

Region

Müssen Sali und Vrenchen sterben? Glattfelden schreibt einen Klassiker um

Literatur 170 Jahre nach der Veröffentlichung der Novelle «Romeo und Julia auf dem Dorfe» lädt Autorin Andrea Keller zum Schreibworkshop – mit dem Ziel, Gottfried Kellers Tragödie umzuschreiben.

Manuel Navarro

1856 wurde Gottfried Kellers «Romeo und Julia auf dem Dorfe» veröffentlicht. Es ist die Geschichte von Sali und Vrenchen, deren Liebe ob des erbitterten Streits ihrer Väter in den Selbstmord führt.

Nun wird in Glattfelden ein Experiment gewagt: Eine Gruppe von Kulturschaffenden stellt der Gemeinde, aus der Gottfried Kellers Eltern stammten und in welcher der Autor viele seiner Ferien verbrachte, die Frage: Wie wäre es statt einer Tragödie mit ein paar «Happy Wendungen» für Sali und Vrenchen?

«Wir intervenieren da, wo es nicht gut läuft»

Hinter der Idee steckt ebenfalls eine Person mit Namen Keller und einem Faible für das geschriebene Wort: die Autorin, (Wort-)Künstlerin und Schreibaktivistin Andrea Keller, die selbst aus Glattfelden stammt.

«Muss die Geschichte so traurig, so tragisch enden wie bei Shakespeare? Wir finden: Nein!», sagt Keller. «Deshalb grätschen wir rein, schreiben um.» Interessierte können in einem Workshop an vier Terminen von September bis November Gottfried Kellers Werk neu erzählen. «Wir werden uns Themen wie Gier und Genügsamkeit, Streit und Versöhnung, Hass und Liebe, Ausweglosigkeit und Hoffnung widmen», so Andrea Keller. «Und wir intervenieren da, wo es nicht gut läuft. Dabei trainieren wir unsere Vorstellungskraft und unsere Hoffnungsmuskulatur.»

Keller wünscht sich, dass dies auch zu mehr Tatendrang in der realen Welt führt. «Im Workshop üben wir einfach mal an der Literatur, was auch in der echten Welt gefragt ist: dass wir Dramen nicht einfach ihren Lauf lassen.» Dabei könne man verschiedene Szenarien durchspielen und ausprobieren. «Und im besten Fall



Andrea Keller sucht Mutige, die es wagen, der Erzählung von Gottfried Keller ein glücklicheres Ende zu verpassen. Dabei sind auch Teilnehmende ohne Schreiberfahrung willkommen. Foto: Denise Kratzer

inspiriert uns das dazu, auch im echten Leben aktiv zu werden.»

Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt

Andrea Keller glaubt, das Bedürfnis dafür sei derzeit gross. «Ich glaube, dass viele Menschen aktuell die Sehnsucht nach guten Wendungen in sich tragen, hoffen, dass man es besser machen könnte, als wir es derzeit

erleben; etwa beim Umgang mit der Klimakrise.

Der Fantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. «Wir wollen den Nationaldichter und dessen Werk würdigen und zugleich frisch und frech in den Verlauf der Geschichte eingreifen, eben «bessere» Entwicklungen zu Blatt bringen», sagt Andrea Keller. Das bedeute nicht, dass man den Teilnehmenden einen

starren Rahmen gebe. «Wenn jemand unbedingt möchte, dass die Geschichte nach einer positiven Wendung eskaliert, vielleicht sogar noch tragischer wird als das Original, dann ist das so. Und dann denken wir darüber nach, was uns an Konflikten und Tragödien kitzelt, warum wir sie laufend produzierten.»

Es würden auch nicht nur Menschen mit besonders viel

Schreiberfahrung gesucht, sondern einfach Personen, die Lust hätten, sich auf das Experiment einzulassen, die kreativ sein wollten, spielen möchten mit der Idee. Ob man dabei der Inspiration schliesslich mit Tippen auf dem Laptop oder einem Stift und Blatt Papier folgt, sei jedem freigestellt. Und falls bei einer Person plötzlich ein Comic entsteht, fände sich auch dafür Verwendung.

