



Kultur weiter denken

retrospektiv

KLASSIK

oder Megatrend?

Was passiert in der Klassikszene? Kurze Antwort: Eine ganze Menge. Werfen Sie mit uns einen Blick auf ein spannendes Rumoren.

**Schwerpunkt ab Seite 11**



# Zwischen Exzellenz und Experiment

Spannend kontrovers – so lässt sich die Redaktion zu unserem Schwerpunkt in diesem Monat beschreiben. Spannend – weil eine Menge passiert im Kulturbetrieb der „Klassischen Musik“, sowohl im Vertrieb und allem was dazugehört, als auch in dessen Aufführungspraxis. Kontrovers – weil es durchaus unterschiedliche Ansichten darüber gibt, wo sich der Klassikbetrieb aktuell befindet. Die einen sehen einen großen Boom – die ausgelasteten Konzertsäle zeigen dies an. Andere sehen einen erheblichen Bedarf an dringenden und grundlegenden Veränderungen, um dem schrumpfenden und alternden Publikum entgegenzuwirken. Also spannend, weil hier etwas passiert, man setzt sich mit den virulenten Themen auseinander. Und was kann man sich besseres vorstellen, als dies kontrovers zu tun? Wir alle wissen, wo Reibung entsteht, fallen nicht nur Späne, es entsteht auch Energie, entstehen Innovationen. Und die klassische Musik hält Spannungen locker aus. Mehr noch, sie ist der Nährboden dafür, dass etwas passiert, dass man ihr gerecht werden möchte, dass man sie im Hier und Jetzt hält. Ob nun mit außergewöhnlicher Exzellenz oder mit ungewöhnlichen Experimenten ist ihr dabei herzlich egal. Uns auch, denn es zeigt, was uns bei unserer Arbeit antreibt: der Kulturbetrieb muss weiterdenken, muss zeigen, dass er sich entwickeln, sich diversifizieren kann und Kunst dabei ein wunderbares Vehikel ist. Dieser Schwerpunkt ist zusammen mit unserem fachlichen „Sparringspartner“, Prof. Dr. Martin Lücke, entstanden, dem wir herzlich dafür danken!

**Kultur weiter denken**

**Ihr Dirk Schütz**  
(Herausgeber)

**Ihre Veronika Schuster**  
(Chefredakteurin)

**Kaleidoscope**

- 02** Editorial
- 05** Rundschau
- 67** Impressum

**Schwerpunkt: Klassik - retrospektiv oder Megatrend?**

- 11** Auf dem Weg in die Zukunft – von Martin Lücke
- 18** Es ist der Soundtrack unseres Lebens – Interview mit Winfried Hanuschik
- 25** Warum eigentlich klassische Musik? Einblicke in die Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachsener – von Julia Kirn
- 30** Inhalte neu denken, Strukturen hinterfragen – Interview mit Folkert Uhde
- 36** Viele Innovationen, mehr Wettbewerb. Die Klassik in der digitalen Revolution der Musikindustrie – von Peter Tschmuck
- 42** Was braucht die Klassikszene von heute? – von Aliena Haig und Fabienne Krause
- 48** Potenziale ja, Kunst nein – Claudia Janet Birkholz
- 53** Faszination ohne Ende – Interview mit Michael Custodis

---

**... weiter denken**

---

- 06** Kultur unternehmen ... Selbstbewusst und proaktiv informieren – Interview mit Tine Nehler
- 60** Kultur entwickeln ... Sichtbar machen, vernetzen, weiterentwickeln. Bürgerschaftliches Engagement für die Kultur – von Ulrike Petzold und Jutta Dette

# KULTURBESUCHER BEFRAGEN & VERSTEHEN

**NEU**

**01**

LEITFADEN

BESUCHERFORSCHUNG  
UND EVALUATION  
IM KULTURBEREICH

NORA WEGNER

>KMK<

Kultur weiter denken

Unser neuer Leitfaden,  
komplett mit Tipps  
und Anleitungen

## BUCHREZENSION

**Kreative Pioniere in ländlichen Räumen. Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land**

Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung haben Impulse aus der Entdeckung der „kreativen Klasse“ durch den US-Ökonomen Richard Florida erhalten. Der Band „Kreative Pioniere in ländlichen Räumen“ unternimmt eine der bisher seltenen Übertragungen der Ansätze auf den ländlichen Raum.

