunden ist.

**Martin G. Berger:** Am Broadway gab es unterschiedliche Formen, die sich im Laufe der Zeit entwickelt haben. Als Weill in den USA ankam, dominierten revueartige Stücke, in denen die Songs nicht viel mit der Story zu tun hatten. Später wurden sie stärker inhaltlich integriert noch später, etwa bei Sondheim, funktionierten sie eher als Kommentare. *«Lady in the Dark»* vereint all diese Aspekte, was es zu einem sehr besonderen Stück macht.

**MK:** Inwiefern ist Kurt Weill in dieser Phase seines Lebens zu einem «amerikanischen Komponisten» geworden?

**TW:** Wenn man sich die Musik aus Weills amerikanischer Zeit anhört, könnte man meinen, er hätte sein ganzes Leben dort verbracht. Aber er war ein musikalisches

Chamäleon. In seiner Brecht-Phase hatte seine Musik eine jazzige Härte. Als er dann in den dreissiger Jahren nach Frankreich emigriert ist, hat er den französischen Stil aufgegriffen, sein Lied *«J'attends un navire»* wurde sogar zu einer Hymne der Résistance. Aber gleichzeitig macht sich auch seine Ausbildung – erst bei Engelbert Humperdinck, dann bei Ferruccio Busoni – immer bemerkbar. In seinen frühen Jahren hat Weill sehr komplexe Werke geschrieben, Busoni hat ihn dabei klar geprägt. Und diese Komplexität hat er auch nicht verloren, obwohl ihm das manchmal in Bezug auf die amerikanische Phase vorgeworfen wird. Bei aller an die populäre Musik angelehnte Natürlichkeit der Melodien ist sein Werk voll von ungewöhnlichen, unerwarteten Harmonien und interessanten Nebenstimmen. Das zeigt sich auch bei *«Lady in the Dark»*. Es ist keine einfache Musik, aber eine Musik, die durch ihre Natürlichkeit einfach zu hören ist. Weill sagt, er habe niemals den Unterschied zwischen «ernster» und «leichter» Musik anerkannt. Es gebe nur gute und schlechte Musik.

**MB:** Das Interessante an Weill ist für mich, dass es ihm immer wichtig war, viele Menschen zu erreichen und keine Kunst für einen erlesenen Zirkel zu machen. In diesem Sinne wollte er ein populärer Komponist sein. Die Musik der Brecht-Phase, etwa in der Dreigroschenoper, hatte vielleicht eine gewisse Härte, aber es ist immer noch berührende Musik. Der Wunsch, Menschen emotional zu berühren, ist bei Weill immer gleichgeblieben, ganz unabhängig von der Phase.

**MK:** Er hat mit seiner Musik also auch immer einen bestimmten Zeitgeist aufgegriffen. Gilt das auch für die Stoffe, die er vertont hat?

**MB:** Weill war es wichtig, Themen auf die Bühne zu bringen, die das Publikum direkt ansprechen. Der Stoff von *«Lady in the Dark»* war zur Entstehungszeit tatsächlich sehr aktuell. Die Psychoanalyse war in Mode, wurde aber auch kontrovers diskutiert. Moss Hart, der Autor des Stückes, war selbst in Analyse und ein grosser Verfechter. Auch die zunehmende Berufstätigkeit von Frauen, die erstmals auch in den Chefetagen ankamen, wurde mit gesellschaftlicher Skepsis registriert. Die psychologische Krise einer Chefin auf die Bühne zu bringen, war also sehr fortschrittlich. Gleichzeitig zeigen sich in dem Stück auch problematische Geschlechterbilder, die heute sicher stärker auffallen als in den 40er-Jahren – auch die Psychoanalyse selbst ist ja bekanntlich nicht frei davon. Auch in den Figuren und ihrem Verhältnis zueinander zeigt sich also ein Zeitgeist, damit muss man kreativ umgehen, wenn man das Stück heute aufführt.