Begleitet werden die Teilnehmenden nebst Andrea Keller von weiteren Kulturschaffenden, darunter dem Slam-Poeten Manuel Diener, Autorin Tanja Kummer und Musiker Nico Feer. «Manuel Diener hat zum Beispiel bereits sieben Stellen in Gottfried Kellers Novelle identifiziert, die sich gut eignen würden, um aus der Tragödie auszusteigen und die Geschichte in eine glücklichere Richtung zu lotsen.»

Einstieg ins Thema über Kinofilm

Den Auftakt für das Projekt macht morgen Samstag das Open-Air-Kino auf dem Dörflihof in Zweidlen. Dort wird die Verfilmung von «Romeo und Julia auf dem Dorfe» aus dem Jahr 1941 gezeigt. Wer möchte, kann ausserdem am 25. August an einem Informationsanlass zum Schreibworkshop teilnehmen.

Nichts davon ist jedoch Pflicht, um in der Textschmiede am 19. September mit der kreativen Auseinandersetzung mit Gottfried Keller zu beginnen. Einzig eine vorherige Anmeldung über die Webseite ist obligatorisch, denn die Anzahl Plätze ist begrenzt. Am Workshop können auch Personen teilnehmen, die nicht in Glattfelden wohnen.

Den Abschluss findet das Projekt schliesslich im Februar 2027 bei einem «Fest der guten Hoffnung». Die entstandenen Texte werden in Form einer Zeitung veröffentlicht, zudem ist ein professionelles Audiowerk geplant.

So sehen die neuen Trikots des EHC Kloten aus

Eishockey Nach einer Petition für mehr Mitsprache liess der Club seine Fans über das Trikot-Design abstimmen. Die Reaktionen auf die Präsentation fallen überraschend positiv aus.

Der EHC Kloten hat neue Trikots. Die Eishockey-Spieler treten zwar weiterhin in den gewohnten blauen Heim- und weissen Auswärtsleibchen an, doch der Entstehungsprozess war etwas anders. Der Club arbeitete mit einer Designstudentin zusammen, die eine Kollektion aus Vorsaison-, Aufwärm- und Spieltrikots entwarf. Statt ein Trikot hinter verschlossenen Türen zu entwerfen, habe man den kreativen Prozess bewusst geöffnet, wird der Entscheid in einer Mitteilung begründet.

Bevor es aber dazu kam, wurden Fans nach ihrer Meinung gefragt. «In einer Umfrage habt ihr uns klar aufgezeigt, was euch wichtig ist: ein schlichtes, zeitloses Design mit einem starken Fokus auf Blau, unseren traditio-

nellen Clubfarben und ohne unnötige Elemente.»

So kommt der Club auch dem Wunsch der Fans für mehr Mitsprache nach, den diese im Frühjahr in einer Petition und schon früher in einem Dokument mit «14 Thesen zum Klotener Publikumsinteresse» geäussert hatten.

In den sozialen Medien äussern sich die Fans bislang mehrheitlich positiv. Sogar die oft kritischen Anhängerinnen und Anhänger im Fanforum können sich mit den Leibchen anfreunden. Vereinzelt gibt es aber auch kritische Stimmen, so etwa zum gelben Fleck auf dem Ärmel und den grünen Buchstaben auf dem Rücken der Auswärtstrikots von Sponsorenlogos.

Andrea Meili



Für das Fotoshooting haben Mischa Ramel (hinten, Nummer 14), Dario Meyer (links, Nummer 88) und Simon Johansson (rechts, Nummer 23) das Stadion verlassen und am Flughafen gemodelt. Foto: PD

Aus den Gemeinden

— **Fünf Bäume müssen weichen Bassersdorf** Nach Sturmböen der vergangenen Wochen hat die Gemeinde Bassersdorf mehrere Bäume auf Umsturz- und Abbruchgefahr geprüft, wie sie auf ihrer Website schreibt. Auf Anordnung des Revierförsters wurden schweren Herzens zwei Rotannen beim Spielplatz des alten Schulhausplatzes gefällt. Ersatzpflanzungen sind laut der Gemeinde geplant. Gestern Donnerstag wurden zudem drei Eschen in der Altbachböschung auf Höhe Bahnhofstrasse 2 und dem ehemaligen Elektrizitätswerk-Turm gefällt. Zuvor hatte ein herabfallender Ast ein auf dem dortigen Privatparkplatz geparktes Auto beschädigt. Glücklicherweise wurden dabei keine Menschen verletzt. (red)

