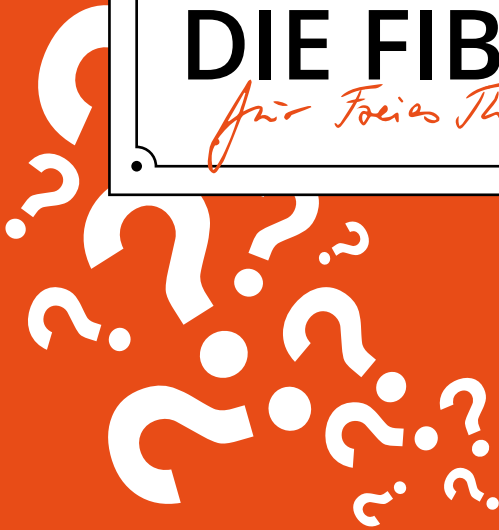


DIE FIBEL

für Fisches Theater



PROJEKTSKIZZE



Editorial



Ihr habt eine zündende Idee für ein eigenes Theaterprojekt, aber keine Ahnung, wie Ihr das angehen sollt? Was braucht Ihr, um ein Theaterstück oder eine Performance zu realisieren? Wie könnt Ihr Eure Produktion finanzieren? Wie macht Ihr am besten Werbung und bringt die Presse dazu, über Euch zu schreiben? Und welche rechtlichen Regelungen müsst Ihr beachten?

Niedersachsen ist groß und bunt – besonders die Freie Theaterszene ist sehr lebendig und vielfältig. Herzlich willkommen in dieser Gemeinschaft! Der Landesverband Freier Theater in

Niedersachsen (LaFT) und das Theaterhaus Hildesheim (TH) kennen und beraten die Szene in allen Fragen. Jetzt haben wir unsere langjährigen Erfahrungen gebündelt und in DIE FIBEL – für Freies Theater gesteckt: eine konkrete Praxisanleitung in mehreren Heften für Freie Theaterschaffende. DIE FIBEL liefert erste Informationen für Neulinge, eignet sich aber auch als kompaktes Update für Fortgeschrittene.

Viel Erfolg wünschen: Martina von Barga, Maria Gebhardt, Uta Lorenz, Ulrike Seybold, Carola Streib.

Signets

Durch schematische Hinweiszeichen (Signets) werden in DIE FIBEL – für Freies Theater alle Abschnitte markiert, bei denen es sich um einen hervorzuhebenden Hinweis, eine Definition oder einen Tipp handelt. Aspekte, denen Ihr besondere Aufmerksamkeit

im Rahmen eines Projekts widmen solltet, werden mit dem Signet „Achtung“ markiert. Die Verfasserinnen haben sich für vereinfachte Darstellungen der jeweiligen Wörter (Achtung, Beispiel, Definition, Hinweis) bei der Gebärdensprache bedient.



Achtung



Beispiel



Definition



Hinweis

Gender

In DIE FIBEL – für Freies Theater wird eine gendersensible Sprache genutzt. In Rücksprache mit einer Diversitätsbeauftragten der Universität Leipzig, haben sich die Verfasserinnen für ein Modell entschieden, das möglichst viele Selbstbeschreibungen zulässt. Aus diesem Grund wird bei jedem Begriff, der natürliche Personen impliziert, an den Wortstamm ein Sonderzeichen angefügt, der als „Freiraum zur Selbstbenennung“ verstanden

werden soll. So sollte der „Gender-Gap“ vermieden werden, der eine einfache Unterscheidung zwischen männlich und weiblich suggeriert. Begriffe, die Institutionen bezeichnen, werden nicht gendert.

Gender⁺



Um allen Geschlechterzuordnungen gerecht zu werden, sollen die Leser⁺ sich selbst zuordnen können.




1. Elementares

Sobald sich eine Projektidee in Euren Köpfen manifestiert und Ihr anfangen wollt, sie umzusetzen, solltet Ihr eine schriftliche Projektbeschreibung erstellen.