von **Dieter Haselbach**

[http://bit.ly/Rez\\_KreativePioniere](http://bit.ly/Rez_KreativePioniere)

## REIHE „ZUKUNFT DER ARBEIT“

**Vom Mitarbeiter zum Mitgestalter**

Große Kultureinrichtungen gelten als veränderungsresistent. Die Stiftung Stadtmuseum Berlin hat diese Aufgabe auf sich genommen. Grundlage dafür ist eine Wahrnehmung der eigenen Mitarbeitern als verantwortungsbewusste Menschen.

Interview mit **Marcus Kieper**

[http://bit.ly/Zukunft\\_StadtmusBER](http://bit.ly/Zukunft_StadtmusBER)

## NEUES AUS DEN SOZIALEN MEDIEN

Arts Management Net @amnwelmar  
● Mai 27

Call for Papers for #Arts Management Quarterly on „Foreign arts and where to find them“. Submit your papers, examples, studies, research, or experience reports on cultural appropriation vs appreciation until June 23rd 2019. We are looking forward to it! [bit.ly/CfP\\_AMQuarterl...](http://bit.ly/CfP_AMQuarterl...)

## STELLENMARKT KULTURMANAGEMENT

Die größte Stellenauswahl für Fach- und Führungskräfte im deutschsprachigen Kulturbetrieb mit mehr als **300 Stellen** täglich.

**UND:**

Börse für Jobgelegenheiten.

Finden Sie Ihre neue Stelle unter:

[stellenmarkt.kulturmanagement.net](http://stellenmarkt.kulturmanagement.net)

## DIE KREATIVE STADT

**Ein Nachruf?**

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts haben viele Städte in Europa die Kreative Stadt als neues politisches Anliegen für eine offene, innovative, kulturell reiche und zukunftsorientierte Stadt entdeckt. Seitdem ist viel passiert. Hat die Kreativstadt ihre Versprechen für Künstler, Kreative und Kunstinstitutionen gehalten?

von **Klaus R. Kunzmann**

[http://bit.ly/Nachruf\\_kreativeStadt](http://bit.ly/Nachruf_kreativeStadt)

## BUCHREZENSION

**Die Kulturkonzeption. Stadtentwicklung und Kulturpolitik der Stadt Ravensburg**

Kultur kann ein Motor der Stadtentwicklung sein. Damit dieser Motor nicht laut aufhaut, sondern zu gesellschaftlichen Visionen führt, muss die Konzeption gut durchdacht sein und die aktuellen wie künftig absehbaren Bedarfe aller Beteiligten einbeziehen. Der Sammelband von Martin Tröndle zeigt, wie ein solcher Prozess aussehen kann.

von **Antje Krüger-Spindler**

[http://bit.ly/Rez\\_Kulturkonzeption](http://bit.ly/Rez_Kulturkonzeption)

*Kultureinrichtungen treten in ständigen Dialog mit vielen verschiedenen Öffentlichkeiten. Wir unterhalten uns mit Tine Nehler, Leiterin der Abteilung Presse und Kommunikation bei den Bayerischen Staatsgemäldesammlungen, und der Pinakothek der Moderne, wie sich dieser verändert hat.*

---

# Selbstbewusst und proaktiv informieren

---

Das Gespräch führte Veronika Schuster

**Liebe Frau Nehler, welches Feedback von welchen Absendern erhalten Sie bei Ihrer Arbeit bei den Bayerischen Staatsgemäldesammlungen?**

Vor allem erhalten wir Feedback von den Medien auf die Informationen, die wir aktiv aussenden, ob das nun Presseinformationen zu Ausstellungseröffnungen sind, zu großen Sanierungsprojekten, wie aktuell die der Neuen Pinakothek, oder zu eher kulturpolitischen Themen, wie der Provenienzforschung, bei der wir intensiv informieren und verschiedene Sachverhalte erörtern. Da die Bayerischen Staatsgemäldesammlungen eine untergeordnete „Behörde“ des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst sind, tragen wir gerade bei der Information über unsere Provenienzforschung eine besondere Verantwortung, umfassend zu informieren und immer wieder in einen Dialog mit verschiedenen Gruppen zu treten. Aber je nach Thema unterscheidet sich das Feedback natürlich erheblich.

