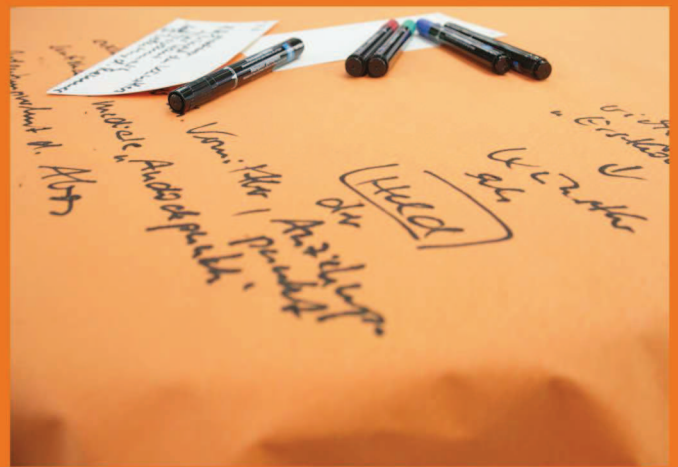




Symposium des Beethovenfestes Bonn 2009
Die Zukunft des Konzerts - das Konzert der Zukunft



11. September 2009, Gremiensaal der Deutschen Welle, Bonn



Symposium des Beethovenfestes Bonn 2009
„Die Zukunft des Konzerts – das Konzert der Zukunft“

11. September 2009, Gremiensaal der Deutschen Welle, Bonn

Moderation: Andrea Thilo

Einleitung.....Seite 1

Panel 1: Pluralisierung im Orchesterwesen und Konzertmanagement

Andrea Thilo im Gespräch mit Albert Schmitt, Tatjana Eler, Siegwald Bütow, Susanne Eychmüller und Gerald Mertens.....Seite 2

Panel 2: Vermarktung und Selbstbestimmtheit der Instrumental- und Vokalsolisten

Andrea Thilo im Gespräch mit Jasper Parrott und Dr. Elmar Weingarten.....Seite 4

Impulsvortrag: Profile heutiger Konzertprogramme: Gedanken zum Werkekanon im klassischen Konzert. Prof. Dr. Helga de la Motte-Haber.....Seite 6

Panel 3: Im Spannungsfeld zwischen autarker Programmplanung und dem Terminkalender der Stars

Andrea Thilo im Gespräch mit Folkert Uhde und Dr. Nikos Tsouchlos..... Seite 8

Panel 4: An der Schnittstelle von Kultur und Wirtschaft

Andrea Thilo im Gespräch mit Alexander Farenholtz und Prof. Dr. Gustavo Möller-Hergt.....Seite 10

Panel 5: Räume für Musik. Ein neues Festspielhaus für Bonn

Andrea Thilo im Gespräch mit François J. V. Valentiny, Patrik Schumacher und Dr. Hans-Dieter Petram.....Seite 11

Ergebnisse des World Cafés.....Seite 14

Einleitung

Mit großem Interesse verfolgten über 200 Gäste das erstmals in der Deutschen Welle veranstaltete Symposium des Beethovenfestes Bonn, das unter dem Oberthema „Die Zukunft des Konzerts – das Konzert der Zukunft“ in fünf Gesprächsrunden die Facetten der aktuellen Konzertsituation beleuchtete. Eingeladen waren Musiker, Kulturmanager, Künstleragenten sowie Fachleute aus der Musikwissenschaft, Wirtschaft und Architektur, die motiviert von der temperamentvollen Moderatorin Andrea Thilo lebhaft bis kontrovers über Gegenwart und Zukunft der Institution des klassischen Konzerts diskutierten.

Als Veranstaltungsort wurde bewusst die Deutsche Welle gewählt. Als einer der Hauptsponsoren des Beethovenfestes und als medialer Schmelztiegel des internationalen Kulturaustauschs ist sie der ideale Gastgeber gewesen für die Symposiumspremiere des Festivals. Journalisten der Deutschen Welle, aber auch vieler weiterer regionaler, nationaler und internationaler Medien besuchten die Veranstaltung. Die Simultanübersetzung ins Englische nutzten einzelne Journalisten und Besucher gleichermaßen.

Begrüßt wurde das Publikum von Erik Bettermann, dem Intendanten der Deutschen Welle, der in seiner Ansprache die Bedeutung seines Senders betonte, Kulturbrücken zu bauen. Das sei in besonderer Weise in der Zusammenarbeit mit dem Beethovenfest möglich. Neben dem alljährlich gemeinsam durchgeführten Orchestercampus werde sie vor allem in den Podcasts der Konzertmitschnitte deutlich, die auf den Internetseiten der Deutschen Welle abgerufen werden können, oder in dem Video-Livestream einzelner Konzerte. Die Intendantin des Beethovenfestes Bonn, Ilona Schmiel, bestätigte in ihrer Ansprache die enge Kooperation und hob hervor, dass es die Internationalität der Fragestellung und des Anspruchs zeige, das Symposium unter dem multilingualen Dach der Deutschen Welle stattfinden zu lassen. Das Beethovenfest wolle auch Forum für den Austausch aktueller Positionen und die Anregung neuer Ideen sein. Dabei betonte sie in Anlehnung an den Philosophen Odo Marquard, „Zukunft braucht Herkunft“. Das gelte auch für die Institution Konzert, dessen zukünftige Gestalt nicht nur von der Suche nach neuen Herangehensweisen abhängen, sondern auch vom Mut der Veranstalter und Künstler, die tradierten Rezeptionsformen nicht einem beliebigen programmatischen Crossover zu opfern.

Panel 1: Pluralisierung im Orchesterwesen und Konzertmanagement

Das erste Panel widmete sich neuen und bewährten Formen der Organisation von Orchestern am Beispiel der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen (DKPh) und des WDR Sinfonieorchesters Köln (WSO). Albert Schmitt und Tatjana Erler, Managing Director bzw. Kontrabassistin der DKPh, Siegwald Bütow und Susanne Eychmüller, Manager bzw. stellvertretende Solocellistin des WSO, sowie Gerald Mertens, Geschäftsführer der Deutschen Orchestervereinigung (DOV), beleuchteten strukturelle und organisatorische Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten der beiden Ensembles vor dem Hintergrund der nationalen und internationalen Orchesterlandschaft. Während das WDR Sinfonieorchester als über die Rundfunkgebühren finanziertes Ensemble keine weiteren Gelder einwerben muss, um die Gehälter der Mitglieder und des Managements zu garantieren, selbstverständlich aber geldwerte Leistungen erbringt, die eingerechnet werden müssen (Karteneinnahmen, Rundfunk-, CD- DVD- Produktionen für das laufende Programm, das Archiv und den externen Vertrieb), muss die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen 60 % ihres Kostenapparats durch Kartenverkauf, Sponsoren- und Stiftungsgelder erwirtschaften. In einer gGmbH zusammengeschlossen, ist jeder der 39 Musiker zugleich sein eigener Unternehmer. Moderatorin Andrea Thilo provozierte direkt mit der Frage an Albert Schmitt, ob diese wirtschaftliche Abhängigkeit von vollen Konzertsälen, großem Medienvertrieb und zufriedenen Sponsoren nicht Gefälligkeiten im Programm verlange. Die neun Beethoven-Symphonien neu einzuspielen und en bloc aufzuführen, sei kaum ein Risiko. Herr Schmitt verwies darauf, dass nicht die Rücksicht auf den Mainstream Impetus ihrer Programmgestaltung sei, sondern man das machen wolle, „was einem künstlerisch spannend, wertvoll und interessant“ erscheine. „Wir machen das, wozu wir uns gemeinsam entschlossen haben, und das wollen wir so gut wie möglich machen – natürlich auch, um erfolgreich zu sein.“ Die Kontrabassistin Tatjana Erler bestätigte aus ihrer Perspektive, dass sie an der Struktur der DKPh weniger die wirtschaftliche Selbstverantwortung gereizt habe als vielmehr die Möglichkeit, in einem überschaubaren flexiblen Apparat nicht nur zu musizieren, sondern auch programmatisch und organisatorisch mitzubestimmen. Dafür gebe es diverse Gremien wie den Programmausschuss, den Orchestervorstand und die Vollversammlung, mit denen die Geschäftsführung kooperiere. Diese Art der internen Kommunikation sei allerdings auch in einem so großen, innerhalb eines großen Unternehmens verwalteten Orchester wie dem WDR Sinfonieorchester mittlerweile üblich, wie Susanne Eychmüller ausführte. „Jeder, der Ideen habe“, könne sich auch einbringen. An der Entwicklung neuer „Feedback-Strukturen“ arbeite man gerade, ergänzte Orchestermanager Siegwald Bütow, die der Meinung eines jeden Musikers zu künstlerischen Belangen (programmatisch, personell) eine Stimme gäben und die eventuelle Realisierung koordinierten. Hinsichtlich dieser Entwicklungen sei auf dem Podium auch ein Konsens, bemerkte Albert Schmitt. Die Debatte um Organisationsentwicklung, Zielvereinbarungen, Marketing werde mittlerweile in den meisten Ensembles egal welcher Struktur geführt. Wesentliche Impulse habe sie durch die Orchestergründungen in den 1980er Jahren erhalten, als die Junge Deutsche Philharmonie, das Ensemble Modern, das Freiburger Barockorchester etc. entstanden, die die Freude am Musizieren mit Mitbestimmungsmöglichkeiten und programmatischem Profil verbinden wollten.