Diese ist wichtig für Euch und Eure Arbeit, denn beim Verfassen der Projektbeschreibung merkt Ihr, welche Punkte noch unklar sind und wo noch Konkretisierungsbedarf besteht. Im Umsetzungsprozess werdet Ihr später immer wieder die Beschreibung mit der Realität abgleichen und auch ganz am Ende des Projekts, im Sachbericht, solltet Ihr den Geldgeber erklären können, welche Aspekte so gelaufen sind, wie am Anfang geplant, und wo es aus welchen Gründen Veränderungsbedarf gab.

Eine gute Projektbeschreibung ist aber vor allem zusammen mit dem Kosten- und Finanzierungsplan (→ DIE FIBEL | Kosten- und Finanzierungsplan) schon fast der ganze Antrag, den Ihr potentiellen Geldgeber zuschicken könnt.

Es gibt für den Bereich Freies Theater keine einheitliche Form, wie genau eine gute Projektbeschreibung aussehen muss. Aber es gibt einige Elemente, die in jedem Fall vorkommen sollten – und einige weitere Tipps, um andere vom eigenen Vorhaben zu überzeugen.

 *Das Wichtigste vorab: Der Antrag muss zu Eurem Projekt und zu Euch passen! Ihr müsst die Projektbeschreibung mögen und selbst von dem überzeugt sein, was Ihr schreibt. Das ist wichtiger, als sich vermuteten Geschmäckern von anderen anzupassen!*



2. Die Kurzbeschreibung

Am Beginn einer Projektbeschreibung sollte immer eine kurze und einladende Zusammenfassung Eures Vorhabens stehen, die auf nicht mehr als einer DIN A4 Seite die wichtigsten Säulen Eures Projekts beschreibt.

Dabei ist es hilfreich, sich die guten alten W-Fragen vor Augen zu halten:

2.1. WER MACHT WAS, WANN, WO, WARUM UND FÜR WEN?

Stellt dabei bereits deutlich heraus, wo das Besondere, das Alleinstellungsmerkmal Eures Projekts liegt. Ihr müsst nicht bei allen sechs Ws einzigartig sein, das kann auch schnell gezwungen wirken – aber findet ein oder zwei, auf die Ihr einen Fokus legen könnt.

Wenn Ihr also an einem ganz besonderen Ort Theater machen wollt, gerät natürlich das „Wo?“ in den Vordergrund, wenn Ihr für eine außergewöhnliche Zielgruppe spielt, das „Für wen?“, und wenn Ihr anlässlich eines Jubiläums oder eines Festes produziert, das „Wann?“ etc.

2.2. ELEVATOR PITCH UND TANTE ELLI PITCH

Im Bereich der Marketing- und Verkaufsstrategien gibt es eine alte Übung, den „Elevator Pitch“. Der Gedanke dahinter ist folgender: Eine Person hat eine Geschäftsidee und trifft zufällig im Aufzug auf ein millionenschweres potentielle Investor. Die Person hat nun 42 Stockwerke (ca. 60 Sekunden) Zeit, den Geldgeber von sich und der Idee zu überzeugen.

Bei dieser Übung wird schnell klar, dass man in einer Minute nur ein paar wenige Fakten vermitteln kann – diese sollten aber die zentralen sein! Und: Auch eine kurze Präsentation kann schon ein spezielles „Feeling“ transportieren, ebenso kann dies eine Projektkurzbeschreibung.

Stellt Euch also vor, Ihr seid mit einem wichtigen Kulturförderer im Aufzug. Was erzählt Ihr über Eure Idee? Die Stichworte, die Euch einfallen, sind eine gute Basis für die Kurzbeschreibung.