**Inwieweit holen Sie dieses Feedback auch aktiv ein? Wie versuchen Sie, dies für Ihre Arbeit zu sortieren und zu bewerten?**

Unsere primäre Quelle sind sicher die Medien, die verschiedene Themen von uns aufgreifen. Um einen möglichst umfangreichen Überblick über die Resonanz zu bekommen, nutzen wir verschiedene Instrumente wie z.B. einen Clipping-Dienst. Mit diesem Service lassen sich Medien bundesweit und international beobachten und auswerten. Auf wichtige Medien, die uns sehr intensiv begleiten, gehen wir auch proaktiv zu. Bei über 250 Pressemitteilungen pro Jahr kann man grundsätzlich natürlich keinen Einfluss darauf neh-

men, wie über uns und unsere verschiedenen Projekte berichtet wird. Aber wir versuchen, alle unsere Prozesse so transparent wie möglich zu gestalten – gerade bei der Provenienzforschung ist das ungemein wichtig. Bei einigen Themen, bei denen wir wissen, dass sie eine andere Form der Aufmerksamkeit erfordern, schnüren wir maßgeschneiderte Informationspakete oder wir laden zu Informationsveranstaltungen ein. Hier können die JournalistInnen und andere interessierte Öffentlichkeiten mit den wichtigen wissenschaftlichen VertreterInnen über inhaltliche Aspekte sprechen. Das sind wesentliche Bausteine unserer Informationsarbeit.

***Wenn Sie spüren, dass es bestimmte Anzeichen gibt, die eher ein negatives Stimmungsbild zeigen, wie gehen Sie dabei vor Lösungen zu finden?***

In diesen Fällen gehen wir immer proaktiv vor und versuchen, nochmals intensiv in den Dialog zu treten, weitere Informationen zur Verfügung zu stellen oder vermitteln vertiefende Interviews und zusätzliche Gespräche mit den ExpertInnen. Hier ist dann besondere Aufklärungsarbeit zu leisten und dies können wir sehr gut über unsere Webseite oder andere Publikationsmedien tun.

***Die Politik und insbesondere die Kulturpolitik sind wichtige Meinungsbildner und Multiplikatoren für Kultureinrichtungen. Was sind hier für Ihre Arbeit wichtige Bausteine, um mit diesen im Dialog zu bleiben?***

Da wir eine staatliche Institution sind, ist vieles was wir tun von Beginn in die politischen und kulturpolitischen Prozesse eingebunden. Nicht selten spricht der bayerische Staatsminister für Kunst und Wissenschaft bei großen Ausstellungseröffnungen in den Pinakotheken einige Grußworte und bei Kooperation mit anderen internationalen Museen und Leihgebern sind meist auch die Landesvertreter wie Generalkonsuln und Botschafter als Redner eingeladen. Das Ausstellungswesen ist allgemein eine sehr international kommunikative Angelegenheit, in der manchmal auch das Auswärtige Amt als Partner mitspielt wie bei der Gemeinschaftsausstellung der Staatlichen Museen aus Dresden, Berlin und München anlässlich von „The Art of Renaissance and Reformation 2016“. Diese länderübergreifenden Projekte tragen viel zum gegenseitigen Verständnis bei, hier spricht man gemeinsam die internationale Kunstpresse an und freut sich über die Vielfalt der Berichterstattung und Ausstellungsrezeption. Geht es um unseren Haushalt spricht die finanziellen Mittel, die wir für unsere Arbeit benötigen, sind diese in der Regel bei dem uns übergeordneten Ministerium zu beantragen. Die Inhalte unserer Ausstellungen aber werden selbstverständlich von unseren KuratorInnen selbst entschieden und erarbeitet. Hier handelt es sich ja meist um Ausstellungen, die auf Forschungsprojekten der Baye-

rischen Staatsgemäldesammlungen beruhen. Ebenso werden die entsprechenden Presseinformationen nur mit der Museumsleitung und den die KuratorInnen abgestimmt. Aber grundsätzlich ist die Zusammenarbeit mit der Kulturpolitik eine partnerschaftliche.