Andrea Thilo richtete den Blick auch auf die Programmgestaltung beider Ensembles und ihren jeweiligen Einsatz für die Neue Musik. Für die DKPh stellte sie fest, dass die Neue Musik im Wesentlichen in Education-Projekten stattfinde, obwohl das Orchester seinen immensen Erfolg auch dafür nutzen könnte, sich prominenter für die Neue Musik einzusetzen. Albert Schmitt legte Wert darauf, „diese Debatte zu entideologisieren“. Er wolle nicht zeitgenössische Musik spielen um ihrer selbst willen, sondern halte es für richtig, sich jeder Musik grundsätzlich mit der Frage zu nähern „Was sagt sie mir? Sagt sie mir etwas? Halte ich sie für aufführens-wert?“ Neue Musik müsse nicht unbedingt im Konzertsaal stattfinden. Mit ihrem „Faust II“-Projekt gehe die DKPh in sozial schwache Bremer Stadtteile und habe dort großen Erfolg auch mit der für viele dort gewöhnungsbedürftigen Musik

gemacht. „Wir schaffen damit ungewohnte Aufbrüche. Und darum geht es uns eigentlich genauso mit der Neuen Musik wie mit unserem Beethoven-Projekt. Beethoven, so wie wir ihn spielen, ist ja alles andere als konventionell. Der ist genauso spektakulär wie eine Uraufführung. Die Haltung, die dahinter steht, ist aus meiner Sicht das Entscheidende.“ Für das WSO ist die Auseinandersetzung mit Neuer Musik selbstverständlicher, ja, auch Programmauftrag. Mit der Verpflichtung, für das Rundfunkarchiv Werke verfügbar zu machen, hat das WSO seit seiner Gründung der Neuen Musik immer einen wichtigen Platz bei der Programmgestaltung eingeräumt.

Neben den programmatischen und strukturellen Aspekten lenkte Andrea Thilo den Blick auf die immer prekärer werdenden Finanzierungsfragen der Ensembles. Von den ehemals 168 gewerkschaftlich organisierten Orchestern in Deutschland bestünden noch 133. Gerald Mertens, der als DOV-Vorsitzender die tariflich gebundenen, subventionierten Orchester vertritt, stellte erfreut fest, dass sehr viele originelle Ideen bei der Lösung dieser Fragen aufgebracht würden – auch in Anlehnung an die Praxis der freien Ensembles. Natürlich gebe es handfeste Schwierigkeiten: bei den Rundfunkorchestern etwa die Tatsache, dass die Einnahmen aus Rundfunkgebühren drastisch zurückgegangen seien. Auch die DKPh treffe die gegenwärtige Krise erheblich, ergänzte Albert Schmitt. Aus Kostengründen würden Konzerte abgesagt, sprängen Sponsoren ab und gebe es auch starke Einbußen im Managementtraining, das die DKPh seit einiger Zeit betreibt. Der Kostendruck setze allerdings auch viele Reformen in Gang. Das ursprüngliche Ziel eines Musikers sei „nicht Geld zu verdienen, sondern sich leidenschaftlich in Musik und mit Musik zu verwirklichen“. Das sei die Triebfeder bei der Gründung der DKPh vor 30 Jahren gewesen. „Wir wollten diesen damals in den 80er Jahren erstarrten Musikbetrieb keinesfalls als unsere Perspektive akzeptieren, sondern Musik so machen, dass wir uns darin wiederfinden. Finanzierungsfragen in dem Moment zu stellen, hätte das Unternehmen schon im Keim erstickt.“ Das sei dann erst später angegangen worden. Diesen Enthusiasmus und Idealismus findet Susanne Eychmüller aber auch im großen Orchester bei sich selbst und ihren Kollegen, die sich sehr engagieren in der Jugendarbeit oder zusätzlichen Kammerkonzerten. Auch in der Ausbildung habe sich einiges getan. Die Musikstudenten würden nicht mehr so sehr auf eine unwahrscheinliche solistische Karriere hin geschult, sondern besser für den Orchesteralltag ausgebildet, in dem Teamgeist ebenso wichtig sei wie exzellente Technik. Siegwald Bütow betonte, dass die großen Symphonieorchester in der Zwischenzeit nachgeholt hätten, was die Spezialensembles in den 80er Jahren vorgemacht hätten. Das sei nicht mehr „wie bei Asterix und Obelix“, wo ganz Gallien von den Römern erobert worden sei, und nur ein kleines Dorf – etwa die Kammerphilharmonie – opponiere dagegen. Sowohl hinsichtlich des spielerischen Engagements als auch in bezug auf durchsichtigere Interpretation habe man viele Impulse aufgenommen. Er sei begeistert, mit welcher Spielfreude auch ältere Kollegen bei der Sache seien und ihre Erfahrung an die jüngeren weitergäben.

Mit Blick auf das große Ganze wies Andrea Thilo darauf hin, dass die DOV daran arbeite, die deutsche Orchesterlandschaft als UNESCO-Weltkulturerbe anerkennen zu lassen. Von 560 Kulturorchestern weltweit befindet sich ein Viertel, also 133, in Deutschland. Gerald Mertens erläuterte dazu, dass es sich natürlich um einen Langzeitprozess handele, dessen Gelingen auch davon abhängen, „dass man in Deutschland überhaupt erst einen Konsens über Kultur als Staatsziel herstellt. Wenn Sie im Ausland sind, werden Sie immer auf Goethe, Schiller, Beethoven und die Orchester angesprochen. Aber umgekehrt gilt der Prophet im eigenen Lande nichts – trotz dieses kulturellen Reichtums. Da mögen sich doch die verantwortlichen Politikerinnen und Politiker auch in die Bresche werfen und sagen: das ist Weltkulturerbe, dafür setzen wir uns ein.“

Albert Schmitt fasste die Frage nach der Möglichkeit, auch in Zukunft die Arbeit der Orchester zu sichern, mit der Feststellung zusammen, es gehe um Partizipation von Musikern und um eine andere Kultur des Miteinanders zwischen Führungsebenen, Managementebenen und Orchester, der sich die übrigen Podiumsteilnehmer anschlossen.

Panel 2: Vermarktung und Selbstbestimmtheit der Instrumental- und Vokalsolisten

In diesem Podiumsgespräch trafen mit Jasper Parrott und Dr. Elmar Weingarten zwei Persönlichkeiten aus dem Musikbetrieb aufeinander, die von zwei unterschiedlichen Seiten das klassische Konzert gestalten: Jasper Parrott, seit Jahrzehnten renommierter Künstleragent aus London, der zahlreiche Künstlerkarrieren ebenso behutsam wie konsequent aufgebaut hat, und Elmar Weingarten, der nach Tätigkeiten u. a. als Intendant der Berliner Philharmoniker, des Ensemble Modern und als Kurator des Hauptstadtkulturfonds seit 2007 Intendant der Tonhalle-Gesellschaft Zürich ist. Während der eine die bei ihm unter Vertrag stehenden Künstler zu den bestmöglichen Konditionen in Programmen der Orchester, Konzerthäuser und Festivals unterzubringen trachtet, ist der andere daran interessiert, programmatisch adäquate Künstler zu akzeptablen Honorarforderungen zu verpflichten.