**MK:** Welche Rolle spielt die Psychoanalyse in der musikalischen Komposition?

**TW:** Traumdeutung ist ein wichtiger Aspekt der Psychoanalyse. Und es sind wie gesagt Lizas Träume, die die Struktur des Stückes ausmachen. Zudem gibt es ein zentrales Lied, *«My Ship»*. Es ist ein Lied aus Lizas Kindheit, an das sie sich anfangs nicht vollständig erinnern kann, das ihr aber ständig im Kopf herumschwirrt. Jeder ihrer Träume beginnt mit dieser Melodie. Im Laufe des Abends kommt die Erinnerung daran nach und nach zurück, parallel zu der Aufarbeitung ihres Konflikts. Erst ganz am Ende setzt sich das Lied zusammen. *«My Ship»* ist übrigens das absolute Lieblingslied von Julie Andrews, es wurde von vielen Künstler\*innen gecovert und ist dadurch sehr bekannt geworden.

**MK:** Was ist Lizas Konflikt, womit hat sie zu kämpfen?

**MB:** Liza ist eine Person, die sehr rollenbewusst und vordergründig kontrolliert ist. Das hat auch zur Folge, dass sie sich von gesellschaftlichen Erwartungen, seien sie real oder imaginiert, sehr abhängig macht. Diese Erwartungen betreffen insbesondere ihr Verhalten und ihre Lebensentscheidungen als Frau. Sie fühlt sich immer wieder gezwungen, sich für eine Rolle zu entscheiden: Karriere- oder Ehefrau, *«Führungskraft oder Verführerin»*, wie es im Stück einmal heisst. Das hat viel mit Erlebnissen in ihrer Kindheit und Jugend zu tun, in der sie ständig bewertet wurde und sich nicht geliebt fühlte. Dazu kommt, dass sie als Leiterin eines Modemagazins die Reproduktion einer bestimmten Art von (weiblichen) Körperidealen vorantreibt – Ideale, unter denen sie selbst aber auch leidet. In unserer Lesart des Stückes merkt Liza, dass ihre Haltung diesbezüglich überholt ist: dass eine neue Generation von Mitarbeiter\*innen andere Vorstellungen von Führungsstilen und auch neue Definitionen von Schönheit aufs Tapet bringt. Das alles setzt sie sehr unter Druck und kulminiert in einer tiefen Krise. Trotzdem verteidigt sie diese überholten Werte weiter, darin kennt sie sich wenigstens aus und das gibt ihr vermeintlich Halt.

**MK:** Du interpretierst Charley und seine jungen Kolleg\*innen also als Teil einer neuen Generation. Was macht diese Generation anders?

**MB:** Ich glaube, dass sich die Arbeitswelt gerade stark verändert. Die jüngere Generation in Lizas Redaktion – eher Millennials als Gen Z – ist zwar mit den alten Strukturen aufgewachsen, wünscht sich aber einen Wandel. Flachere Hierarchien, gleichberechtigtes Sprechen, ein Bewusstsein für privilegierte Positionen.

Liza hat sich als Frau in eine Führungsposition hochgekämpft, in einer Zeit, in der es nur mit einer gewissen Verbissenheit möglich war, sich in der männlich dominierten Arbeitswelt zu behaupten. Sie hat kein Verständnis für Work-Life-Balance und Co-Working-Spaces. Und dass sie als Frau, die so hart gekämpft hat, auf einmal ihre angeblichen Privilegien als weisse, mitteleuropäische gebildete Person reflektieren soll, leuchtet ihr nicht ein. Für die jüngeren Leute, die in einer diverseren Gesellschaft aufgewachsen sind, sind diese Fragen aber zentral. Wie kommt es zur Verteilung von einflussreichen Positionen?

Es gibt da auch ein grosses Kommunikationsproblem zwischen den Generationen, das beobachte ich auch immer wieder in meinem persönlichen Umfeld. Mir war es wichtig, beide Seiten so zu zeigen, dass man sie verstehen kann. Beide sind auch ambivalent. Ich finde das wichtig für die gesellschaftliche Debatte, wo die Fronten teilweise sehr verhärtet sind. Es ist toll, dass das Stück an einem Arbeitsplatz spielt, es geht nicht nur um Liebe und Freundschaften, wie sonst oft im Theater, sondern ganz konkret auch um Arbeitsbeziehungen – ich kenne kaum ein anderes Stück, in dem das so ist.

MK: Was für eine Bedeutung hat dabei die Modewelt?