***Aber spüren Sie, dass sich doch die politische Szene verändert hat und andere Meinungsbilder entstanden sind? Es wächst im Kulturbetrieb spürbar die Auseinandersetzung mit dem Thema „Haltung“... Gibt es Themen, bei denen Sie sagen, hier liegt die Grenze, hier werden wir aktiv und geben selbst deutliche Rückmeldung?***

Das ist ein sehr komplexes und nicht einfaches Thema. Aber tatsächlich haben wir gerade einen derartig gelagerten Fall: Die AfD hat unser Gemälde „Schlaraffenland“ von Bruegel für einen Wahlwerbespot verwendet. Das Bild ist rechtfrei, jeder kann es verwenden. Das können wir nicht verhindern. Aber sicher müssen wir sowohl dieses Bild als auch unsere Sammlungen vor jeder politischen Vereinnahmung schützen – und das egal, welcher Orientierung. Hier reagieren wir und nutzen unsere Kommunikationskanäle. Politische Themen sind immer nicht so leicht und ad hoc zu kommentieren. Auch die Diskussionen über die nationalsozialistische Vergangenheit von Emil Nolde, die gerade wieder aktuell ist, muss man sehr gut beobachten und beurteilen. Das benötigt Zeit und die Fachleute, die den Umgang damit gestalten müssen.

***Teilhabe ist kein Buzzword. Die Gesellschaft ist kommunikativer und dabei auch selbstbewusster geworden. Inwieweit hat das Ihre Arbeit verändert?***

Ja, das ist richtig und hat unsere Arbeit tatsächlich immens verändert. Ein Beispiel dafür sind Programme, die wir in der Pinakothek der Moderne zusammen mit den MitarbeiterInnen aus der Museumspädagogik, Kunstvermittlung und den Kuratoren entwickelt haben. Bei dem Programm



Fotos: Falk Kagelmacher



Eindrücke aus dem Vermittlungsprogramm der Pinakothek der Moderne

Togetthere-Xperience dreht sich alles um das Museum im Kontext aktueller sozialer Themen, gesellschaftlicher Verantwortung und um das gemeinsame Museumserlebnis. Nach zwei jährlichen Aktionstagen wird Togetthere-Xperience nun als kontinuierliche und interdisziplinäre Programmreihe über das gesamte Jahr hinweg fortgeführt. Ziel ist eine stärkere Teilhabe von Menschen unterschiedlichster Herkunft und Interessen – die Verknüpfung von KunstkennerInnen und Laien, MuseumserstbesucherInnen und Stammgästen, Senioren und Junioren, KunstvermittlerInnen und KunstliebhaberInnen, KünstlerInnen und WirtschaftsvertreterInnen, kurzum – die allgemeine Förderung des gesellschaftlichen Dialogs. Uns geht es darum, Kunst für alle im Original zugänglich zu machen. Unter dem Motto „Museum für alle!“ bietet die Pinakothek der Moderne das Workshopprogramm „Yes we are open“ an. Es beschäftigt sich ausschließlich damit, wie wir die Partizipation unserer BesucherInnen und vor allem auch Nicht-BesucherInnen gestalten können. Nach Besuch der Kunstwerke werden im Workshop unterschiedliche gestalterische Techniken erprobt, dabei entstehen viele Gespräche der TeilnehmerInnen untereinander. Im gemeinsamen Erleben dieser Art der Kunstrezeption werden Unterschiede zwischen den TeilnehmerInnen verschiedenster Herkunft nivelliert, da im kreativen Austausch alle gleichermaßen Neuland betreten. Wir gehen nun mit unseren Programmen raus, versuchen die Menschen anzusprechen und über uns und die Kunst zu informieren, Berührungspunkte abzubauen. Und wie Sie andeuten, auch die Rückmeldungen unserer BesucherInnen haben zugenommen.