Andrea Thilo eröffnete die Diskussion mit dem Bezug auf die Pianistin Héléne Grimaud, deren Karriere von Anfang an von Jasper Parrott begleitet und gesteuert wird. Sie ist ein schillerndes Beispiel für das Zusammentreffen von künstlerischer Ausnahmebegabung und fesselnder Bühnenpräsenz, besitzt aber auch ein dezidiertes Profil neben ihrer Pianistenexistenz, das ebenfalls großes Interesse in der Öffentlichkeit hervorgerufen hat. Mit der provokativen Frage, wie strategisch Künstler heute vermarktet würden, richtete Andrea Thilo den Fokus direkt auf den zentralen Punkt. Natürlich sei es eine wichtige Aufgabe der Agenten, wie Jasper Parrott ausführte, für jeden Künstler ein enges Netzwerk mit den Medien zu schaffen. Daran hätten aber auch die Künstler großes Interesse. Sicher könne das auch zu einer Überforderung des Künstlers führen, aber man müsse eben sehr sensibel die Pressekontakte pflegen und bedienen. Frau Thilos Einwand, ob die Künstler nicht noch viel mehr geschützt werden müssten vor einer informationshungrigen Öffentlichkeit, relativierte Herr Parrott mit dem Hinweis auf die Eigenverantwortlichkeit des Künstlers. Für viele von ihnen sei der konstante Kontakt zu den Medien sogar Motivation. Dennoch empfinde er eine große Verantwortung vor allem gegenüber jungen Künstlern. Was oftmals aus einem Pressearrangement werde, liege allerdings nicht in seiner Macht. Frau Thilo kam in diesem Zusammenhang auf Héléne Grimauds Engagement für Wölfe zu sprechen, das sehr intensiv von der Presse aufgegriffen wurde. Sei diese Passion von Herrn Parrott bewusst für die mediale Verwertung genutzt worden? Er verneinte dies vehement. Grimauds Einsatz für die Wölfe sei ohne PR-Hintergedanken aus ihrer spontanen Faszination entstanden. Nachdem einige Journalisten dieses Thema entdeckt hatten, habe es eine ungeheure mediale Wirkung erlebt, und er habe der Künstlerin sehr dazu geraten, es aus jedem Interview zu verbannen. Oft sei es so, dass sich die Medien auf die außermusikalischen Interessen des Künstlers stürzten. Das zu verhindern, sei ebenso eine wichtige Aufgabe des Agenten.

Um seine Einschätzung dieser Problematik gebeten, gab Elmar Weingarten seine „Idiosynkrasie“ gegenüber Stars der Klassikszene zu. Erzeugten einzelne Künstler einmal eine solche Hysterie, seien sie für ihn nicht mehr von Interesse und er engagiere sie nicht mehr. Andrea Thilo hakte an dieser Stelle noch einmal nach, um die genauen Gründe für diese Abneigung zu erfahren. Herr Weingarten führte vor allem künstlerische Gründe an. Er glaube, dass die künstlerische Qualität unter allzu großem Erfolg leide. Außerdem bedauere er es, dass die Scheinwerfer, die auf einzelne attraktive, medienwirksame Künstler gerichtet würden, mindestens ebenso bedeutende Interpreten in den Schatten stelle. Zur Rolle der Medien im Klassikzirkus ergänzte Herr Weingarten, dass er zwar auch finde, dass sie eigene Verantwortung trügen. Sie hätten sich aber in einer Weise entwickelt, „dass wir alle, die Musik als Geschäft betreiben, von der Norm der musikalischen Eventkultur terrorisiert werden“. Heute sei die Verantwortung des Managers viel größer, um Karrieren nicht durch diesen ständigen überdimensionierten Druck auf den Künstler zu beeinträchtigen. Darüber hinaus sehe er es als problematisch an, dass das, was bei diesen umjubelten Künstlern vorgeführt werde, von vielen dafür gehalten werde, „worum es bei Musik geht“. Da hätten auch die Manager eine große Verantwortung.

Jasper Parrott relativierte diese Sicht, indem er darauf verwies, dass seine Agentur seit vierzig Jahren bestehe mit einem Mitarbeiterstab aus drei Generationen und einer

Künstlerliste, die vier Generationen umfasse. Viele der Künstler habe er vom Anfang ihrer Karriere an begleitet: vom stürmischen Teenager zum reifen Künstler. Burnout-Syndrome gebe es, aber sie betreffen doch nur einen kleinen Teil der Künstler. Die meisten kommunizierten mit großem gegenseitigen Gewinn mit den Medien.

Neben der problematischen Rolle der Medien wurde auch ihre sehr wichtige angesprochen. Elmar Weingarten bemerkte dazu, dass die bedeutende Aufgabe der Medien und vor allem des Feuilletons, über klassische Musik und auch das Musikleben zu berichten, leider immer mehr – sei es aus Einsparungsgründen, sei es aus Desinteresse – in den Hintergrund gedrängt werde: „Joachim Kaiser hat über Jahre hinweg sehr viel über Pianisten geschrieben. Und in München gab es wirklich das beste Klavierpublikum. Da konnte jeder Künstler auftreten, der Saal war voll. Die Leute waren interessiert, und das war auch eine Bildungsstrategie der Süddeutschen Zeitung damals, die einfach glänzend war, und die hat natürlich den Veranstaltern dann auch geholfen. Jetzt ist es ein bisschen zusammengebrockelt. Dadurch, dass in den Feuilletonspalten immer weniger über Konzerte berichtet wird, findet auch das Publikum dort keine Resonanz und kann sich dort nicht mit Informationen bedienen und auch einen Geschmack herausbilden.“ Wenn die Eventkultur das Einzige sei, was die große Aufmerksamkeit auf sich ziehe, dann hätten die Kulturmanager die Aufgabe dagegengusteuern. Jasper Parrott relativierte die Bedeutung des Feuilletons. Die Dominanz eines Feuilletons und eines Kritikerpapstes könne auch eine bestimmte „Blindheit“ bei der Beurteilung von Künstlern erzeugen. In New York sei dies mit der New York Times und ihrem bedeutenden Musikkritiker Harold C. Schonberg so gewesen.

Andrea Thilo kam noch einmal auf die Verantwortung, aber auch die Realitätszwänge der Kulturmanager vor dem Hintergrund kleinerer Budgets und wegfallender Sponsorenschubventionen einerseits und gigantischer Stargagen andererseits zu sprechen. Jasper Parrott bemerkte dazu, dass er auch gegen eine Entwicklung der Honorare in astronomische Höhen sei, weil es letztlich dem Künstler schade und ihn nur noch Verpflichtungen eingehen lasse, die diesen überdrehten Maßstäben genügten. Vielmehr sollten alle Beteiligten an einem Gagenniveau interessiert sein, das Künstlern wie Veranstaltern nütze. Elmar Weingarten erklärte offen, dass er nicht davor zurückschrecke, bei zu exorbitanten Gagenforderungen einen Künstler auch abzulehnen. Gleichzeitig müsse man natürlich immer abwägen, dass weniger bekannte oder jüngere Künstler zwar weniger Gage verlangten, andererseits dann auch weniger Publikum komme. Oft müsse man leider sagen: „Die teuren Künstler sind die billigsten, weil sie den Saal voll machen.“

Bei der Beurteilung von Künstlern sei mittlerweile auch das Aussehen von großer Bedeutung, bemerkte Andrea Thilo. Warum gebe es zur Zeit so viele attraktive weibliche Stars? Während Jasper Parrott zwar zugestand, dass Menschen von Schönheit und einem beeindruckenden Auftreten eben fasziniert seien, letztlich aber unabhängig von Schönheit die Persönlichkeit es sei, die zähle, wies Herr Weingarten darauf hin, dass die Tatsache, dass immer mehr Frauen als Solistinnen oder Orchestermusikerinnen auf der Bühne zu sehen seien, weniger mit ihrer Attraktivität als damit zu tun habe, „wie sich ihre gesellschaftliche Position geändert hat“.