Als Gegencheck bietet sich ein Gedankenspiel an, das man „Tante Elli Pitch“ nennen könnte: Ihr habt ebenfalls 60 Sekunden Zeit, müsst aber jemandem, dem das Sujet völlig fremd ist erklären, worum es geht. Unterstellen wir also Tante Elli, dass sie keine Ahnung von Freiem Theater hat: Wie schafft Ihr es, ihr klarzumachen, was Ihr vorhabt und warum das gut und förderungswürdig ist? Auch wenn Förderer sich mit dem Freien Theater auskennen, hilft der „Tante Elli Pitch“, sich auf eine klare Sprache sowie die wirklichen Grundlagen und Besonderheiten zurückzubedenken. Ein bisschen mit Fachwissen und Fremdwörtern aufbessern kann

man Texte hinterher immer noch. Es ist übrigens nicht verboten, sich wirklich eine „Tante Elli“ und einen „Investor“ zu suchen, das Ganze auszuprobieren und Nachfragen ernst zu nehmen. In einem echten Gespräch fallen die Schwächen oder Lücken im Projekt und der Projektbeschreibung besser auf.

Meistens ist es sinnvoll, die Kurzbeschreibung erst dann zu schreiben, wenn der Rest der Projektskizze bereits steht. Dabei filtert Ihr aus dem längeren Text das Wichtigste heraus und bekommt selber noch ein besseres Gespür für Euer Projekt.

3. Selbstbeschreibung

Zur Projektbeschreibung gehören zudem Informationen zu den Künstler- und/oder den wichtigsten handelnden Personen. Das seid in jedem Falle Ihr als Projektkoordinator (egal welche Rolle Ihr einnehmt) sowie alle, die eine zentrale künstlerische Position im Projekt innehaben. Ihr müsst

hier nicht alle aufzählen, die am Projekt mitwirken, sondern nur diejenigen, die prägende Funktionen haben werden.

An dieser Stelle ist auch kein tabellarischer Lebenslauf gefragt – den könnt Ihr gerne zusätzlich anhängen –,

sondern ein lebendiger Fließtext der beschreibt, wer Ihr seid und warum Ihr bzw. die Künstler zum Projekt passen und umgekehrt. Es darf gerne kurz von prägenden Erlebnissen erzählt werden, die zur Projektidee führten. Ihr könnt auch persönliche Anekdoten erwähnen, sofern diese erklären, warum gerade Ihr dieses Projekt macht. Ausbildung und künstlerische Erfahrung können dabei selbstverständlich geschickt mit einfließen. Die Förderer sollen ein lebendiges Bild von Euch bekommen und

das Gefühl haben, mit interessanten Persönlichkeiten zu kooperieren.



„Während meiner Weiterbildung an der Finish Theatre Academy habe ich oft unter der Dunkelheit des finnischen Winters gelitten. Jedoch hatte ich in dieser Zeit die erste Idee zu einer Performance, die fast im Dunkeln stattfindet und mit extrem wenigen einzelnen Licht-Akzenten auskommt. Seit dieser Zeit habe ich das Fast-Dunkel-Theater ständig weiter entwickelt und mir damit meine eigene Nische geschaffen.“

4. Idee, Inhalt und Motivation

Natürlich ist es ein zentraler Teil Eurer Projektbeschreibung, Inhalt und Idee des Projekts ausführlich zu erklären. Die Inhalte im Freien Theater sind so vielfältig und unterschiedlich, dass es schwierig ist, hier allgemeingültige Vorschläge zu machen. Jedoch gilt auch hier: Fragt Euch immer wieder, was das Besondere, was neu und relevant ist für diejenigen, die den Text lesen. Wechselt immer wieder einmal

den Point of View und versetzt Euch in Eure Leser hinein.