***Schließt das auch virulente, gesellschaftliche Themen ein? Gehen Sie dabei aktiver in einen Dialog mit den Publika?***

Ja, unbedingt. Hier zeigt sich auch die große Relevanz, die Kultureinrichtungen haben und die Verantwortung, die sie mit Blick auf die kulturelle Bildung wahrnehmen. Wir haben beispielsweise einen Ausstellungsraum in der Pinakothek der Moderne, der dauerhaft einige Exponate aus dem Nationalsozialismus in Gegenüberstellung mit damals zeitgleich entstandenen Werken diffamierter Künstler zeigt und auf diese Weise eine kritische Revision von NS-Kunst und Moderne ermöglicht. So können BesucherInnen in Saal 13 das in NS-Manier gemalte Triptychon „Die vier Elemente“ von Adolf Ziegler, das ein rassistisches Menschenbild propagiert, in direktem Gegensatz mit den ebenfalls 1937 entstandenen, surrealistischen Gemälden von Max Ernst und Richard Oelze sehen, die das Unheil des Faschismus thematisieren. Es ist spannend wie kontrovers dieser Raum aufgenommen wird. Gerade die ältere Generation reagiert sehr deutlich und wünscht sich die Kunst der NS-Zeit für immer in den Depots. Aber für unsere Schulklassen

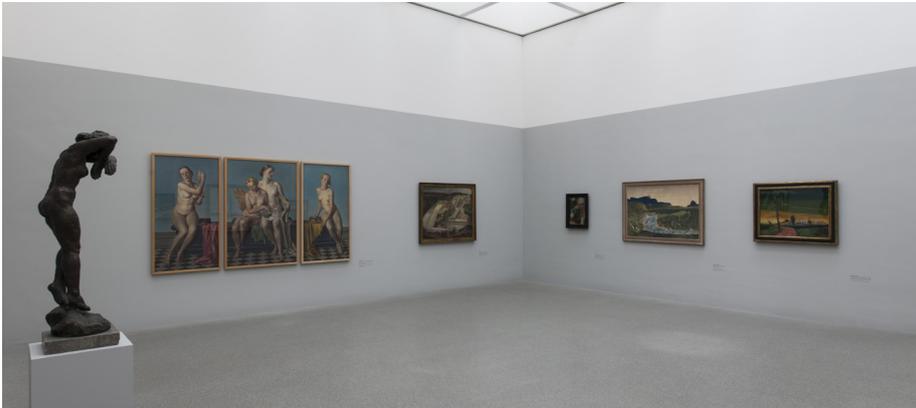


Foto: Haydar Koyupinar

Sorgt für spannende Diskurse, der Saal 13 in der Pinakothek der Moderne. Mehr dazu unter: <https://www.pinakothek.de/node/8300>

und jungen Erwachsenen ist das ungemein wichtig, denn diese Art der Auseinandersetzung findet in den Schulen einfach nicht statt. Hier erhalten wir ein sehr direktes und emotionales Feedback auf unsere Arbeit und das ist toll, denn es zeigt, dass etwas passiert.

***Wird der Austausch mit den Öffentlichkeiten für Ihre Arbeit durch die Social Networks komplexer oder eher auch transparenter und damit steuerbarer?***

Die digitalen Möglichkeiten eröffnen für uns tolle Informationsräume. Wir können viel mehr über unsere Arbeit berichten und das macht den Zugang zu unserem Haus niederschwelliger. Gerade das junge Publikum erreichen wir über Rezensionen in Tageszeitungen und Magazinen nicht mehr. Wir können mit den Social Media viel direkter kommunizieren, erreichen Menschen, die wir noch vor 20 Jahren einfach nicht erreicht haben. Aber im Gegenzug hat auch der Anspruch zu genommen: Wir müssen vielfältigere Themen aufgreifen, nur Ausstellungsberichte reichen bei Weitem nicht. Man darf nicht scheuen, auch kontroverse Themen in den Blick zu nehmen. Dann erhält man sicher nicht nur Likes, aber wir können nun viel leichter in den Dialog treten und informieren.



Foto: Haydar Koyupinar

**Tine Nehler** betreute nach dem Studium der Kunstgeschichte und Geschichte und verschiedenen Arbeitsaufenthalten in New York zunächst Kunstsammlungen von Unternehmen. Sie arbeitete für verschiedene Verlage, bevor sie 2001 die Abteilung Presse und Kommunikation für die Pinakothek der Moderne und die Bayerischen Staatsgemäldesammlungen aufbaute und leitet.