Zum Schluss dieser Gesprächsrunde kam man auf die Entwicklung heutiger Dirigentenkarrieren zu sprechen. Elmar Weingarten konzidierte, dass es junge Dirigenten heute sehr viel schwerer als früher hätten. „Die Karriere läuft nicht mehr über die Opernhäuser, sondern über Wettbewerbe und Meisterkurse. Dann ist ein Manager begeistert, und dann werden sie eingefügt in dieses Karussell. Für einen jungen Dirigenten ist es heute sehr schwierig, Erfahrungen in der Tiefe zu sammeln, wie es früher möglich war. Da sehe ich auch immer wieder die Aufgabe des Managers, ihre jungen Schützlinge behutsam zu Positionen zu führen, in denen sie sich kontinuierlich entwickeln und ein großes Repertoire erwerben können.“ Gelegentlich treffe man natürlich auch auf diese Ausnahmebegabungen, die rasant aufstiegen und das auch bewältigten. Gustavo Dudamel sei das prominenteste Beispiel. Er sei aber auch neugierig geblieben, sei gut betreut und sei

auch jemand, „der Ratschläge von anderen Dirigenten aufnimmt“. Jasper Parrott ergänzte, dass er es für eine wichtige Aufgabe halte, die weiblichen Dirigenten bewusst zu fördern. Er betreue Susanna Mälkki vom Ensemble Intercontemporain, und auch Simone Young, Generalmusikdirektorin der Hamburger Philharmoniker, sei ein gutes Beispiel.

Wie groß ist die Macht des Managements heute, wollte Andrea Thilo schließlich noch wissen und sprach die Praxis an, Veranstaltern ein ganzes Künstlerpaket zu verkaufen mit Dirigent und Solisten inklusive. Wie wichtig sei das Netzwerk mit den Konzerthäusern und Festivals? Die Bedeutung der persönlichen Kontakte und des Adressbuchs sei die Substanz der eigenen Arbeit, erklärte Herr Parrott. Hier wiederum relativierte Elmar Weingarten die Macht der Agenturen. „Ich selbst arbeite so, dass ich versuche zu vergessen, wer bei wem arbeitet.“ Bei vielen Künstlern wisse er gar nicht, wer der Manager sei. Wenn aber umgekehrt einer absage, rufe er Jasper Parrott oder andere an und frage, ob er jemanden habe. Dann sei man schon froh um sein Netzwerk.

Impulsvortrag von Prof. Dr. Helga de la Motte-Haber (Musikwissenschaftlerin, Berlin) **„Profile heutiger Konzertprogramme – Gedanken zum Werkekanon im klassischen Konzert“**

Der in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts einsetzende allgemeine Hang zur Historisierung, leicht ablesbar an der Neogotik, bewirkte auch eine Umstrukturierung des Konzertlebens, nämlich eine Einengung auf die klassische Sinfonie. Diese zunehmende Dominanz klassischer Musik entsprach dem Bildungsbewusstsein des gesellschaftlich erstarkten Bürgertums. Die Standardisierung des Repertoires wirkte sich, wie jegliche Standardisierung, Kosten dämpfend aus, weil der Aufwand an Mitwirkenden begrenzt wurde und reisende Virtuosen sich nicht besonders stark auf örtliche Gegebenheiten umstellen mussten.

Die aus dem 19. Jahrhundert stammende Repertoiregestaltung ist bis heute weitgehend im Konzertleben erhalten geblieben. Sollte sie jedoch ungefragt in geänderten Zeiten weiterwirken, auch wenn sie hinsichtlich einiger Punkte praktisch zu sein scheint? Es ist ohne Zweifel so, dass die großen sinfonischen Werke weiterhin gepflegt werden müssen, bedeuten sie doch eine einmalige Steigerung menschlichen Geistes. Standardisierung ist jedoch optimierungsfeindlich. Daher soll auch Fragen nachgegangen werden, wie Konzerte besser in eine neue Zeit eingepasst werden können.

Thesen

1. Wie sehr ist ein Kulturbegriff, der zwar getrennte Kunstgattungen, aber einen Zusammenhang der Künste vorsah, verloren gegangen? Es gibt Ausstellungen zur modernen Kunst, die Hunderttausende anlocken, die ihre Eintrittskarten gleich im Reisebüro oder im Internet pauschal kaufen, so etwa für die Gemälde aus dem MOMA in der Berliner Nationalgalerie. Von diesen Hunderttausend an neuer Kunst Interessierten geht wahrscheinlich nur ein Bruchteil in ein Konzert mit neuer Musik. Strawinsky zu hören und die Gemälde seines Freundes Picasso zu besichtigen oder den Niederschlag von Schönbergs und Kandinskys zeitweiligem intensiven Gedankenaustausch zu erleben, würde ihnen aber sicher Vergnügen bereiten. Sicher hat da und dort ein Chefdirigent mit einem Museumsdirektor eine gemeinsame Planung vorgenommen. Das macht jedoch noch kein umfassendes Netzwerk der Kultur vermittelnden Institutionen aus. Sie würden aus dem Zusammenschluss Stärke gewinnen. Und auch in unserer zerfaserten Zeit ihren Aufgaben besser Rechnung tragen.

2. Ein weiterer wichtiger Gesichtspunkt, der für die Einbettung neuer Werke in den traditionellen Kontext sprechen kann, ist der Umstand, dass die Gegenwart ohne ihre Wurzeln partiell vielfach unverständlich bleibt, wobei sich auch alte und neue Kunstformen

wechselseitig beleuchten können. Dieter Schnebel hat in seinen klugen analytischen Auseinandersetzungen mit der Musik von Beethoven gezeigt, dass typische Merkmale der Musik des 20. Jahrhunderts bei Beethoven „präfiguriert“ sind, was auch die Präsentation Beethovenscher Werke verändert. Es wäre nun aber voreilig, neben jeder Aufführung eines Beethovenschen Werkes gleich eine Uraufführung eines zeitgenössischen Werks zu spielen. Die zeitgenössische Musik braucht eigene Foren und spezielle Publika, die die Spreu vom Weizen sondern. Was aber mittlerweile in den Konzertsaal gehören sollte und wenigstens teilweise in Programme aufgenommen wurde, ist jedoch die Musik der klassischen Avantgarde: Schönberg, Strawinsky, Bartók, Messiaen oder Nono etc. Alle Kunst muss in den richtigen Rahmen gestellt werden. So bedarf auch die neue Musik im klassischen Konzert einer Kontextualisierung. Es gibt allerdings mittlerweile Kunstformen, die sich leichter mit klassischer Musik kombinieren lassen, weil sie nicht das Podium beanspruchen. Dazu gehören viele Klanginstallationen, wenn sie functional site specific sind.

3. Neue Musik wird immer noch verhältnismäßig selten gespielt. Der Internetseite der Kulturstiftung des Bundes habe ich entnommen, dass in Deutschland alles zum Besten bestellt sei, weil pro Tag 1,7 Uraufführungen stattfänden. Rechnet man dies auf Monate und 16 Bundesländer um, würden 3-4 Stücke im Monat in jedem Bundesland gespielt. Die Statistik täuscht. Denn natürlich sind die Festivals mit einer großen Zahl an Uraufführungen mit eingerechnet. Für den Normalverbraucher besteht auf weiter Strecke Dürre. Die jungen Komponisten sind längst aus dem Rahmen normaler Konzerte hinausgedrängt. Ihr Platz ist das Festival, ihr Publikum reisende Journalisten. Sich in den Kanon der Werke hineinzustellen, die m. E. in jedem Fall weiter gepflegt werden müssen, ist allerdings nicht immer sinnvoll. Zumindest nicht bei Uraufführungen. Jede Kunst braucht ihren geeigneten Rahmen. Es ist oft der Ort, wie am Beispiel des Radialsystems deutlich zu machen wäre, der als solcher zumindest einen Teil des Publikums anzieht, das sich dort heimisch fühlt, aber manchmal gar nicht weiß, was auf dem Programm steht. Orte, für ein jugendliches Publikum, solche, die gar nicht den Charakter eines Konzerthauses haben, sind heute so wichtig wie die Veranstaltung selbst.

4. Angesichts der Kanonisierung der klassischen Musik stellen sich auch besondere Schwierigkeiten mit der neuen Musik ein. Die neue Musik braucht ein spezielles Publikum, das ihrer Gewichtung dient, weil es Kenntnisse besitzt, die den Vergleich und die Einordnung erlauben. Dass wir inzwischen für das 20. Jahrhundert auch von kanonisierten Werken sprechen können, weil es sich um Jahrhundertwerke handelt, etwa der *Sacre du Printemps* von Strawinsky, die *Gruppen für 3 Orchester* von Stockhausen oder die *Turangalila Sinfonie* von Messiaen, verdankt sich einem solchen historischen Selektionsprozeß. Jenseits solcher Gewichtungsprozesse sollen Werke neuer Musik in den traditionellen Kanon eingebettet werden, wenn Konzertveranstaltungen thematisch gebunden sind. Dann dürfte es für den Hörer spannend sein, das zeitgenössische Schaffen (z. B. bei Naturthemen) zu rezipieren. Er besitzt mit dem Thema einen Rahmen.