Falls sich Euer Stück mit einem Thema befasst, das mehr oder minder allgemein bekannt ist (z. B. Armut, Nahostkonflikt, Klimawandel) müsst Ihr dazu keine größeren Abhandlungen anfertigen. Es reicht aus, ein paar aktuelle Zahlen, Daten und Fakten zusammenzufassen und dann zu erklären, wie



Euer besonderer Zugang zu dem Thema ist, was Ihr dazu entwickelt und wie Ihr vorgeht. Ähnliches gilt, wenn Ihr eine Buchvorlage oder einen Theater- text als Grundlage wählt. Eine knappe Inhaltsangabe genügt – wichtiger ist, was Ihr damit machen wollt und was daran ungewöhnlich und spannend ist. Im Freien Theaterbereich werden – entgegen manchem Gerücht – durch- aus auch Stücke gefördert, die sich an klassischen Vorlagen orientieren. Vo- raussetzung ist aber, dass die Produk- tion eine Weiterentwicklung darstellt und einen sehr eigenen Zugang zum Text eröffnet.

Wenn Ihr Euch mit einem unbekann- ten und abseitigen oder sehr lokalspe- zifischen Thema befassen wollt, dann

sollte den Leser* natürlich etwas aus- führlicher klargemacht werden, worum es geht. Dennoch reicht ein außerge- wöhnlicher Gegenstand allein nicht aus – erklärt immer auch, welche Per- spektive die jeweiligen Künstler* auf die Thematik haben und wie sie auf der Bühne umgesetzt werden soll.

Fragt Euch immer wieder selbst: „War- um machen wir diese Produktion eigent- lich?“ Wenn Ihr darauf eine schlüssige und interessante Antwort habt, könnt Ihr Euer Projekt selbstbewusst vertre- ten. Ihr seid den Förder* gegenüber nicht in einer Prüfungssituation, sondern im besten Fall entwickelt sich eine Partner- schaft zur gemeinsamen Realisierung spannender Theaterprojekte.

5. Ästhetik und theatrale Umsetzung

Es mag trivial klingen, aber es ist ele- mentar, nicht zu vergessen, dass Ihr einen Antrag für ein Theaterprojekt schreibt. Stellt dar, was das Theatra- le an Eurem Vorhaben ist und welche ästhetischen Mittel Ihr verwenden möchtet. Gerade bei Anträgen zu do- kumentarischen Stücken mit einer lan- gen Recherche-Phase passiert es häufig, dass den Förder* zwar klar wird, wie eine riesige und innovative Material- menge zu einem spannenden Thema gewonnen wird. Unklar dagegen bleibt oft, wie und warum daraus dann ein gu- tes Theaterstück wird – und nicht etwa ein Film, Buch oder Hörspiel.

Theater ist zum Glück, gerade im Frei- en Theater, mittlerweile ein sehr weiter Begriff. Möglich ist vieles: Installatives, Performatives, Interdisziplinäres ... Immer jedoch handelt es sich um eine künstlerische Verdichtung und eine Form des Live-Erlebnisses für die Re- zipient*. Wie diese konkret aussehen soll, muss in der Projektbeschreibung dargestellt werden.

Freies Theater arbeitet häufig prozess- haft. Oft weiß man zu Probenbeginn noch nicht, in welche Richtung sich das Stück entfalten wird. Das ist gut und eine Stärke, aus der sich schließ- lich neue und ungeahnte Aspekte entwickeln können. In der Projektbe- schreibung sollten jedoch zumindest einige Parameter fixiert sein. Es ist auch denkbar, ein oder zwei Varianten aufzuzeigen und offen zu lassen, wel- che davon dann tatsächlich im Proben- prozess weiter bearbeitet wird. Dies ist auf jeden Fall besser, als Ästhetik und (mögliches) Bühnensetting gar nicht zu erwähnen. Alternativ könnt Ihr auch beschreiben, wie Ihr in Euren bishe- rigen Arbeiten an ästhetische Fragen herangegangen seid und wie Eure Pro- duktionen aussahen. Dies ist beson- ders für junge und noch unbekanntere Gruppen zu empfehlen.





