

Hamburg, 27.3.2008

Liebe Auftraggeber,

vielen Dank, dass Sie es der Alibi-Agentur ermöglicht haben, eine Reihe entlastender Nachweise zu produzieren. Im Gegenzug erhalten Sie hier einen vorläufigen Abschlussbericht, genauer gesagt: einen Recherchebericht zur Frage des echten und des falschen Alibis. Denn - vielleicht haben Sie sich das auch schon gefragt: Es ist der Alibi-Agentur keineswegs egal, ob diese Nachweise gefälscht sind oder nicht.

Selbst der Bereitschaftspolizist im Kampfanzug, den wir um eine Definition des Begriffs ‚Alibi‘ baten, antwortete: „in guter Absicht decken“. Wozu sollte eine Alibi-Agentur und noch dazu eine im Theater schließlich gut sein, wenn nicht für den Schein? Einige Punks gaben zu Protokoll, dass sie von Seiten eines Amtsrichters bereits selbst als Alibi-Agentur bezeichnet worden seien. Ihre Definition von Alibi lautete: „Wir waren die ganze Zeit zusammen.“

Ein Alibi kann man sich nicht selbst geben, sagten Mark und Christina in ihrem Vortrag über die Fehlbarkeit von Fingerabdrücken beim zweiten Abend der Alibi-Agentur. Und vielleicht ist das schon ein erster Hinweis, was die Frage von richtig und falsch angeht:

Kommerzielle Alibi-Agenturen betrachten den Umstand, dass man sich ein Alibi nicht selbst geben kann, als ein Übel, das qua Dienstleistung zu beheben ist. Im Unterschied dazu ging es der Alibi-Agentur im Thalia Theater gerade um die Verbindung, die im Alibi geschieht.

Kurz: Ob das Alibi richtig oder falsch ist, ist für uns nicht so sehr eine Frage der Tatsachen als eine Frage nach der Verkettung, die im Alibi entsteht.

Über diese Verkettung haben wir folgendes herausgefunden:

Ein Alibi ist eine Zeugenschaft. Es ist eine Beziehung, in der einer bezeugt, und das heißt zunächst einmal: wahrnimmt, dass Du da bist und warst, dass Du nicht allein bist und warst, dass Du Du bist und warst und dass Du etwas getan hast, das einen Unterschied macht. Zugleich entsteht ein Alibi immer unter einem gewissen Druck, der die Zeugenschaft zugleich hervorbringt und in Zweifel zieht: Gerade weil ein Alibi prinzipiell im Verdacht steht, falsch zu sein, ruft es zugleich die Frage auf, was Wahrheit und Evidenz, was Nachweisbarkeit und Sichtbarkeit ist im Hinblick darauf, wer wir sind, wo wir sind, mit wem wir sind und was wir getan haben?

Ein zentrales Motto der Alibi-Agentur lautet „Alibi – geben was man nicht hat“. Das ist ein Zitat von Jacques Lacan. Lacan spielte in dem Vortrag eine Rolle, den Thomas Macho im Rahmen der Alibi-Agentur über Doppelgänger in den Filmen Hitchcocks gehalten hat. Macho sprach von den Doppelgängern als Symptom einer gefährdeten Konstitution des Ichs. Gelingt die Ich-Konstitution, dann deshalb, weil meine Mitmenschen mir zu erkennen geben, dass all die Personen, die erleben, was ich vielleicht gar nicht erleben wollte oder geplant hatte, dennoch alle zusammen ‚ich‘ sind. Wird mir dies nicht gespiegelt, laufe ich Gefahr zu meinem eigenen Doppelgänger zu werden. In einer seltsamen Mischung aus falschem und echtem Alibi bin ich dann an mehreren Orten und in mehreren Zeiten zugleich. Hier geht die Logik des Alibis in die des Gespenstes über.