5. Mein kürzest ausgeführter Gesichtspunkt und mein wichtigster: Was nicht marktgängig ist, braucht eine langanhaltende ökonomische Sicherung. Eine Kultur erstarrt ohne ihr gärendes Potential. Kulturpolitiker sollten sich als Zeitgenossen verstehen.

6. Besser verlinkt als die neue Musik ist die derzeitige Unterhaltungskultur. Einen DJ oder einen VJ zu engagieren, stellt für den Hörer eine vertraute Abwechslung dar, denn es gibt bemerkenswerte Übergänge (im Performancebereich) zwischen neuer und populärer Musik. Die neuen Trägerschichten, die man mit dem DJ anlocken will, gehen jedoch schnell wieder verloren, wenn es nicht gelingt, zusätzliche Offenheit zu erzeugen. Beethoven als Videoclip darf man aber als unangemessen empfinden. Projizierte Schmetterlinge, buntes Licht zur „Frühlingssonate“ mögen das Publikum entzücken. Aber sie mindern nicht nur den musikalischen Eindruck. Sie verkennen auch den Charakter von audiovisueller Kunst.

Panel 3: Im Spannungsfeld zwischen autarker Programmplanung und dem Terminkalender der Stars

Mit Dr. Nikos Tsouchlos, Musikwissenschaftler und Intendant des Athener Konzerthauses Megaron, und Folkert Uhde, Gründer und Geschäftsführer des seit 2006 bestehenden kunstübergreifenden Berliner Veranstaltungsortes „Radialsystem V“, kamen zwei Kulturmanager ins Gespräch, die sehr unterschiedliche Programme organisieren. Folkert Uhde monierte gleich zu Beginn, dass mit dem größten Teil der staatlichen Subventionen das gesichert werde, was ohnehin marktgängig sei und die großen Agenturen und Plattenfirmen von diesem hochsubventionierten Betrieb maximal profitierten.

Nikos Tsouchlos eröffnete den Dialog mit einer Schilderung der Situation in Athen. Für ihn gebe es einen fruchtbaren Zusammenhang zwischen Musik und Museum. Die „Idee der Musealität“ finde er auch in der klassischen Konzertsituation wieder, die im besten Sinne auch etwas Museales habe, nämlich in der frontalen Auseinandersetzung eines Publikums mit der Aufführung von Musik, eines Publikums, das schweigend und konzentriert zuhört und sich ein ästhetisches Urteil bildet. „Es gibt natürlich sehr langweilige und sehr lebendige Museen. Im Konzertbetrieb sollte man sich von den lebendigen Museen inspirieren lassen.“ Das heiße weniger, immer wieder dieselben Werke spielen zu lassen, sozusagen auszustellen, als vielmehr das „Musik-Erleben“ in den Mittelpunkt zu stellen. Nur so könne auch die Jugend wieder in den Konzertsaal geholt werden, der viele vermeintlich zum selbstverständlichen Kanon gehörige Werke überhaupt nicht vertraut seien. Das Musik-Erleben aber sei eine unmittelbar verständliche Qualität, für die den jungen Menschen – und auch bisher damit nicht in Berührung gekommenen Erwachsenen – die Ohren geöffnet werden müssten. Das versuche Nikos Tsouchlos „mit einer Mischung von Strategien“. In der „ständigen Sammlung“ sozusagen – um im Bild des Museums zu bleiben – präsentiere er viele lokale Ensembles, ergänze sie aber immer wieder „durch ein paar Meisterwerke aus dem Louvre“, also durch einige bedeutende Ensembles aus dem Ausland. Strukturiert würde diese Auswahl durch eine sorgfältige Dramaturgie, die die Programme thematisch bündele. Hinzu kämen Einführungspräche und Workshops, um das Publikum so aktiv wie möglich einzubinden. Partizipation heiße zum Beispiel, dass die London Sinfonietta Schönbergs Kammer-symphonie spiele und dreißig Schüler zusammen mit Mitgliedern des Ensembles über einzelne Motive des Werkes improvisierten. Das heiße zum Beispiel aber auch, unmotivierte Jugendliche, die beim Konzert ihre Kopfhörer im Ohr lassen, im Workshop dort abzuholen und mit ihnen Klingeltöne für ihre Handys zu kreieren, sich also auf Augenhöhe mit den Jugendlichen zu begeben. „Die Erfahrung meiner Arbeit ist, dass der Mensch erst homo ludens, dann homo faber und dann homo sapiens ist.“ Das gelte nicht nur für die Zwölfjährigen, sondern auch für Erwachsene zwischen 40 und 50.

Folkert Uhde geht im Radialsystem, das im Gegensatz zum Megaron nicht öffentlich subventioniert wird, etwas andere Wege. Vor drei Jahren in völliger Eigeninitiative mit seinem Partner Jochen Sandig, Ehemann der Choreographin Sasha Waltz, gegründet, fanden die beiden einen Investor, der das alte Pumpwerk an der Spree für 10 Millionen Euro zu einem vielseitig nutzbaren Veranstaltungsort umgebaut hat. In einer Mischung aus GmbH und gemeinnütziger Stiftung hat das Radialsystem den Ort zur Miete bezogen. Um die Einrichtung zu finanzieren, wird sie zur Hälfte für große Konferenzen, Empfänge, Galas und Fernsehproduktionen genutzt, um in der anderen Hälfte künstlerische Projekte beherbergen zu können. Es gebe allerdings kein eigenes Budget. Die Künstler müssten ihr Geld mitbringen, um ihre Veranstaltung zu realisieren. Im Ausland sei das übrigens gängige Praxis, etwa in der Londoner Wigmore Hall. In Berlin gebe es aber hervorragende Fördermöglichkeiten wie den Hauptstadtkulturfonds, die eine solche Vorgehensweise überhaupt ermöglichen. Diese Notwendigkeit der finanziellen Initiative erlaube es den Künstlern aber auch, sich ganz anders zu positionieren. Sie würden zu Mitunternehmern, zu Mitgestaltern des Projekts, die mitverantwortlich seien für den Kartenverkauf und die Sponsorenakquise. „Man tut sich wirklich zusammen, um eine Idee umzusetzen.“ Auf Andrea Thilos Nachfrage erläuterte Folkert Uhde die sehr originelle Programmgestaltung des Radialsystems. Als Gegner reiner Programme mit Neuer Musik liege ihm sehr an der

Kontextualisierung zeitgenössischer Werke. In einer meist sehr zwanglosen Atmosphäre, bei der die Besucher teils auf dem Boden sitzen, würden verschiedenste Werke präsentiert von Bach bis Xenakis und jünger, aufgelockert durch tänzerische Aktionen der Sasha Waltz Kompanie. Man müsse zwar pünktlich kommen und das Stück zu Ende hören, aber nach 10, 20 oder 30 Minuten gebe es die Möglichkeit, den Saal zu verlassen. „Wenn Sie in eine Ausstellung gehen mit zeitgenössischer Kunst, dann können Sie sich kopfschüttelnd abwenden und in die Cafeteria gehen. Wenn Sie in einem Konzertsaal sitzen, in der Mitte von Reihe 10, links von Ihnen 15 Leute, rechts von Ihnen 15 Leute, und es gibt eine Uraufführung, die 45 Minuten dauert, müssen Sie da sitzen und das anhören bis zum Schluss. Und nach 10 Minuten haben Sie schon schlechte Laune.“

Folkert Uhde hält aber nichts davon, Kontextualisierung, Visualisierung oder Interdisziplinarität grundsätzlich zu fordern, sondern umgekehrt zu fragen, an welcher Stelle es welche Möglichkeit gebe, um Musik zu kommentieren, zu intensivieren oder zu erklären, und dann müsse man das jeweils für das jeweilige Projekt probate Mittel suchen.

Auf die Frage, wie weit dieser Gedanke auf Athen übertragbar sei, äußerte sich Nikos Tsouchlos vorsichtig. Die absolute Musik bedürfe vielleicht schon mehr denn je der Vermittlung. Er vergebe jährlich etwa zwanzig Kompositionsaufträge, von denen die besseren diejenigen seien, die Video und Tanz einbezogen hätten.

Bei allem programmatischen Anspruch müssen sowohl Folkert Uhde als auch Nikos Tsouchlos Konzessionen an die Finanzierung machen und ihre Häuser auch für musikfremde Zwecke zur Verfügung stellen. Wie weit könne man das treiben, ohne unglaublich zu werden? Folkert Uhde bekräftigte, dass es in der Regel sehr hochkarätige Kongresse oder Firmenveranstaltungen seien, und künstlerisch hätten Sponsoren keinerlei Mitspracherecht.