6. Zielgruppe, Werbung, Evaluation

Ein weiterer Aspekt Eurer Projektskizze ist die genaue Benennung der Zielgruppe. Schreibt hier nicht nur, wen Ihr erreichen möchtet, sondern auch, warum Euer Projekt genau dieses Publikum erreichen kann und wird. Unter Zielgruppe ist nicht nur die klassische Unterscheidung nach Altersstufen (z. B. Kinder ab vier Jahren oder junge Erwachsene) gemeint. Sie leiten sich auch aus dem Thema oder dem gewählten Ort ab. Es können z. B. die Anwohner* eines speziellen Viertels sein oder Menschen, die etwas Bestimmtes erlebt haben. Eine Produktion, die wirklich alle Menschen gleichermaßen anspricht, gibt es (fast)

nicht – und selbst wenn Ihr beispielsweise mit einem Familienstück ein sehr breites Publikum im Blick habt, erwarten Förder* Ideen und Erklärungen, wie genau Ihr Jung und Alt gleichermaßen für Euer Projekt gewinnen wollt. Es ist ratsam, genau hinzusehen und nichts zu behaupten, was nicht zutrifft. Eine klassische Märchenaufführung z. B. mag vielleicht auch die mitanwesenden Eltern unterhalten, diese als Zielgruppe der Aufführung zu bezeichnen, wäre aber schlichtweg falsch. Als Werbezzielgruppe dagegen sind die Eltern in diesem Fall wesentlich.

7. Zeitplan und Projektverlauf

Zu jeder Projektbeschreibung gehört ein Zeitplan. Für die Außendarstellung reicht meist die Aufzählung von Meilensteinen. Diese können z. B. sein:

1. Die Recherchephase beginnt.
2. Das Stück wird entwickelt.
3. Die Stellengesuche für Schauspieler* werden ausgeschrieben.

4. Die Proben starten.
5. Premiere.
6. Weitere Vorstellungen werden gespielt.

Es gibt jedoch auch Förder*, die detailliertere Pläne haben wollen. Erfragt dies im Einzelfall.

Plant realistisch und bedenkt außergewöhnliche oder ungeplante Anforderungen. Zeitmanagementexperten raten dazu, etwa 30 bis 40 Prozent der Zeit als Puffer einzurechnen. Denkt immer daran, dass Ihr wahrscheinlich nie nur ein Projekt gleichzeitig machen werdet, sondern während Ihr für das eine probt, vielleicht noch für das andere abrechnet oder schon für das nächste Anträge schreibt. Und in allen Phasen kann es Unwägbarkeiten geben. Wichtig für jede Form von Ressourcenmanagement, auch bei der Aufstellung des Kosten- und Finanzierungsplans (→ DIE FIBEL | Kosten- und Finanzierungsplan), ist eine Unterscheidung in Must-haves und Nice-to-haves, also in Elemente, die Ihr unbedingt benötigt, damit das Projekt das wird, was es werden soll, und Elemente, die zwar nett, aber nicht unbedingt notwendig sind.

Klassische Beispiele für Nice-to-haves sind eine ausführliche Videodokumentation oder eine Materialiensammlung zum Thema, die den Zuschauer* mitgegeben wird. Achtet in jedem Fall darauf, dass die Elemente in der Projektbeschreibung und im Kosten- und Finanzierungsplan (→ DIE FIBEL | Kosten- und Finanzierungsplan) kongruent sind.

Überlegt auch, ob Euer Zeitplan mit äußeren Faktoren zusammenpasst. Für die Antragstellung ist insbesondere interessant, wie die Zeitabläufe der Förder* sind. Wann liegen die Antragsfristen? Wie lange dauert es, bis entschieden und ggf. Geld ausgezahlt wird? Darf das Projekt schon vor oder erst nach Bewilligung starten? Kann bewilligtes Geld mit ins nächste Kalenderjahr genommen werden? Hier lohnt es sich in jedem Fall, sich vorher zu informieren!