# Auf dem Weg in die Zukunft

**Der Kulturbetrieb „Klassische Musik“ retrospektiv oder ein Megatrend? Unser redaktioneller Sparringspartner für diesen Schwerpunkt, Prof. Dr. Martin Lücke, beschreibt den Status Quo und stellt wichtige Fragen für die Zukunft.**

*Ein Beitrag von Martin Lücke*

Klassik – Für die einen steht der vom lateinischen classicus (u.a. mustergültig) abgeleitete Begriff für ganz unterschiedliche geschichtliche Epochen, für andere wiederum für allgemeine Konzepte. Und unter diesen Konzepten nimmt die klassische Musik sicherlich einen besonderen Rang ein – nicht nur hierzulande. Deutschland ist bekannt für seine große Anzahl an noch immer populären KomponistInnen, für seine DirigentInnen, für seine MusikerInnen und natürlich für seine zahlreichen Orchester. Möchte man sich dem Feld der klassischen Musik aus aktueller Sicht nähern, um neue Trends und Tendenzen aufzuspüren, so muss der Blick auf ganz unterschiedliche Teilbereiche fallen. Denn auch die weit verzweigte Klassikbranche ist, wie eigentlich alle Bereiche der Musikwirtschaft, von den umfassenden Umwälzungen der Digitalisierung betroffen.

## Eine Orchesterlandschaft mit viel Leben

Deutschland verfügt über eine weltweit einmalige – und erhaltungswürdige – Dichte an Orchestern, aktuell sind dies noch immer 129 öffentlich geförderte Klangkörper, darunter Theater-, Konzert-, Kammer- und Rundfunkorchester – auch wenn die Gesamtzahl seit der Wiedervereinigung rückläufig ist.<sup>1</sup> Statistisch gesehen gibt es in Deutschland also pro 600.000 Einwohner ein Orchester. Nicht umsonst ist die deutsche Theater- und Orchesterlandschaft 2014 in das bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes in Deutschland aufgenommen worden. Doch damit nicht genug: Im März 2018 ist bei der UNESCO der Antrag für die Aufnahme in das Immaterielle Weltkulturerbe gestellt worden, über den im Dezember 2019

<sup>1</sup> 1992 existierten noch 168 Klangkörper. Vgl. [http://miz.org/downloads/statistik/16/16\\_Planstellen\\_Kulturorchester\\_2018\\_korr.pdf](http://miz.org/downloads/statistik/16/16_Planstellen_Kulturorchester_2018_korr.pdf). Vgl. zur aktuellen Entwicklung sowie der Eingruppierung der Orchester die Seite der Deutschen Orchestervereinigung (DOV) unter <https://www.dov.org>.

<sup>2</sup> <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/immaterielles-kulturerbe/immaterielles-kulturerbe-weltweit/zwischenstaatlicher>.

<sup>3</sup> [http://miz.org/downloads/statistik/16/16\\_Planstellen\\_Kulturorchester\\_2018\\_korr.pdf](http://miz.org/downloads/statistik/16/16_Planstellen_Kulturorchester_2018_korr.pdf).

<sup>4</sup> [http://miz.org/downloads/statistik/13/13\\_Abschlusspruefungen\\_Musikberufe\\_Studienfach.pdf](http://miz.org/downloads/statistik/13/13_Abschlusspruefungen_Musikberufe_Studienfach.pdf).

<sup>5</sup> Die Eingruppierung der Orchester erfolgt auf Basis der Orchesterplanstellen. Als Faustregel gilt, je größer ein Orchester ist, desto besser ist die Vergütung der Orchestermusikerinnen und -musiker. Den besten Überblick zum Thema Orchestermanagement inkl. den Grundlagen des TVK bietet noch immer Mertens, G. (2010). *Orchestermanagement*. Wiesbaden: Springer.

entschieden wird – hoffentlich positiv. In diesem Zusammenhang äußerte sich die Staatsministerin im Auswärtigen Amt, Michelle Müntefering, wie folgt:

