

## Hold om meg – Prosjektbeskrivelse

*Hold om meg* er et samarbeidsprosjekt mellom bergenspuben Dr. Wiesner, eid av folkeaksjeselskapet Lykke AS, forfatter Morten Lorentzen og Bacalao Performance Company, ved regissør Marianne McGill. Dette er en stedsspesifikk teaterforestilling, om og med stamgjester på en pub, fremført i de autentiske pubomgivelsene. Prosjektet har som målsetting å være et inkluderende, upretensiøst, sosialt og annerledesartet kulturtilbud av høy kunstnerisk kvalitet, til et blandet publikum i Bergensområdet. Lykke AS har disse samme målsettingene definert i forhold til sin drift av puben Dr. Wiesner. Puben holder til i et tidligere folkebad bygget i 1889, som et tilbud til dårlig stilte samfunnsborgere.

*Badet ble reist av byens borgere i takknemlighet for Dr. Joachim Wieseners virke som lege og hans innsats som samfunnsborger. Badet ble reist "for at skaffe den mindre bemidlede Del af Byens Befolkning billige bad og for gjennom denne samfundsgavnlig Foranstaltning at reise afdøde Dr. Wiesener et Minde."*

[http://www.histos.no/bergen/Dr.\\_Wieseners\\_folkebad](http://www.histos.no/bergen/Dr._Wieseners_folkebad)

Oppkalt etter Dr. Wiesner, og i hans ånd, driver Lykke AS Dr. Wiesner Pub, med fokus på inkludering, menneskeverd og raushet. Alle type mennesker er velkomne, som også gjenspeiles i variasjonen av mennesketyper, bakgrunn og alder hos klientellet. Slik sammenfaller deres filosofi med prosjektet *Hold om meg* sine ambisjoner.

I *Hold om meg* blir vi kjent med en gjeng vanlige, men noe slitne karakterer. De tilbringer det meste av tiden sin på den lokale puben, uten store begivenheter i hverdagen. Dette endrer seg imidlertid når et TV team dukker opp og vil lage reality TV fra deres pub. Livet blir snudd på hodet for disse stamkundene, og i et krampeaktig forsøk på å forbedre sine liv og muligheter, lar de seg forlede og forføre inn i illusjonen om berømmelse og betydningsfullhet...

*Hold og meg* er et musikalsk og i stor grad humoristisk stykke, med et seriøst budskap om menneskeverd, sårbarhet, forventning til livet og fellesskap. Det er skrevet av forfatter Morten Lorentzen, som også har skrevet stykker som *Førstereis* på Den Nationale Scene og Riksteateret (2011-2017) og *Lampefeber* på Hordaland Teater (2016). Stykket ble opprinnelig skrevet til og satt opp i Skottland i 2012, med tittelen *My Own Cheating Heart*. Da var skuespillerne en gruppe arbeidsløse rekruttert gjennom det skotske NAV-systemet. Det ble en stor suksess og gikk for fulle hus i to omganger i 2012 og 2013.

På bakgrunn av suksessen i Skottland har man sterk tro på at stykket vil slå an også i Norge. Forfatter Morten Lorentzen, som selv er bergenser, omskriver stykket til bergenske referanser og sjargong. Det er til sammen med syv sangnumre, med tekster av Morten Lorentzen og flere med melodier av Jan Eggum. Hvert av sangnumrene er tilegnet en karakter i stykket, som fremfører det vokalt med tre proffe musikere som band, under ledelse av den erfarne bergensmusikeren Gunnar Bjelland.

I løpet av våren 2017 har det blitt etablert en skuespillergruppe på 8 skuespillere, i alderen 20 til 65 år. Disse har ikke blitt rekruttert på bakgrunn av skuespillererfaring, men på bakgrunn av deres tilknytning til Dr. Wiesner som stamkunder der. Slik har skuespillerne en ekte og troverdig forbindelse til karakterene de spiller i stykket og omgivelsene de spiller i.

Skuespillerne er altså i amatører i teatersammenheng. Således omfatter prosjektet et spennende samarbeid mellom profesjonelle og amatører, hvor profesjonelle utøvere (dramatiker, regissør og musikere) sørger for kvalitet i både prosess og produkt, mens skuespillergruppen representerer og bidrar med entusiasme, glede, nysgjerrighet, autensitet, samhold og fellesskap.

Aldersspennet i skuespillergruppen gjenspeiles i prosjektets målgruppe. Man ønsker nettopp denne interaksjonen mellom unge, middelaldrende og eldre velkommen, med ønske om gjensidig utbytte av kultur- og erfaringsutveksling. Gjennom forestillingens blandete gruppe av lokale medvirkende i forskjellige aldre og med forskjellig bakgrunn, dens uformelle setting og relativt lave billettpris, ønsker man å nå ut til nye publikumsgrupper. Man har en ambisjon om å nå mennesker som ikke vanligvis går i teateret, ved å tilby teater i en annen og mer tilgjengelig setting enn slik enkelte opplever institusjonsteatrene. Det er altså et mål å rekruttere nye publikummere til teateret gjennom å tilby en utradisjonell og uformell form for teater.

Forestillingen blir ca. to timer lang inkludert pause. Det er i utgangspunktet lagt opp til fire forestillinger på Dr. Wiesner 26-29. januar 2018, med mulighet for en ekstraforestilling 31. januar dersom publikumspågangen er stor. En slik ekstraforestilling vil i så fall finansiere seg selv gjennom billettsalg.

I tillegg til ”jungeltelegraf-markedsføring”, som for øvrig allerede er i gang på Dr. Wiesner, vil man henvende seg til både lokale media, som BT, BA og NRK Hordaland, og noe riksdekkende media, som enkelte avsier og TV2, for forhåndsomtale. BA har allerede uttrykt interesse for å dekke prosjektet. Sosiale media, som facebook, vil også være en viktig markedsføringsplattform. Det vil bli opprettet et facebook-arrangement for å promotere forestillingen, som vil ”fremmes” (deles hyppigere og med flere) når det nærmer seg premiere. De medvirkende aktørene vil også dele arrangementet og annen informasjon om prosjektet på sine egne facebook-sider, og slik vil man effektivt nå ut til mange.