MB: Wie gesagt leidet Liza an einem Kindheitstrauma, und zwar an den Erwartungen ihrer Eltern an sie als Mädchen, denen sie nicht gerecht werden konnte. Das hat viel mit normativen Vorstellungen von Weiblichkeit und Schönheit zu tun. Und der Körper ist eben auch eines der Felder, auf dem dieser Generationenkampf ausgetragen wird. Lizas Mitarbeiter\*innen hinterfragen die Standards, auf denen die propagierte Schönheit beruht. Wen repräsentiert das Magazin eigentlich, wen nicht? Im Hinblick auf die zunehmende Diversität in unserer

Gesellschaft ist es unvermeidlich geworden, über diese Repräsentationsmechanismen nachzudenken. Die Modewelt ist viel nahbarer geworden, es werden zunehmend unterschiedlichste Körperformen und Hautfarben gezeigt mit denen sich auch «normale» Menschen identifizieren können. Sie ist, nicht zuletzt durch die sozialen Medien, auch viel demokratischer geworden. Statt Perfektion zählt Individualismus und Persönlichkeit: Influencer\*innen bestimmen den Markt. Und klar, es ist letztlich nach wie vor der Markt, der die Schönheitsstandards bestimmt, auch Diversität ist schon längst zum Label geworden. Ob diese neue Generation bei der «Allure» tatsächlich grundlegend etwas verändern kann, bleibt offen.





# Wir sind schön!

## Wie soziale Medien unsere Ästhetik verändern

Der Schönheitsbegriff hat sich drastisch gewandelt. Die Macht sozialer Medien und die Globalisierung der Modeindustrie schaffen eine Kultur, in der alle schön sein können.

### Revolution im Mainstream

In den traditionellen Modehauptstädten der Welt haben sich die Schönheitsstandards in den letzten zehn Jahren drastischer geändert als in den hundert Jahren davor. Der Fortschritt ist atemberaubend. In den letzten zehn Jahren ist die Schönheit in Gebiete eingedrungen, die zuvor als Nischen galten. Nichtbinär und Transgender gehören jetzt zum Mainstream des Schönheitsnarrativs. So wie die Rechte von LGBTQs (Lesben, Schwulen, Bisexuellen, Transgendern und queeren Personen) gesetzlich festgeschrieben worden sind, ist auch die ihnen eigene Ästhetik Teil des Schönheitsdialogs geworden. Transgender-Models erobern Laufstege und Werbekampagnen. Auf dem roten Teppich werden sie für ihren Glamour und guten Geschmack bewundert, aber auch für ihre Körper, die heute als erstrebenswert gelten.

## Soziale Medien als Katalysator

Der Katalysator für die veränderte Sicht auf die Schönheit war das Zusammenspiel digitaler Technologie, Ökonomie sowie einer Konsumentengeneration mit ausgeprägtem ästhetischem Bewusstsein. Technologie bedeutet hier: die sozialen Medien generell und Instagram im Besonderen. Der entscheidende Wirtschaftsfaktor ist der unerbittliche Kampf um Marktanteile und das Bedürfnis der Unternehmen, ihr Publikum für Produkte – von Designerkleidern bis hin zu Lippenstiften – zu erweitern. Und wie eigentlich immer heutzutage sind die Millennials die Zielgruppe neben den Babyboomern, die mit Waschbrettbauch abtreten wollen. Die sozialen Medien haben das Verhältnis jüngerer Verbraucher zur Mode verändert. Früher waren Modenschauen etwas für Insider. Sie waren nicht für die Öffentlichkeit bestimmt, und ihr Publikum sprach denselben Jargon. Allen war klar, dass die Ideen vom Laufsteg nicht wörtlich zu nehmen waren; sie scherten sich nicht um kulturelle Aneignung, Rassenstereotype und alle möglichen Ismen – oder sie waren bereit, darüber hinwegzusehen. Die Mächtigen im Modegeschäft führten die Traditionen der Mächtigen vor ihnen fort. Aber eine immer vielfältigere Schicht wohlhabender Verbraucher, ein umfassenderes Einzelhandelsnetz und eine neue Medienlandschaft zwingen die Modebranche zu mehr Verantwortlichkeit. Bekleidungs- und Kosmetikmarken achten jetzt darauf, der wachsenden Zahl von Luxusconsumenten in Ländern wie Indien und China gerecht zu werden, indem sie auf asiatische Models setzen.