An diesem Extremfall der scheiternden Ich-Konstitution kann man erkennen, wie voraussetzungsvoll es ist, sich in der sozialen Raumzeit zweifelsfrei zu verorten. Und vielleicht schwingt im Zweifel an der Echtheit, der Richtigkeit eines Alibis immer auch etwas von dieser prinzipiellen Verunsicherung mit. Denn ein Alibi kann falsch sein, weil es einfach nicht den Tatsachen entspricht; es kann aber auch zweifelhaft sein, weil es tatsächlich schwierig ist, die Krümmungen und Spiegelungen der sozialen Raumzeit auf die gültige Ordnung der Tatsachen, die Ordnung der Evidenz abzubilden. In diesem Sinne ist auch das echte, das richtige Alibi immer in gewissem Maße konstruiert, denn die Aufgabe, mich in der sozialen Raumzeit zu verorten, lässt sich nie ganz abschließen. So gesehen haben wir immer schon zuviel und zuwenig ‚Alibi‘, denn wir sind nicht ganz dingfest zu machen in Zeit und Raum, Funktion und Täterschaft. Das betrifft sowohl den, der das Alibi gibt, als auch den, der das Alibi nimmt. Das also heißt: Alibi – geben was man nicht hat. Es ist kein Zufall, das Lacan mit dieser Formulierung nicht so sehr das Alibi zu charakterisieren suchte als vielmehr die Liebe – „er war die ganze Nacht bei mir“. Gemeinsam ist beiden Vorgängen nämlich, dass sich hier etwas vermehrt, indem es vergeben wird. Alibis stützen einander. Es gibt keinen Alibigeber, der nicht wiederum von anderen Alibigebnern abhängig wäre, die seine Verortung in der sozialen Raumzeit und der Logik der Tat stützen. Kurz: Alibis sind soziales Kapital.

Als Figuration steht das Alibi also für die Notwendigkeit, die Krümmungen und Spiegelungen der sozialen Raumzeit an die jeweils gültige Ordnung der Evidenz anpassen. Dieser Vorgang ist unhintergebar, denn jeder gesellschaftliche Zusammenhang basiert auf einer solchen Ordnung der Evidenz, die regelt, wer Anspruch auf eine bestimmte Form der Teilhabe an diesem Zusammenhang erwirkt. Zugleich ist diese Ordnung selbst aber nicht unveränderlich. Von Zeit zu Zeit steht neu zur Verhandlung, was dabei als Nachweis wofür gültig und bedeutsam ist. Und nötig wird so eine Neuverhandlung spätestens dann, wenn die Konstruktion eines rechtsgültigen Alibis so aufwendig wird, dass die Unterscheidung zwischen richtigen und falschen Alibis nicht mehr getroffen werden kann. Dann wird aus dem potentiellen Rechtsstreit ein Widerstreit. In diesem Widerstreit zu agieren und zu intervenieren – genau das scheint uns die eigentliche Aufgabe der Alibi-Agentur zu sein. Kurz: Die Nachweise, die wir produzieren, sollten echt und falsch zugleich sein.

An diesem Punkt kommt für uns das Theater ins Spiel. Nicht nur weil im Theater in gewisser Weise alles echt und falsch zugleich ist, sondern weil es auch im Theater einen Widerstreit zwischen der geltenden Ordnung der Tatsachen und den Krümmungen und Spiegelungen der sozialen Raumzeit gibt – einen Widerstreit, in dem wir mit unserer Alibiproduktion quasi unter Laborbedingungen intervenieren und experimentieren können. Dieser Widerstreit wird in der Beziehung zwischen dem Publikum und den Akteuren auf der Bühne besonders deutlich. Viele der Alibis, die die Alibi-Agentur produziert hat, haben damit zu tun, Zuschauerinnen und Zuschauern auf Wunsch eine verantwortliche Teilhabe am Projekt selbst zu bescheinigen. Auf den ersten Blick wird man diese Nachweise für falsch halten, denn es ist ja eindeutig, nämlich vertraglich, geregelt, wer verantwortlich ist und wer nicht. Und was die Zuschauer betrifft, ist die Eintrittskarte der gültige Nachweis ihrer Teilhabe an der Alibi-Agentur.