8. Öffentlichkeitsarbeit und Projektokumentation

Auch Eure Werbestrategie und Eure Kommunikationskanäle sollten Teil der Projektbeschreibung sein. Es interessiert mögliche Geldgeber, wie Ihr die Zuschauer erreichen und welche Medien Ihr einsetzen möchtet, denn schließlich hängt davon die öffentliche/allgemeine Aufmerksamkeit für Euer Projekt und damit auch für dessen Unterstützer ab. Auch wenn Ihr Teile der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit abgibt, z. B. weil Ihr in einem Theaterhaus produziert, das diese Aufgaben mit übernehmen kann, gehört dies in Eure Beschreibung. Zwar scheinen die üblichen Wege klar zu sein, es lohnt sich aber, die einzelnen Medien (Plakate, Flyer, Pressearbeit, Social Media, Newsletter, Kulturtipps, persönliche Kontakte zu Multiplikator etc.) noch einmal durchzugehen und zu überlegen, welche davon in welcher Form sinnvoll bedient bzw. welche getrost ausgelassen werden können (→ DIE FIBEL | Kommunikation).

Gern gesehen und auch für Euch hilfreich sind die Erläuterung der Ziele sowie deren Dokumentation und Evaluation nach Projektabschluss. Hier reichen oft schon wenige Kennzahlen wie die Zuschauermenge, die Ihr erwartet, oder die Anzahl und Art der Berichte in der lokalen Presse. Viele Geldgeber erwarten nach Projektende einen Sachbericht, in den diese Zahlen eingehen. Es ist außerdem sinnvoll, schon vor Projektbeginn zu überlegen, wie der Projektverlauf dokumentiert wird und wer diese Aufgabe übernimmt. Auch diese Planung gehört in die Projektskizze.

Vor allem, wenn Ihr ein extrem experimentelles und innovatives Format ausprobieren möchtet, ist es ratsam, der Dokumentation und Auswertung einen größeren Stellenwert einzuräumen – Euer Projekt kann dann als Pilot- oder Modellprojekt gelten und so unter Umständen bessere Förderchancen haben.

9. Antragsgestaltung: Aufbau, Umfang, Sprache und Design

Es gibt keine feste Regel für den Umfang von Projektskizzen. Solange alles Wichtige über das Projekt gesagt wird und der Text gut lesbar ist, ist (fast) alles erlaubt. Einige Förderer stellen Formulare zur Verfügung, die bestimmte Zeichenzahlen vorgeben. Meistens kann aber immer noch ein frei formatiertes Dokument angehängt werden. Wenn es die Möglichkeit gibt, einen Förderantrag

online zu stellen, dann solltet Ihr diese Form auch wählen. Als groben Richtwert kann man von acht bis zwölf Seiten für einen gesamten Antrag ausgehen. Dieser berechnet sich aus folgenden ungefähren Angaben, die aber auch individuell abweichen können, ohne dass der Antrag deshalb schlecht ist:



Beispiel:
Seitenaufteilung Antrag

| | |
|------------|--|
| 1 Seite | Kurzbeschreibung |
| 1–2 Seiten | Selbstbeschreibung |
| 1–2 Seiten | Idee, Inhalt und Motivation |
| 2–3 Seiten | Ästhetik und theatrale Umsetzung |
| ½ Seite | Zielgruppe, Werbung, Evaluation |
| 1 Seite | Zeitplan und Projektverlauf |
| ½ Seite | Öffentlichkeitsarbeit und Projektdokumentation |
| 2 Seiten | Kosten- und Finanzierungsplan |



Zusätzliche Informationen, wie zum Beispiel ausführlichere Lebensläufe oder Presseberichte zu früheren Produktionen, können in einem klar abgegrenzten Anhang beigefügt werden.