### Medien als Überwacher

Doch noch kann sich die Modewelt mit fülligen Frauen nicht recht anfreunden, egal wie reich, wie berühmt oder wie hübsch ihr Gesicht sein mag. Diesen Frauen ikonischen Status

zu verleihen, fällt den Richtern der Schönheit schwer. Es ist eine psychologische Hürde. Sie brauchen Schönheiten von Eleganz und Anmut. Lange Linien und scharfe Kanten. Frauen, die in die Mustergrössen hineinpassen. Aber sie wirken nicht mehr im Vakuum, sondern in einer neuen Medienlandschaft. Normale Menschen nehmen sehr wohl zur Kenntnis, ob die Designer vielfältige Models beschäftigen; wenn nicht, dann äussern Kritiker ihren Zorn in den sozialen Medien. Durch die digitalen Medien dringen Geschichten über ausgemergelte und magersüchtige Models schneller an die breite Öffentlichkeit. Die kann heute die Modebranche unter Druck setzen und dazu bewegen, solch spindeldürre Frauen nicht mehr zu beschäftigen. Die Website Fashion Spot ist mit regelmässigen Laufstegberichten zu einer Art Wächter der Vielfalt geworden. Wie viele Models mit dunkler Hautfarbe? Mit Übergrösse? Transgender? Wie viele ältere Models? Auch alt mit unattraktiv gleichzusetzen, ist unhaltbar geworden.

### Definition von Schönheit

Die idealisierte Schönheit braucht eine neue Definition. Wer wird sie formulieren? Und wie wird sie lauten? Im Westen teilen traditionelle Medien ihren Einfluss heute mit digitalen und sozialen Plattformen und einer neuen Generation von Autoren, die in einer bunteren Welt herangewachsen ist – einer Welt mit fliessenderem Verständnis von Gender und Geschlecht. Die Generation der Millennials, der zwischen 1981 und 1996 Geborenen, hat keine grosse Lust, sich in die dominante Kultur einzufügen, sondern will sich stolz davon absetzen.

Die neue Definition der Schönheit liefert die Selfie-Generation: Menschen, die die Coverstars in ihrem eigenen Narrativ sind. Diese Schönheit definiert sich nicht über Frisuren, über Figur, Alter oder Hautfarbe. Schönheit hat immer weniger mit Ästhetik zu tun, sondern mit Selbsterkenntnis, Auftreten

und Individualität. Schönheit bedeutet straffe Arme und falsche Wimpern und eine faltenlose Stirn. Aber sie bedeutet auch: ein runder Bauch, silbrig glänzendes Haar und ganz banale Makel.

### Inklusiver Schönheitsbegriff

Körper, Gesicht, Haare – alles ist politisch geworden. Schönheit hat mit Respekt und Wertschätzung zu tun und mit dem Recht, sein zu dürfen, ohne dass man grundlegend ändern muss, wer man ist. «Own who you are», «Akzeptiere dich, wie du bist», stand bei der Modenschau der Balmain Frühjahrskollektion 2020 auf einem T-Shirt. Der Chefdesigner der Marke, Olivier Rousteing, ist für seinen inklusiven Schönheitsbegriff bekannt. Mit Kim Kardashian propagierte er slim thick als zeitgemässen Begriff für eine leicht trainierte Sanduhrfigur. Slim thick beschreibt eine Frau mit ausladendem Po, üppigen Brüsten und Schenkeln und einer schlanken, muskulösen Taille. Möglicherweise ist slim thick auch nur ein Körperideal, dem Frauen nacheifern können. Doch es gibt ihnen die Freiheit, selbst einen Begriff zu prägen, der ihren Körper beschreibt, ihn zu einem Hashtag zu machen und dann die Likes zu zählen.







## Komponist für das Theater

### Kurt Weill spricht von «praktischer Musik»

Der leise sprechende und sanft blickende Kurt Weill, den die deutschen Nazis als «Kulturbolschewisten» brandmarkten und vor sieben Jahren ins Exil vertrieben, machte es sich in einem der Sessel des Lotos Club bequem und zündete seine Pfeife an.