Andererseits verbindet sich mit der Alibi-Agentur aber auch das Versprechen, das Publikum in sonst nicht üblicher Weise teilhaben zu lassen. Das ist nicht unproblematisch, denn im Unterschied zu den frühen Optimisten des Mitmachens wissen wir heute alle: In dem Moment, in dem sich Zuschauerinnen und Zuschauer hier engagieren, geben sie ihre Machtposition als Publikum ein Stück weit auf, arbeiten mit und für die Alibi-Agentur und zahlen dafür unter Umständen auch noch Eintritt, während wir den durch ihr Engagement entstehenden kulturellen Mehrwert an uns nehmen und gewinnbringend in neue Produktionen umsetzen. Diese Art der Publikums-Teilhabe wird durch die Eintrittskarte gerade nicht nachgewiesen, sondern eher verdeckt. Einen angemesseneren Nachweis für diese Art des Engagements sieht die bestehende Ordnung von Evidenz aber nicht vor. Kurz: Eine Praktikumsbescheinigung ist hier ebenso falsch und ebenso richtig wie eine Eintrittskarte – nur quasi in der anderen Richtung.

Vielleicht fragen Sie sich: Aber muss denn wirklich alles immer angemessen nachgewiesen werden? Schon möglich, dass wir uns selbst hier allzu wichtig nehmen. Andererseits ist die Beziehung zwischen Akteur und Zuschauer nicht so nebensächlich, wie es auf den ersten Blick scheinen könnte. Denn sie ist Teil eines gesellschaftlichen Geschehens, in dem die Ordnung der Arbeit neu verhandelt wird, eine Ordnung, in der es vielleicht mehr Nachweisverpflichtungen gibt als in jeder anderen und damit potentiell auch mehr Alibis. Es war auf der Bühne der Alibi-Agentur mehrfach von der so genannten Deregulierung der Arbeit die Rede. Dabei entsteht so etwas wie Prosumption – also ein Zwitter aus den zuvor getrennten Aktionen von Produktion und Konsumtion. Solche Entwicklungen haben ihre Gewinner und ihre Verlierer. Verloren hat man, sobald man merkt, dass einem die eigene Arbeit neuerdings wie ein Produkt verkauft wird, für das man dann letztlich noch mehr arbeiten muss. Und wenn es stimmt, dass Kultur quasi das Labor ist, in dem die Trennung zwischen Produktion und Konsum zuerst unterlaufen wurde, dann müssten wir gerade im Theater auch neue Arten von Nachweisen erfinden und auf Ihrer Gültigkeit bestehen, um in diesem seltsamen (Um)Arbeitskampf Schritt zu halten. Dabei werden richtig und falsch aufeinander abgebildet, wie zum Beispiel, wenn Zuschauerinnen ihr Eintrittsgeld zurückerhalten, weil sie nachweisen, dass sie nicht hier sind, und durch den Nachweis ihrer Abwesenheit zugleich zu Mitwirkenden werden, die per definitionem keinen Eintritt zahlen.

Kurz: Möglicherweise geht es in der Frage der ‚Partizipation‘ immer darum, das falsche Alibi in das richtige zu verwandeln.

Manche haben ihren Rechtsstreit aber auch schon verloren. Dann helfen die richtigfalschen Nachweise der Alibi-Agentur wenig, und wir müssen aufhören, uns mit uns selbst zu beschäftigen. Wie damals in Zürich, als die Alibi-Agentur im Schiffbau-Theater auftrat. Das war nach den traditionellen Protesten zum 1. Mai. Die bürgerliche Öffentlichkeit war sich einig: Den grundlos gewalttätigen Chaoten der Mai-Bewegung war kein Pardon zu geben. Von einem kleinen Aktionsbündnis erfuhren wir eine andere Wahrheit: Da hatten junge AktivistInnen im Kampf gegen die Privatisierung der Bildung Farbbeutel auf ein Ministerium geworfen. Grundlos erschien dies gerade nicht und auch nicht allzu gewalttätig. Die Ordnungsmacht sah das anders. Die Jugendlichen wurden festgenommen und auf Wochen in Einzelhaft gesteckt. Ein Alibi würde Ihnen nicht mehr helfen. Was also tun? Von der Bühne aus rief eine Zuschauerin

der Alibi-Agentur beim Aktionsbündnis an und erfuhr, die Alibi-Agentur sei nicht da; sie könne also - wieder allen Anschein - zum aktuellen Zeitpunkt nicht auftreten, weil wir durch unsere Teilnahme an der Farbbeutelaktion in Haft geraten seien. Noch ein falsches Alibi also und vielleicht trotzdem richtig.

Vielleicht ist das am Ende eine Strategie, die noch weiter zu entwickeln wäre: Die, die kein Alibi haben, um eines zu bitten.

Es grüßt Sie herzlich
Ihre Alibi-Agentur