Andrea Thilo brachte das Gespräch auf die Frage nach dem Ort oder dem Raum. Wie wichtig sei der Raum für die beiden Veranstalter? Folkert Uhde bemerkte, dass sie beim Radialsystem zunächst dachten, der Ort sei das wichtigste und gebe das Programm vor. Inzwischen hätten sie aber erkannt, dass es mindestens ebenso wichtig sei, eine Atmosphäre herzustellen, zum Beispiel dadurch, dass man einen Raum ganz leer räume oder völlig abdunkle oder auch eine große räumliche Nähe oder Verflechtung von Künstlern und Publikum schaffe. Nikos Tsouchlos vermisst für sein Haus noch einen Raum, der so viel Offenheit und Flexibilität ermöglicht, um intensiver die einzelnen Künste zu verbinden.

Zum Abschluss wollte Andrea Thilo wissen, ob solche Projekte wie die Yellow Lounge der Deutschen Grammophon in Berlin oder das „Bergheim“, einer der angesagtesten Berliner Clubs, in denen klassische Musik mit VJs oder Techno zusammentrifft, dazu beitragen könnten, die Menschen in die Philharmonie oder das Konzerthaus am Gendarmenmarkt zurückzuführen? Folkert Uhde reagierte eher skeptisch. Selbst wenn die dortigen Besucher die Musik gut fänden, hätten sie eventuell doch Scheu, ein klassisches Konzerthaus zu betreten mit seinen festgelegten Ritualen vom geregelten Schweigen und Klatschen bis zur vornehmen Kleidung der Musiker und Zuhörer. „In welchem Gesetzbuch steht geschrieben, dass ein Musiker einen Frack anhaben muss?“ Nikos Tsouchlos hingegen war optimistischer. Auch wenn nicht alle Besucher der „Yellow Lounge“ den direkten Weg in den Konzertsaal fänden, mache doch die Live-Erfahrung von Musik generell süchtig, was eine gute Voraussetzung sei, um die Hemmschwelle des Konzertsaals zu überwinden.

Panel 4: An der Schnittstelle von Kultur und Wirtschaft

Alexander Farenholtz, Verwaltungsdirektor und Mitglied des Vorstands der Kulturstiftung des Bundes in Halle an der Saale, und Prof. Dr. Gustavo Möller-Hergt, Geschäftsführer der Droege Capital GmbH in Düsseldorf, waren zu diesem Panel eingeladen, um die unterschiedlichen Beweggründe finanzieller Kulturförderung und deren Gewichtung zu diskutieren. Ein wichtiger Punkt war die Bedeutung des „Commitment“. Beide Gesprächspartner waren sich einig, dass eine gewisse Verpflichtung und Verantwortung des Antragstellers deutlich werden müsse, die sich auch in einem finanziellen Beitrag zeigen müsse. Gustavo Möller-Hergt gab darüber hinaus zu bedenken, dass Sponsoring in Zeiten knapper Kassen ohnehin sehr sorgfältig geprüft werden müsse. Es sei nicht glaubwürdig, „auf der einen Seite sein Personal zu reduzieren und auf der anderen Seite zu sagen, wir machen jetzt ein schönes Konzert und sind alle glücklich“. Deshalb müsse man klar sehen, dass „die Wirtschaft nicht mehr in langfristige Projekte investieren wird, sondern nur in kurzfristige, mit denen keine Fixkosten verbunden sind.“ Hier seien zunehmend die Stiftungen gefragt.

Alexander Farenholtz hatte Verständnis für diese finanzielle Vorsicht, korrigierte aber, dass es sich bei der dringlichen Kulturförderung nicht um die Ermöglichung irgendwelcher glamouröser Konzerte und spektakulärer Ausstellungen handle, sondern um kulturelle Basisarbeit. Die Förderprojekte der Bundeskulturstiftung zeigten dies etwa durch die mit mehreren Millionen Euro unterstützte Initiative „Jedem Kind ein Instrument“ (JeKi), durch die alle Grundschüler in Nordrhein-Westfalen ein Instrument erlernen können, oder mit dem Ausstellungs- und Förderprojekt „Shrinking Cities“, das sich mit Gegenwart und Zukunft unserer „schrumpfenden Städte“ beschäftigt, wie man es vor allem in Ostdeutschland erlebt. Aber Stiftungen und private Sponsoren könnten auch nicht völlig das ersetzen, was eigentlich Aufgabe des Staates und der Kommunen sei, nämlich die dauerhafte Förderung von Bildung und Kultur. Aufgabe der Bundeskulturstiftung sei es, Projekte sozusagen als Leuchttürme in einem bestimmten Zeitraum, an einem bestimmten Ort zu fördern und dadurch Verpflichtungen zu schaffen, das Projekt mit kommunalen oder anderen Geldern weiter zu unterstützen und auszudehnen. Das sei bei JeKi der Fall gewesen, das von der Bundeskulturstiftung nur im Ruhrgebiet gefördert und von der Politik mittlerweile auf ganz NRW ausgeweitet worden sei.

Andrea Thilo wandte sich noch einmal an Herrn Möller-Hergt, um zu erfahren, wieviel Einfluss er der sponsornden Wirtschaft zugestehen möchte und wo die Grenze sei. Das könne man nicht pauschal sagen, meinte er. Derjenige, der ein Projekt nahezu vollständig fördere, müsse natürlich programmatisch Wünsche äußern dürfen. Wo die Grenze sei, wollte er aber nicht exakt bestimmen. Er artikuliert den Vorschlag, eine Stiftung mit zum Beispiel 20 % an den Kosten eines Orchesters und an den Gewinnen zu beteiligen. Ein Ensemble, das in diese Richtung gehe, sei die Bremer Kammerphilharmonie. Das sei für ihn „nicht ein Orchester, sondern das seien Unternehmer, die ein Orchester gebildet haben“. Natürlich sei dieses Modell nicht beliebig übertragbar, die Grundidee müsse sehr differenziert abgestimmt sein auf die jeweiligen Klangkörper.

Welche Bereitschaft gebe es denn in einem so saturierten Land wie Deutschland, die Ärmel aufzukrempeln, etwas von seinem Kuchen abzugeben und Berührungsängste zu überwinden, wie es die Kammerphilharmonie mit ihren Education-Projekten und ihrer Tuchfühlung mit einem sozial sehr schwachen Bremer Stadtteil durch die Verlegung ihres Probenraumes nach Osterholz-Tenever vormache, wollte Andrea Thilo wissen. Alexander Farenholtz sah gerade darin die Aufgabe der Bundeskulturstiftung und vergleichbarer Unterstützer, „einen kulturellen Beitrag zu leisten, der nötig ist, um mit gesellschaftspolitischen Problemen unserer Zeit umzugehen und sie zu verringern“. „Wir versuchen, den kulturellen Aspekt gesellschaftlicher Probleme zu begreifen“. Neben der Kammerphilharmonie sei auch das Ensemble Modern mit seiner Akademie, das von der Bundeskulturstiftung dauerhaft gefördert werde, ein gutes Beispiel für die Umsetzung dieser Idee. Herr Farenholtz war nicht der Meinung, „man dürfe Kunst instrumentalisieren“,

Kunst und Kultur ermöglichten aber eine bestimmte Sicht auf aktuelle Probleme, die Lösungen aufzeige.

Zum Abschluss bat Andrea Thilo Herrn Farenholtz noch um die Erläuterung, welchen Rang die Musik in der Förderung durch die Bundeskulturstiftung habe. Einzelne Musikprojekte würden ja recht wenig unterstützt. Musik werde eher durch Großprojekte gefördert. So erhalte das „Netzwerk Neue Musik“ 12 Millionen Euro, „Jeki“ erhalte 10 Millionen. Dann gebe es noch die „Leuchttürme“ Donaueschinger Musiktage und Ensemble Modern. Der Bundeskulturstiftung komme es laut Alexander Farenholtz natürlich darauf an, dass die Projekte innovativ seien, noch wichtiger aber sei, gerade bei der Neuen Musik, dass Projekte gefördert würden, die sich für eine verstärkte Rezeption und größere Publikumsakzeptanz einsetzen.

Panel 5: Räume für Musik. Ein neues Festspielhaus für Bonn.