«Ich möchte meine Begabung, wie immer sie auch beschaffen sein mag, für praktische Zwecke benutzen», sagte er, «und sie nicht für Dinge verschwenden, die kein Leben besitzen oder die durch künstliche Mittel lebendig erhalten werden müssen. Deshalb bin ich beim Theater – beim kommerziellen Theater. In Deutschland habe ich zehn Opern geschrieben. Einige von ihnen waren sehr populär. Aber ich wurde es müde, für ein solch begrenztes Publikum zu komponieren; begrenzt nicht nur zahlenmässig, sondern emotional und intellektuell. Ich wollte die tatsächlichen Menschen erreichen, ein repräsentativeres Publikum, als es je ein Opernhaus anziehen könnte. So habe ich mir ein Theater, das ohne die Hilfe staatlicher Subventionen existiert, zum Lebenswerk erkoren.» Er machte eine Pause, um an seiner Pfeife zu paffen.

«Man hört eine Menge über die «amerikanische Oper», die eines Tages entstehen wird. Es ist meine Überzeugung, dass wir in diesem Land eine musikdramatische Form entwickeln können und werden, aber ich glaube nicht, dass sie «Oper» heissen wird oder dass sie aus der Oper erwachsen

wird, die sich zu einer Einrichtung jenseits des kommerziellen Theaters entwickelt hat und die für ihr Fortbestehen anderer Mittel bedarf als der einfachen Nachfrage an der Kasse. Diese Form wird sich aus dem amerikanischen Theater entwickeln und ein Teil von ihm bleiben – dem «Broadway»-Theater, wenn Sie so wollen. Und mehr als alles andere möchte ich einen Anteil an dieser Entwicklung haben.»

«Ich bin überzeugt, dass viele moderne Komponisten ihrem Publikum gegenüber ein Gefühl der Überlegenheit besitzen», sagte Mr. Weill. «Schönberg zum Beispiel hat gesagt, er schreibe für eine Zeit fünfzig Jahre nach seinem Tode. Aber die grossen «klassischen» Komponisten schrieben für ihr zeitgenössisches Publikum. Sie wollten, dass jene, die ihre Musik hörten, sie verstanden – und so war es. Ich für meinen Teil schreibe für heute. Ich setze keinen Pfifferling auf ein Schreiben für die Nachwelt. Und ich habe keineswegs das Gefühl, meine Integrität als Musiker zu gefährden, wenn ich für das Theater, den Rundfunk, den Film oder irgendein anderes Medium arbeite, das jene Öffentlichkeit erreicht, die Musik hören möchte. Ich habe niemals den Unterschied zwischen «ernster» und «leichter» Musik anerkannt. Es gibt nur gute und schlechte Musik.»

Weill ist als Ultramodernist bezeichnet worden, weil er nicht gezögert hat, unorthodoxe Instrumente und andere Mittel einzusetzen, um seine Gedanken und Gefühle dem Hörer zu übermitteln. «Schliesslich», so erklärt er, «kann Musik lediglich menschliche Gefühle ausdrücken. Ich würde niemals einen einzigen Takt aus rein ästhetischen Erwägungen heraus schreiben, etwa als Versuch, einen neuen Stil zu schaffen. Ich schreibe nur, um menschliche Gefühle auszudrücken. Wenn Musik wirklich menschlich ist, dann macht es keinen grossen Unterschied, wie sie übermittelt wird. Und solange sie in der Lage ist, ihre Zuhörer emotional zu erreichen, sollte ihr Schöpfer sich keine Sorgen machen wegen ihrer

möglichen Sentimentalität oder Banalität. In diesem Zusammenhang fällt mir eine Bemerkung des alten Busoni ein. Fürchten Sie sich nicht vor Banalität, sagte er mir, schliesslich gibt es lediglich zwölf Töne in der Tonleiter!» Was die Arbeit der Schöpfer von Systemen und Methoden des Komponierens angeht, so sagte Weill, er sei «äusserst interessiert an Mathematik und Puzzlespielen – aber nicht als Musiker.»





