

Kurzbericht

RACHEL – DAS MUSICAL

1. Projekt

Rachel – Das Musical verfolgte zwei wesentliche Ziele:

- A. Das Musical ordnet sich ein in das weite Feld der musisch-kulturellen und religiösen Bildung. Kunst und Glaube sollte im Mittelpunkt stehen, politische und soziale Dimensionen aber nicht ausgeblendet werden.
- B. Es wurde durchgeführt als internationale Jugendbegegnung. Das Zusammenwachsen der Euregio als Zusammenschluss der sieben grenznahen katholischen Bistümer Lüttich, Luxemburg, Metz, Nancy, Trier, Troyes und Verdun sollte weiter gefördert und Jugendliche neu angesprochen werden.

Die Produktion entwickelte sich während der Durchführung zum größten Jugendmusicalprojekt im deutschsprachigen Raum, wurde 16mal aufgeführt und erreichte über 24.000 Zuschauer.

2. Zeitraum

Die Vorbereitungsphase dauerte von Juli 2003 bis Dezember 2004, seine Durchführungsphase von Januar 2005 bis Oktober 2005, seine Nachbereitungsphase von November 2005 bis Januar 2006.

3. Orte

Die Vorbereitungsworkshops, die Proben und das Nachtreffen fanden auf der Marienburg bei Zell an der Mosel statt, einer Jugendbildungsstätte des Bistums Trier. Ein Probenwochenende wurde in Montenaus/Belgien durchgeführt. Die intensive Jugendbegegnung und Premierenprobenphase wurde realisiert in der Jugendherberge Trier bzw. der Arena Trier und zwar vom 29. Juli bis 09. August 2005. Aufführungen fanden täglich, teilweise sogar zweimal am Tag, in der Arena Trier statt vom 10. bis 14. August 2005. Anschließend wurde gewechselt nach Köln zum Weltjugendtag, wo Rachel – Das Musical offizieller Teil des Programms war. Hier wurde das Musical dreimal im Palladium Köln aufgeführt im Zeitraum vom 15. bis 21. August 2005. Abschließend ging die Produktion auf Euregiotournee. Die Aufführungen fanden statt in Zell an der Mosel am 30.09.05, in Metz/Frankreich am 08.10.05, in Eupen/Belgien am 21.10.05 und in Luxemburg-Stadt/Luxemburg am 22.10.05.

4. Zielgruppe

Angesprochen wurden Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 26 Jahren. Es nahmen auch wenige jüngere Jugendliche teil. Insgesamt kamen die Bühnenakteure aus 7 verschiedenen europäischen Nationen (Belgien, Deutschland, Frankreich, Luxemburg, Portugal, Schweiz, Ukraine). Zusammen mit der Backstage-Crew kam das Gesamtensemble auf 12 Nationen (zusätzlich: Litauen, Irland, Schweden, Spanien, USA). Das Bühnenensemble bestand aus 59 jungen Künstlern, die Backstage-Crew aus 34 jungen Erwachsenen, die Leitungscrow aus 23 Erwachsenen, also insgesamt 116 am Projekt beteiligten Personen.

5. Kooperationen/Netzwerke

Eine Maßnahme dieses Ausmaßes lässt sich nur mit verschiedensten Kooperationspartnern durchführen. Aufzuzählen sind im einzelnen die Kooperationen zwischen

- A. Den sieben Euregio Partnern aus Belgien, Deutschland, Frankreich und Luxemburg, wie oben erwähnt, für die Planung, Gesamtdurchführung und die Tournee,
- B. Der Realschule Zell und dem Jugendbildungszentrum Marienburg, für die Realisierung des Bühnenbildes,
- C. Dem Bistum Trier und Bistum Mainz für die Komposition und Orchestrierung der Musik,
- D. Der Verbandsgemeinde Zell und dem JuBiZ Marienburg für den Support vor Ort in verschiedenster Form,
- E. Der Abteilung Kinder- und Jugendpastoral und dem Referat Kirchenmusik des Bistums Trier.

6. Öffentlichkeitsarbeit

Rachel – Das Musical wurde begleitet von der Presseabteilung des Bistums Trier und fand ein immenses internationales Medienecho (in Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Luxemburg und Niederlande) nicht nur in den Printmedien (Trierischer Volksfreund und Paulinus als offizielle Medienpartner; DPA und KNA als Agenturen) und dem Internet (siehe v.a. eigene offizielle Website: www.rachel-dasmusical.de), sondern auch in Radio (SWR, RPR, SR, BRF) und Fernsehen (ARD, ZDF, SWR, SR, BRF, OK Trier, OK Mainz). Begleitet wurde es zudem in der

Fachpresse (Zeitschriften „musicals“ und „Blickpunkt Musical“). Die Kritiken waren durchweg positiv, vor allem wenn es um die Maßnahme als internationales Jugendkulturprojekt ging, das neue Wege in der Glaubensbildung beschreitet. Ganz überwiegend wurde der Produktion ein professionelles Ergebnis attestiert. Nur vereinzelt fanden sich negative Anmerkungen in separaten Ausführungssparten der Produktion, so etwa im Bereich Tondesign.

7. Finanzierung

Das Projekt baut auf eine gelungene Drittfinanzierung auf: Eigenmittel, öffentliche Fördermittel (v.a. EU Mittel aus dem Programm „Jugend für Europa“, Kulturstiftung Rheinland-Pfalz, Stiftung „5000x Zukunft“ und Fidel-Götz-Stiftung Liechtenstein), und Sponsoring (Hauptsponsoren: D' Wort, Luxemburg und Rotary Club Losheim). Schwierig war die Finanzierung vor allem deswegen, weil von vier Aufführungen abgesehen keine Eintrittsgelder verlangt wurden, was dem Gedanken des Weltjugendtages widersprochen hätte. Die Gesamtsumme des Projektes beläuft sich auf ca. 279.000,00€.

8. Nachhaltigkeit und Ergebnisse

Rachel – Das Musical hat Jugendliche über Grenzen hinweg zusammengeführt. Was der Politik immer wieder schwer fällt (Stichwort. EU-Verfassung), ist in dieser Maßnahme gelebte Realität gewesen und ist es noch immer: ein zusammengewachsenes Europa. Zudem vermittelte das Projekt eine Ahnung davon, was es heißen kann EINE Welt-Kirche zu sein. Dass sich Jugendliche über einen solch langen Zeitraum binden, sich austauschen und untereinander über Grenzen hinweg Kontakt halten – übrigens über den Zeitpunkt des Berichtes hinaus – ist Beleg dafür, dass sich der musisch-kulturelle Bildungsbereich (in vorliegendem Falle: Musik, Schauspiel, Tanz) geradezu anbietet nicht nur für internationale Jugendmaßnahmen, sondern auch für Maßnahmen der religiösen Bildung.

„Produzent Johannes Maria Schatz ist es gelungen nicht am schwierigen Grat zwischen Jugendtheater und den professionellen Ansprüchen, die ein solch Unterfangen stellt, abzugleiten,“ heißt es in einer Premierenkritik (in: Luxemburger Wort vom 12.08.2005 von Guy Engels). „Die verdienten Ovationen nach dem Schlussbild haben die Initiatoren und sämtliche Ausführenden des Projektes in ihrem Bemühen vollauf bestätigt, Glaubensinhalte in einer ansprechenden, modernen Form zu vermitteln.“