Nachdem die Zukunft des Konzerts aus der Perspektive derjenigen, die das Bühnengeschehen praktisch, organisatorisch und programmatisch gestalten, und derjenigen, die es finanzieren, beleuchtet wurde, ging es in der Schlussrunde des Symposiums um den Raum, der das Ereignis umgibt: den Konzertsaal, das Festspielhaus. Diese für Bonn gerade sehr aktuelle Debatte wurde beim Symposium des Beethovenfestes in Gestalt der beiden noch im Wettbewerb um das Beethoven Festspielhaus stehenden Architekten François Valentiny vom Luxemburger Büro Hermann und Valentiny und Patrik Schumacher vom Büro Zaha Hadid in London sowie des Koordinators der Ausschreibung bei der Deutschen Post DHL, Dr. Hans-Dieter Petram, geführt. In einer in Deutschland bisher einmaligen Initiative arbeiten drei große nichtstaatliche Unternehmen, die Deutsche Post DHL, die Postbank und die Telekom, daran, mit einem Budget von 75 Millionen Euro ein neues Festspielhaus für Bonn entstehen zu lassen, das die alte Beethovenhalle aus dem Jahr 1959 ersetzen soll.

Mit der Frage, warum sich die Deutsche Post DHL zusammen mit den beiden anderen Sponsoren so maßgeblich für einen solchen Bau engagiere, wo doch gegenwärtig nur von Einsparungen die Rede ist, ging Moderatorin Andrea Thilo direkt in medias res. Hans-Dieter Petram nannte drei Gründe für dieses Engagement. Neben dem Wunsch, der Stadt Bonn als Dank für ihre großen Bemühungen um die drei Unternehmen „etwas zurückzugeben“ in Form eines Leuchtturms für die Beethovenstadt, und als Motivation für die insgesamt 20.000 Mitarbeiter die Attraktivität des Standortes zu erhöhen, sei es auch die Überlegung gewesen, im Sinne des klassischen Sponsorings die eigenen Großkunden aus aller Welt zu herausragenden Veranstaltungen in herausragender Umgebung einzuladen und hier zusammenzubringen. Außerdem setze man mit bedeutender Architektur auch immer ein Zeichen. „Als wir damals den Posttower bauten, wollten wir nicht einfach ein Gebäude, sondern ein Symbol für ein neues – privatisiertes öffentliches – Unternehmen. Genauso braucht man für ein Weltklasse-Festival auch ein Weltklasse-Haus, das die Qualität der Veranstaltungen auch nach außen sichtbar macht.“ Ein solches architektonisches Landmark entwickle außerdem eine Strahlkraft für die ganze Umgebung und verändere deren ganze Struktur, indem dort ein neuer interessanter Lebensraum entstehe mit neuen Wohnungen, Gastronomie, anderen Institutionen – städtischem Leben eben. Der große Fehler der alten Beethovenhalle und ihrer Umgebung sei abgesehen von ihren baulichen und akustischen Mängeln, dass sie sich nicht zum Rhein hin öffne; das wolle man nun durch eine Verbindung zwischen Stadt und Fluss ändern.

Andrea Thilo gab nun François Valentiny das Wort, um vor dem Hintergrund dieser Vorgaben seinen Entwurf zu präsentieren. Er betonte, dass die Architektur auch nicht überbewertet werden dürfe. Sie sei wie ein Instrument: „Stellen wir uns ein Orchester mit 80 Instrumenten vor, dann ist die Architektur das 81., nicht mehr und nicht weniger.“ Natürlich müsse die

architektonische Substanz so stark sein, dass das Gebäude auch noch anziehe, wenn der Reiz des Neuen verfliegen sei.

Patrik Schumacher differenzierte Frau Thilos Begriff der Architektur als „Icon“. Wenn schon, dann „ein gelebtes Icon“. Das Gebäude müsse „von innen heraus und aus seinem Umfeld gestaltet sein“. Die Anziehungskraft müsse weniger aus dem statischen Objekt entstehen als vielmehr aus den architektonischen Voraussetzungen für ein optimales Funktionieren des jeweiligen Ereignisses. Frau Thilo wies voraus auf eines der Ergebnisse des World Cafés, dass die Atmosphäre eines Konzertsaals aus dem gelungenen Zusammenspiel vieler funktionaler Punkte wie gastronomischer Angebote, Treffpunkte von Künstlern und Publikum, Barrierefreiheit usw. entstehe. Hans-Dieter Petram erläuterte daran anknüpfend, dass es um ein gelungenes Zusammenspiel von äußerer Hülle sowie Ästhetik und Funktionalität im Inneren gehe. „Auf unseren Reisen zu anderen Konzerthäusern weltweit haben wir immer wieder gefragt, was man anders machte, wenn man noch einmal bauen könnte. Außerdem haben wir in einem Expertengremium auch eigene Kriterien entwickelt. Wir müssen zum Beispiel darauf achten, dass man leicht hinein- und hinauskommt, dass es bequem zu erreichende Garderoben gibt, dass vorher und nachher der Verkehr gut abläuft – also sehr pragmatische Dinge, die aber das Wohlgefühl steigern.“ 75 Millionen Euro seien sicher kein üppiges Budget, da es sich aber nicht um eine öffentliche Ausschreibung mit einem öffentlichen Auftraggeber handelt, könne man auch schlanker kalkulieren.

François Valentiny nannte als seine persönliche Vorgabe für den Entwurf eines Beethoven Festspielhauses, nicht etwas zu bauen, was auch mit einem Autohaus oder einem Museum verwechselt werden könne, sondern das spezifisch auf Beethoven bezogen sei, vor allem in Hinsicht auf die Akustik. Die Frequenzbereiche müssten abgedeckt sein, die Nachhallzeit bedacht, nicht nur das Publikum müsse sehr gut hören können, auch die Musiker müssten sich auf der Bühne sehr gut hören können. Patrik Schumacher ergänzte, dass die Akustik von den drei Parametern Nachhallzeit, Raumumfassung und Lautstärke an jedem Platz bestimmt werde. In einem 3D-Modell könnten dann die verschiedenen Möglichkeiten simuliert und jeder Platz einzeln abgegriffen werden. Bis zum fertigen Ergebnis sei dies ein langer Prozess von Iteration und Optimierung. Hans-Dieter Petram merkte an, dass gerade die Diskussion um die richtige Akustik äußerst kompliziert sei: „Die vielen Akustiker, mit denen ich in den letzten Monaten gesprochen habe, widersprechen sich oft so sehr, dass mir die Juristen mittlerweile richtig sympathisch sind!“

Von Andrea Thilo noch einmal um die Schilderung der Entstehungsgeschichte seines Entwurfs gebeten, erzählte Herr Valentiny, er arbeite als Renaissance-Mensch aus dem Bauch heraus und setze seinen Kopf nur für das Korrigieren ein. Anstatt am Computer Modelle zu entwerfen oder auf dem Blatt zu skizzieren, sei er als Frühaufsteher um halb sechs Uhr in der Morgendämmerung auf den Venusberg spaziert, habe sich eine Handvoll Lehm genommen und dann blindlings geformt. Das habe er dann fotografiert, gescannt und am Computer weitermodelliert. Alles, was er an Vorgaben im Kopf gehabt habe, sei erst durch die Hand und das Kneten in Zusammenhang gekommen und habe Gestalt angenommen. Sein Entwurf sei deshalb auch nicht einfach als „Welle“ anzusehen, sondern könne auch als geformter Klang oder etwas ganz anderes gesehen werden.

Nach der Präsentation des Entwurfs aus dem Büro Hermann und Valentiny befragte Frau Thilo Herrn Valentiny nach dem Vorwurf, sein Modell schließe sich an den beiden Wellenseiten ab. Er bestritt dies mit dem Verweis auf die seitlichen Lamellen und Jalousien. Den Zweifel an der Multifunktionalität des Baus entkräftete er mit der Erläuterung, dass man diese einem Gebäude auch niemals ansehen dürfe, allerdings sei vorgesehen, in sehr kurzer Zeit und mit wenig Personaleinsatz die Sitzreihen entfernen und den ansteigenden Boden ebnen zu können.

