

Potsdamer Neueste Nachrichten 11.12.2006

Premiere in Rot und Schwarz

Erstmals Tanz auf der Bühne: Dezemberball mit 260 Gäste im neuen Theater / Tombola-Erlös geht an die freie Kulturszene Bei dieser Inszenierung spielte das Publikum die Hauptrolle: Am Samstagabend hob sich der Vorhang im neuen Hans Otto Theater (HOT) am Tiefen See erstmals für einen Ballabend. Und die Premiere hat gute Kritiken verdient.

Rund 260 Gäste feierten auf den Publikumsrängen und tanzten auf den Brettern, die die Welt bedeuten, bis ihnen fast schwindelig wurde. Das konnte beim Walzer zur Eröffnung des Dezemberballs schnell geschehen, hatten die Theatertechniker dazu doch die Drehbühne in Bewegung gesetzt. Seine Beweglichkeit stellte auch der Zuschauerraum des Theatersaals unter Beweis: In halbtäglicher Arbeit wurden alle Stühle abgeschraubt und herausgetragen, die Publikumsplateaus heruntergefahren. So entstand eine große, ebene Fläche, auf der reichlich Platz war für die 26 festlich gedeckten Tische. Auf der Hinterbühne hatte die Band "Music & Voice" ihre Bühne aufgebaut, hinter dem "eisernen Vorhang" der Seitenbühne verbarg sich das von Hotel Mercure-Küchenchef Michael Häberer betreute Büfett, über Bühne und Zuschauerraum strahlten zwei von der Deutschen Oper geborgte Lüster.

"Der Ball ist auch für uns eine absolute Premiere", sagte Volkmar Raback, geschäftsführender Direktor des Hans Otto Theaters. Der spielfreie Abend sei lange geplant gewesen und die Wandlung des Theatersaals in einen Ballsaal zugegebenermaßen nicht wenig zeitaufwendig. Allerdings zeige sich dabei, was die 1,5 Millionen Euro teure Technik des "multifunktionellen" HOT-Zuschauerraums alles möglich mache. Bälle als "Theatermieter" sollten aber die Ausnahme bleiben, der nächste findet erst am 3. Februar mit dem "Ball der Wirtschaft" statt, so Raback.

Veranstalter des Dezemberballs ist der Marketing-Club Potsdam e.V., die Organisation hatte Andrea Ney übernommen. Gemäß der Gesetze der Werbung habe der Club mit der Ballpremiere im HOT etwas Innovatives auf die Beine stellen wollen, so der Vorsitzende Götz Th. Friederich. Der Jurist sitzt für die Potsdamer CDU in der Stadtverordnetenversammlung. Schirmherrin des Balls war Brandenburgs Kulturministerin Johanna Wanka (CDU). Sie lobte das Engagement des Marketing-Clubs: jede Werbung für hiesige Firmen sei auch Werbung für den Standort und für die Schiffbauergasse. Deren Einmaligkeit als Ort, an dem sich etablierte Kultur mit der freien Szene trifft, wollte der Ballveranstalter gerecht werden: Der Erlös der Tombola, 1500 Euro, soll an die freien Kulturträger vor Ort gehen. Die Kulturministerin betrieb aber auch sonst ein wenig Marketing: Mit viel Eleganz trug sie Hut - einen kleinen, schwarzen, handgemacht von der Berliner Hutmacherin Andrea Corti, und noch ganz neu. Den Damen im Ballpublikum schien das Mode-Statement der Ministerin meist gut zu gefallen, eine politische Meinung dazu gab es nicht - denn die Stadt hatte keinen Vertreter geschickt. Gekommen waren dafür neben vielen anderen Andreas Safranmüller, Militärattaché der Republik Österreich, Oberstleutnant Wolfgang Wien, Kommandeur des Bundeswehr-Einsatzverbandes in Afghanistan, Antenne Brandenburg-Chefredakteur Christoph Singelstein, Mercure-Hoteldirektor Stefan Seiler und sein Kollege Carsten Colmorgen, der einst das Potsdamer Dorint leitete und nun in Berlin Chef im Hôtel Concorde ist. Ihrer Pflicht als Hauptdarsteller des Abends wurden die meisten Gäste gerecht - und legten neben dem Ballkostüm auch ein rotes Accessoire an. Darum hatte der Marketing-Club gebeten, um seine Inszenierung in den passenden Farben zu halten: rot und schwarz wie das neue Theater.