BEATUS

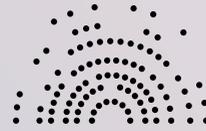
MERLIGEN-THUNERSEE

Wellness- & Spa-Hotel

#beatusmoments

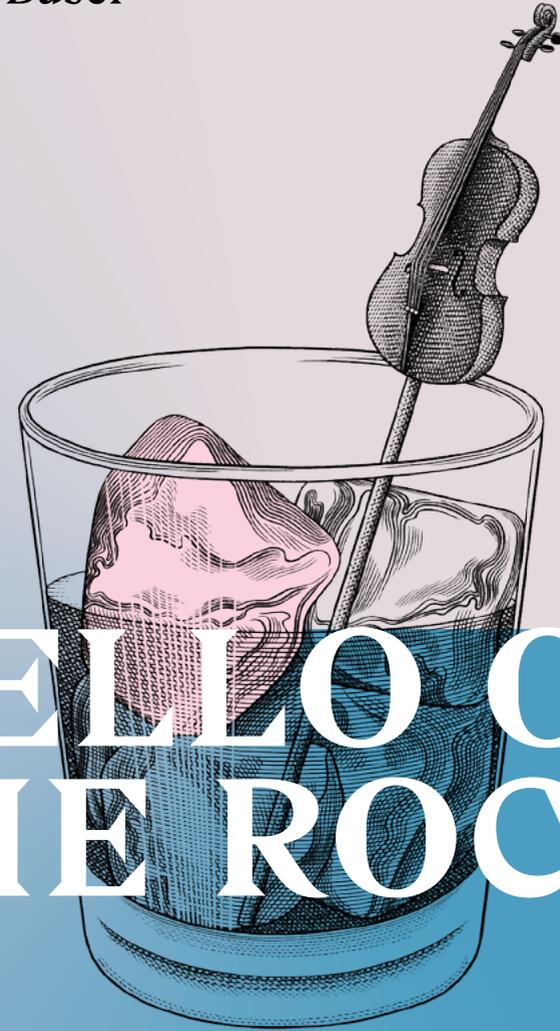


Wir wünschen  
stimmungsvolle Momente



Sinfonieorchester  
Basel

JETZT  
TICKETS  
BESTELLEN!



# CELLO ON THE ROCKS

23./24. NOV. 2022  
19.30 UHR  
STADTCASINO  
BASEL

Anders Hillborg  
Konzert für Violoncello und Orchester

Dmitri Schostakowitsch  
Sinfonie Nr. 10 e-Moll, op. 93

Sinfonieorchester Basel  
Nicolas Altstaedt, Violoncello  
Krzysztof Urbanski, Leitung  
[www.sinfonieorchesterbasel.ch](http://www.sinfonieorchesterbasel.ch)



BEATUS Wellness- & Spa-Hotel, Seestrasse 300, 3658 Merligen-Thunersee,  
033 748 04 34, [welcome@beatus.ch](mailto:welcome@beatus.ch), [www.beatus.ch](http://www.beatus.ch)



Kanton Basel-Stadt  
Kultur

Basler Zeitung

Bider & Tanner  
Ihr Kulturhaus in Basel

STADTCASINO BASEL

# THEATER BASEL SALOME



Drama von Richard Strauss  
Musikalische Leitung:  
Clemens Heil  
Inszenierung und Bühne:  
Herbert Fritsch  
Sinfonieorchester Basel

Vorstellungen:  
6./12./14.11.2022  
8./11./13.12.2022

Zum letzten Mal: 26.3.2023

theater-basel.ch/  
salome

## Impressum

Herausgeber  
Theater Basel  
Postfach  
CH-4010 Basel

Spielzeit 22/23

Intendant: Benedikt von Peter

### Textnachweise:

Robin Givhan: Wir sind schön! Wie soziale Medien unsere Ästhetik verändern (Auszüge).  
National Geographic, Februar 2020.  
William G. King: Komponist für das Theater (Auszüge).  
New York Sun, 3. Februar 1940.  
Deutsch von Jürgen Schebara.  
Die Handlung und das Interview sind Originalbeiträge für dieses Programmheft von Meret Kündig.  
Bilder: Ingo Hoehn  
Graphik: Claudiabasel

Druck: Gremper AG  
Gedruckt in der Schweiz.

Diese Drucksache ist nachhaltig  
und klimaneutral produziert  
nach den Richtlinien von FSC  
und Climate-Partner.



© 2022 Theater Basel

Die bz – Zeitung für  
die Region Basel  
ist Medienpartnerin  
des Theater Basel.

**THEATER-BASEL.CH**