ZürcherUnterländer

Zürcher Unterländer, Technoparkstrasse 5, 8401 Winterthur. Telefon: 044 854 82 82. E-Mail Redaktion: region@zuonline.ch. Herausgeberin: Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Technoparkstrasse 5, 8401 Winterthur. Verleger: Pietro Supino. Ombudsmann der Tamedia AG: Ignaz Staub, Postfach 318, 6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch. Redaktionsleitung: Raphaela Birrer (rbi), Chefredaktorin, Matthias Chapman (cpm), stv. Chefredaktor, Ueli Kägi (ukä, Leitung Zürich), Andreas Kunz (aku). Regionalredaktion: Martin Liebrich (mrl, Leitung), Astrit Abazi (abz), Anna Bérard (anb, stv. Leitung), Thomas Mathis (tam), Andrea Meili (ame), Manuel Navarro (nav), Florian Schaefer (flo), Daniela Schenker (dsh), Andrea Söldi (asö), Christian Wüthrich (cwü). Ständige Mitarbeit: Martina Hagenauer-Cantieni (mha). Sportredaktion: Urs Stanger (ust). Fototeam: Beat Mathys, Leitung. Adrian Moser, Leitung. Sabina Bobst, Patrick Gutenberg, Moritz Hager, Urs Jaudas, Manuela Matt-Merk, Raphael Moser, Balz Murer, Christian Pfander, Nicole Philipp, Sabine Rock, Franziska Rothenbühler, Madeleine Schoder, Michael Trost. Ressortleitungen: Zürich/Zürichsee: Stefan Häne (sth), Sibylle Saxer (sis). Politik & Wirtschaft: Mario Stäuble (ms). Ausland: Christof Mürger (chm). Reportagen & Storytelling: Jacqueline Büchi (jbu). Recherchedesk: Catherine Boss (cbm), Oliver Zihlmann (ozi). Leben: Philippe Zweifel (phz). Gesellschaft/Debatte: Andreas Tobler (atob) Kultur/Lebensstil: Paulina Szczesniak (psz). Sport: Anna Baumgartner (abb). Wissen: Anke Fossgreen (afo). Print Desk Tamedia Deutschschweiz: Philippe Müller (phm, Leitung). Blattmacher: Thomas Ley (ley), Stefan Kleiser (skl), Marc Schadeegg (msg), Corsin Zander (zac). Produktion: Frank Hubrath (hub), Markus Käch, Bernd Kruhl (bkr), Markus Mathis (mam), Maurizio Derin (de). Korrektorat: Rita Frommenwiler Schumow. Aboservice: Für Fragen und Anliegen zu Ihrem Abo wenden Sie sich am besten über eines der Online-Formulare an uns: contact.zuonline.ch oder telefonisch unter: 0842 00 82 82. Leitung Nutzermarkt: Marc Isler. Leitung Abo-Service: Aranzazu Diaz. Druck: DZZ Druckzentrum Zürich AG. Auflage: 10'335 Expl. Mo-Sa, Do Grossauflage: 62'541 Expl. (WEMF-beglaubigt 2025). Inserate: Tamedia Advertising AG, Leitung: Philipp Mankowski. Inserateaufgabe Print: Tel. 044 248 40 30. E-Mail: inserate.underland@tamedia.ch. Inserateaufgabe Digital: Tel. 044 248 50 70. E-Mail: digitalnext@goldbach.com. Neben den klassischen Formen von Werbung erscheint in den Medien von Tamedia die folgende Form von Inhaltswerbung: Branded Content: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und vom Team Commercial Content aufbereitet wird. Branded Content lehnt sich gestalterisch an das Layout des Trägertitels an und wird beispielsweise mit «Sponsored», «Präsentiert von», «Paid Post» oder «Publicreportage» gekennzeichnet. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ Druckzentrum Zürich AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Advertising AG, Zürcher Oberland Medien AG