

Die Theatergruppe Zollikon wirbt mit sanften Tönen

Ein Plakat soll Visitenkarte und Blickfang zugleich sein. Der Gestalter Matthias Frei kreiert seit sieben Jahren die schlichten Plakate der Theatergruppe Zollikon.

Von **Miriam Hefti**

Zollikon/Zürich. – Wie lockt man möglichst viele interessierte Menschen ins Theater? Oder präziser formuliert: Wie verführt man möglichst viele Zollikerinnen und Zolliker dazu, im September den Stall des Augias aufzusuchen? Dieses Stück von Dürrenmatt wird nämlich von der Theatergruppe Zollikon auf die Bühne gebracht, und der Gestalter Matthias Frei hat von der Theatergruppe den Auftrag, sich genau diese Frage zu stellen.

Klar: Es müssen Flyer verteilt werden, die auf das Schauspiel aufmerksam machen. Ausserdem braucht es Plakate am Dorfplatz, der gerne von ganzen Menschentrauben bevölkert wird, und an anderen frequentierten und prominenten Fleckchen der Gemeinde. Plakatafeln müssen Allein gleich befahrene Strassen säumen.

Viel Konkurrenz

Aber so simpel wie hier beschrieben verhält sich die Sache auch wieder nicht. Denn Dutzende – oder vielmehr Hunderte – von Plakaten



Matthias Frei setzt bei der Gestaltung der Zolliker Theaterplakate auf schlichte Eleganz.

BILD ESTHER MICHEL

schreien von Säulen, Wänden, Anschlagbrettern und verkünden hier ein Konzert, da eine Ausstellung, weisen auf ein Theater hin oder verführen zum Kauf des neuesten Trendartikels. Die papiernen Blickfänger buhlen in grellen Tönen, in knalligem Neon, schrillen Schriften um die Aufmerksamkeit des Flaneurs.

Klassisches Design

Dass es aber auch gelingen kann, den Passanten mit sanften Tönen, will heissen, mit dezentem, elegantem, gleichsam unpräzisiertem Design zu erreichen, beweist der Gestalter Matthias Frei mit seinen Arbeiten.

Der 28-jährige Designer greift in seinen Arbeiten auf die Elemente der klassischen Typografie zurück. Mit grellem, möglichst auf Coolness getrimmten Kreationen kann er nicht viel anfangen. So sind seine Arbeiten schnörkellos und verweigern Ornamentik. Sie wirken alles andere als aufdringlich, sondern sprechen den Kunden oder den Passanten durch eine hohe ästhetische Komponente und diskrete Zurückhaltung an.

Seit sieben Jahren gestaltet Matthias Frei nun auch die Plakate der Theatergruppe Zollikon. Manch ein Zolliker kann sich bestimmt an das eine oder andere Theaterplakat aus Freis Denkwerkstatt erinnern, zum Beispiel an das Plakat der letztjährigen Aufführung des Kriminalstücks «Die Falle». Jedes seiner Plakate aber zeichnet sich dahingehend aus, dass sich einerseits sein eigener Stil zeigt

und andererseits die Wünsche der Theatergruppe berücksichtigt werden. So sendet er den Theaterleuten jeweils einige Vorschläge, aus denen die Schauspieler auswählen können. Regisseurin Karin Benz-Angele lässt ihm jeweils das aktuelle Stück zukommen. Sogleich versucht er in der Welt zu versinken, die er auf Plakat bringen soll. Er fühlt sich in die Zeit hinein, beginnt mit dem Recherchieren und bringt mit dem Bleistift Skizzen zu Papier. Seine Ideen bearbeitet er mit dem Computer, den er als sein eigentliches Werkzeug betrachtet.

Der Designer kreiert aber nicht nur Plakate oder Werbeprospekte. «Ein ganzes Buch zu gestalten, ist für mich die grösste Herausforderung und eine grosse Leidenschaft», erklärt Matthias Frei. So arbeitet er seit einem halben Jahr an einem Buchprojekt über Fussball und Fankultur zum 100-jährigen Bestehen des St. Galler Espenmoos. Auch hier wird der Betrachter durch das diskrete Design angesprochen.

Seit letztem Herbst ist der Gestalter selbstständig und arbeitet über Zürichs Dächern an seinen Aufträgen. Wenn im September der Stall des Augias zu bersten droht, dann – daran besteht kein Zweifel – wird bestimmt Frei mit seinen Plakaten einen beträchtlichen Beitrag dazu geleistet haben.

Theaterpremiere

Die Theatergruppe Zollikon feiert dieses Jahr ihr 20-jähriges Bestehen. Sie bringt «Herkules und der Stall des Augias» auf die Bühne. Ein Festspiel von Friedrich Dürrenmatt. In einer Serie begleitet der «Tages-Anzeiger» die Gruppe von der ersten Sitzung bis zur Premiere im September. Die Serie beleuchtet, was erforderlich ist, um ein Stück auf die Bühne zu bringen. Die erste Folge ist am 22. Februar erschienen. (mh)

ANZEIGE

Idee und Buch: Roman Riklin · Regie: Dominik Flaschka

Das Musical mit den grössten Mundarthits

EWIGLI LIEBI

DAS MUSICAL

PRESENTING SPONSOR

MIGROS

Welturaufführung: 13. September 2007

Bis 18. November 2007 · Maag MusicHall Zürich

Tickets: 0900 101 102 (CHF 0.99/Min.) · www.ewigiliebi.ch

POWERED BY **Tages-Anzeiger**

SPONSOREN: **TERRA CHIPS**, **MIGROS**, **HelveticTours**, **atel**, **ThePhoneHouse**, **SF SCHWEIZER FERNSCHEN**, **DRS**, **Tages-Anzeiger**, **SCHWEIZER ILLUSTRIERTE**, **ticketportal**, **VEZ Zori-Line**

MEDIENPARTNER: **ticketportal**, **VEZ Zori-Line**

Umsteigen lohnt sich.