Eine Projektskizze muss keine typografische Meisterleistung sein – jedoch ist es erforderlich, sich ein paar Gedanken über die Gestaltung zu machen. Bei vielen Förderern gehen jedes Jahr Hunderte von Anträgen über den Schreibtisch. Da ist es erfreulicher, einen lesefreundlichen Text in der Hand zu haben, als eine augenverwirrende Buchstabenwüste. Eine angenehme Schriftart, genug Absätze und Abstände und ggf. ein paar Bilder reichen dafür eigentlich schon. Denkt vor allem daran, dass viele Institutionen noch mit Aktenordnern arbeiten und deshalb ein ausreichender linker Seitenrand das Arbeiten mit den Anträgen ungemein erleichtert. Mehr Design kann sein,

muss aber nicht. Habt Ihr bereits eine eigene Corporate Identity (Logo, Briefpapier, Schriftart...), sollte sich diese natürlich im Antrag wiederfinden.

Wichtiger ist aber der Inhalt – schön designte Worthülsen ohne Bezug zum Projekt fallen spätestens beim zweiten Antrag auf. Verzichtet auch auf allzu viel Antragslyrik und Schlagwortdoping. Natürlich ist es sinnvoll, sich darüber zu informieren, was gerade kulturpolitisch gewünscht ist oder welche Schwerpunkte ein Förderer setzt. Sucht Euch einen oder zwei Aspekte aus die tatsächlich besonders auf das Projekt zutreffen, diese betont Ihr dann und arbeitet sie gezielt heraus.



Um es etwas überspitzt an einem Beispiel darzustellen: Ein Projekt, das die Geschichte eines bestimmten Stadtteils für bildungsbenachteiligte Anwohner zugänglich macht, muss nicht zugleich die Geschlechtergerechtigkeit fördern, präventiv gegen Drogenmissbrauch wirken und eine nie dagewesene Bühnensituation erfinden.

Bei der Sprache gilt Ähnliches wie beim Design: Es muss keine Kunst sein, aber eine klare, lebendige und eingängige Sprache erhöht die Chance, positiv im Gedächtnis zu bleiben. Es ist dabei im Zweifel immer besser, etwas persönlicher und bunter zu schreiben, als allzu abstrakt und verschachtelt.

Nehmt Euch die Zeit, die Orthografie zu korrigieren und Eure Anträge ohne Rechtschreib- und Flüchtigkeitsfehler abzugeben. Das ist eine Frage von Respekt gegenüber den Förderern und signalisiert, dass Ihr zu einer gewissenhaften Kooperation bereit seid!

10. Last but not least: Lasst Euch beraten!

Sowohl der Landesverband Freier Theater in Niedersachsen als auch das Theaterhaus Hildesheim bieten Euch an, Eure Projekte bereits in der Entwicklungsphase zu betreuen. Lasst Eure Anträge von den Experten gegenlesen

und holt Euch kollegiales Feedback! In einer individuellen Beratung findet man im gemeinsamen Gespräch oft die Lösungen, die am besten zu Eurem Projekt passen.

Alle Fotos in diesem Heft sind Bilder Freier Theaterproduktionen, fotografiert von Andreas Hartmann und archiviert vom Theaterhaus Hildesheim.

Cover: Theater Fahrenheit: Da unten
Editorial: Die Wilde Drei: subtil brachiale Literaturmusik
S. 4: Theater Fahrenheit: Da unten
S. 8: Zuckerhut Theaterprodukt: Die Physiker
S. 14: Kompanie Kopfstand: Zwischen Fischen





DIE FIBEL für Freies Theater ist ein Kooperationsprojekt des Landesverbands
Freier Theater in Niedersachsen e. V. und des Theaterhaus Hildesheim e. V.
www.laft.de • www.theaterhaus-hildesheim.de

Sie wird gefördert durch das Netzwerk Kultur & Heimat Hildesheimer Land e. V.

Design & Layout:
www.mindgum.de