Auch Patrik Schumacher gab Einblick in den Schaffensprozess, der dem Entwurf seines Büros vorausging. „Wir kneten eigentlich lieber mit dem Digitalen und arbeiten in Serien, die

dann in einem bürointernen Wettbewerb selektiert werden.“ Da entstünden unterschiedliche Bilder, Assoziationen, Analogien wie etwa auch der grob geschliffene Diamant, der dem endgültigen Entwurf zugrunde liege. Schließlich flössen viele Kenntnisse aus den bisherigen Erfahrungen des Büros mit Konzertsälen und Opernhäusern ein. Patrik Schumacher erläuterte den Entwurf während der filmischen Präsentation. Dank des großartigen terrassierten Grundstücks am Rhein ergäben sich auf verschiedenen Ebenen öffentliche Plätze und Räume, deren Zentrum das Festspielhaus sei, das sich auch durch verschiedene Ebenen im Äußeren und Inneren auszeichne. Die perforierte Hülle ermögliche eine ständige optische Korrespondenz von drinnen und draußen. Der eigentliche Konzertsaal orientiere sich akustisch am Modell der Schuhbox, wie sie auch im Wiener Musikverein zu finden sei.

Angesichts der sehr weit gediehenen Entwürfe, die auch schon den ganzen Aufwand bis ins Detail erahnen lassen, bat Andrea Thilo Hans-Dieter Petram um ein Statement zum Thema Kostenkontrolle: Für die endgültige Entscheidung sei eine Prüfung der drei Kriterien Akustik, Ästhetik und eben auch Budgettreue Voraussetzung. Da eine Entscheidung von drei verschiedenen Unternehmen aber nur auf der Basis einer relativ gesicherten Kostenvorkalkulation möglich sei, könne man sich nicht einfach auf den schönsten Entwurf einigen, sondern müsse sowohl die Bau- als auch die Folgekosten der Realisierung absehen können. Um diese Budgetklarheit zu erlangen, wurden bereits drei Kostenschätzungen eingeholt. Zusätzlich würden nun marktbasierete Kosten durch mögliche spätere Generalunternehmer ermittelt.

Im Anschluss stellte Andrea Thilo die Ergebnisse des World Cafés vor, das unmittelbar vor der Mittagspause stattgefunden hatte. Gut ein Drittel der Symposiumsgäste hatte sich nach den Regeln dieser aus den USA stammenden offenen Gesprächsmethode in Gruppen zu 5 Personen an Stehtischen zusammengefunden, um zwei vom Beethovenfest vorbereitete Fragen zu diskutieren:

1. Nach welchen Kriterien werden Zuschauer in Zukunft ihren Konzertbesuch auswählen?
2. Wie müsste ein Konzertraum/-ort beschaffen sein, um den gesellschaftlichen Veränderungen gerecht zu werden?

Pro Frage wechselte die Zusammensetzung an den Tischen zwei Mal, so dass sich für jeden Teilnehmer vier unterschiedliche Gesprächsrunden ergaben. Antworten auf die Fragen konnten im Brainstorming zunächst auf die Papiertischdecken geschrieben werden, um schließlich auf Karteikarten übertragen zu werden, die vom Beethovenfest sortiert wurden:

Ergebnisse des World Cafés

FRAGE 1:

Nach welchen Kriterien werden Zuschauer in Zukunft ihren Konzertbesuch auswählen?

Inhaltlich / formal / künstlerisch

- Stringente Intendanz
- Inhalte wichtiger als „Hülle“ und als Künstler(namen)
- Künstler wichtiger als „Hülle“
- Prestigewert und Image durch Exklusivität erhalten
- Stars und Programm gleich wichtig (Anne-Sophie Mutter versus Stockhausen)
- Eventcharakter schaffen
- Vielseitige Programmgestaltung, vielfältige Angebote
- Inhaltliche Mischung von alt und neu ist wichtig
- Neugierde durch Bezüge herstellen
- Klassische Konzertform erhalten, daneben neue Produktreihen entwickeln, um neue Zielgruppen anzusprechen
- Zusammenführung unterschiedlicher Sparten anbieten
- Publikum ins Konzertgeschehen einbeziehen

Kommunikation / Soziales

- Neue Preispolitik für verschiedene Zielgruppen (!)
- Neue Konzertzeiten ausprobieren (an Verkehr anpassen)
- Eigene Meinung des Publikums abfragen
- Gute Pressearbeit = gute Zielgruppenarbeit ist wichtig
- Verschiedene Altersgruppen ansprechen und heranzuführen
- Heranzuführen neuer Zielgruppen in Etappen (Freiluft, Experimentationszonen in Konzerthäusern haben)
- Festivals und Reihen einrichten
- Konzerteinführungen machen
- Moderation der Pausen durch Sachverständigen
- Education (=> Chöre aufbauen u. ä.)

Künstler-Publikum-Beziehung

- Gelegenheit zum Austausch zwischen Künstler und Publikum schaffen (!)
- Die Entfernung zwischen Künstler und Publikum muss verringert werden => architektonisch und kommunikativ
- Gastronomie als Kommunikationsplattform und Treffpunkt zwischen Künstler und Publikum

FRAGE 2:

Wie müsste ein Konzertraum/-ort beschaffen sein, um den gesellschaftlichen Veränderungen gerecht zu werden?

Außenansicht

- Architektur soll „landmark“, „Leuchtturm“ in der Stadtarchitektur, ungewöhnlicher, besonderer Ort sein
- Aufbrechen des Ortes (Architektur und Begehbarkeit), Öffnung zum Rhein
- Konzerthausarchitektur soll das Umfeld prägen
- erhalten, was man hat
- Konzerthaus soll gut sichtbar sein und einladend bzw. anziehend wirken
- Muss innen wie außen Großzügigkeit ausstrahlen
- Muss auch außerhalb der Konzerte attraktiv sein

Akustik

- Gute Akustik ist wichtig

Raumaufteilung

- Foyer kommunikativ gestalten
- Flexibilität der Räume (aber keine Mehrzweckhalle!)
- Offene Türen
- Nähe zur Bühne bzw. zu den Musikern
- Gute Sicht auf die Bühne
- Plätze hinter dem Orchester müssen möglich sein
- Mehrere (mindestens zwei) Räume, davon ein reiner Konzertsaal, zweiter Saal als Multifunktionssaal
- Kammermusiksaal u. a. für Nachwuchsauftritte
- Nebenräume für Education u. ä.
- Multifunktionalität ermöglichen (z. B. Kochkurse)
- „Haus der kurzen Wege“, gute Wegführung, Leitsysteme

Einrichtung

- Bestuhlung (im großen Saal) soll flexibel sein
- (flexible und bequeme) Bestuhlung erwünscht, Stehplätze nützlich, Liegeplätze nicht nötig
- Bühnenhöhe bzw. -podeste sollen flexibel sein
- Konzerthaus soll publikumsfreundlich sein => familienfreundlich (Kinderbetreuungsräume), seniorenfreundlich (barrierefrei)
- Optimale technische Voraussetzungen schaffen
- Gutes Raumklima schaffen

Material

- Material innen wie außen gezielt auswählen
- Nachhaltigkeit, neu allein ist nicht wichtig

Ambiente

- Ästhetisch ansprechender Rahmen ist wichtig / Raum spielt eine große Rolle
- Atmosphäre schaffen
- Puristisch, nicht protzig
- Soll kein sakraler Raum, kein Tempel sein (!)
- Aura / Ambiente ist wichtig (!) => sakrale Ausstrahlung
- Konzerthalle als Erlebnisraum
- Arena / Amphitheater wie die Philharmonie in Köln ist gut zum Wohlfühlen
- Moderne Architektur ist für junge Menschen Motivation für Konzertbesuch
- „Interesse an Architektur als Besuchsmotiv kann sich verbrauchen. Nur wenn sehr stark oder durch Konzerterlebnis zur „Aura“ gereift, bleibt Raum attraktiv.“

Nutzung

- „Haus der Musik“, „Haus der offenen Tür“, „Haus der Künste“
- Konzerthäuser sollen ganztägig und ganzjährig geöffnet sein und auch neben dem Konzertbetrieb genutzt werden
- Jugendkunst- bzw. -musikschule in Halle integrieren
- Muss Platz für Bildungsprogramme und andere Kunstformen haben
- Konzert(haus) als touristischen Magneten für Urlauber nutzen

Lage / Vernetzung

- Gute Erreichbarkeit mit Pkw wie mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) (!)
- Ausreichend Parkgelegenheiten (!)
- Umgebung, Struktur um Konzerthaus herum muss angepasst und

- einladend sein
- Nicht in feine Stadtviertel zurückziehen

Sonstiges

- Ausreichend Toiletten
- Gute Gastronomie – auch nach dem Konzert (!)
- Gastronomie muss stimmen – im Festspielhaus und drumherum