„Der deutsche Vorschlag der Theater- und Orchesterlandschaft für die UNESCO-Liste steht beispielhaft für modernes Immaterielles Kulturerbe. Die Nominierung zeigt, dass Theater und Orchester wichtige Räume der freien Meinungsäußerung, der öffentlichen Debatte und kritischen Reflexion sind. Sie macht auch deutlich, welche hohe Bedeutung die zahlreichen internationalen Kooperationen und Koproduktionen von Theatern und Orchestern haben: Sie fördern interkulturelle Begegnungen und Kommunikation auch jenseits des politischen Diskurses und damit das Verständnis füreinander. Genau diesen Dialog und diese gesellschaftlich wichtigen Freiräume wollen wir mit Hilfe internationaler Kulturpolitik weiter ausbauen und stärken.“<sup>2</sup>

Einher mit der Dichte an Orchestern geht auch die Zahl der festangestellten OrchestermusikerInnen. 2018 waren dies in den eben schon erwähnten 129 Orchestern 9.746 Planstellen,<sup>3</sup> auch hier analog der geringer werdenden Orchesterdichte mit leicht abnehmender Tendenz. Und obwohl die Zahl der Planstellen abnehmend ist, in knapp 26 Jahren mehr als 2.500 Stellen weggefallen sind, das Arbeitsplatzangebot also immer geringer wird, entscheiden sich mehr und mehr junge Leute für ein Studium der Instrumentalmusik in Deutschland. 2016 schlossen 2.223 Studierende erfolgreich ihr Studium der Instrumentalmusik/Orchestermusik ab, im Jahr 2000 waren dies nur knapp 1.500.<sup>4</sup> Nun ist es sicherlich treffend, dass nicht alle AbsolventInnen unbedingt einen Platz in einem in der Regel nach dem TVK (Tarifvertrag für Kulturorchester) vergüteten Orchester als Ziel haben,<sup>5</sup> auch müssen die zahlreichen PianistInnen aus diesen Zahlen herausgerechnet werden. Doch selbst wenn man von „nur“ 1.500 AbsolventInnen ausgeht, die für die Tätigkeit in einem Orchester geeignet wären, dann lassen diese Zahlen eindrucksvoll erahnen, dass sicherlich nicht jeder, der den Beruf des Orchestermusikers anstrebt, auch einen Platz in einem der in Deutschland tätigen Klangkörper erhalten wird – schließlich müssten sich dafür die Orchester statistisch alle sieben Jahre rundum erneuern. Dieser Problematik müssen sich vor allem die staatlichen und wenigen privaten (Musik-)Hochschulen stellen, die weiterhin auf hohem Niveau (in Bezug auf die künstlerische Qualität, aber auch in Bezug auf die Studierendenzahlen) ausbilden. Nicht umsonst ist endlich als längst überfälliger Trend erkennbar, dass Mu-

<sup>6</sup> [http://www.miz.org/downloads/statistik/78/78\\_Veranstaltungen\\_oeffentlich\\_finanzierter\\_Orchester.pdf](http://www.miz.org/downloads/statistik/78/78_Veranstaltungen_oeffentlich_finanzierter_Orchester.pdf).

sikhochschulen dieses Thema erkannt haben und versuchen mithilfe von z.B. Career Centern ihren AbsolventInnen auch außerhalb des festen (und in der Regel) gut bezahlten Orchesterdienstes Möglichkeiten aufzuzeigen.

## Wer wird in Zukunft die Orchester besuchen?

Abgesehen von diesen Statistiken rund um die Anzahl von und Planstellen in Orchestern hat vor Kurzem eine weitere statistische Zahl in Bezug auf das deutsche Orchesterwesen für Aufsehen gesorgt. Die Deutsche Orchestervereinigung (DOV), der Berufsverband der OrchestermusikerInnen, erstellt regelmäßig Konzertstatistiken.<sup>6</sup> In der Saison 2003/2004 z.B. gab es 9.850 Konzerte, darunter allein 5.500 Sinfoniekonzerte, bis 2017/2018 stieg die Zahl der Konzerte kontinuierlich auf über 15.000 (uns dies bei weniger Orchestern). Dies ist vielleicht schon alleine bemerkenswert, aber ließe sich auch schlicht damit erklären, dass sich das Konzertangebot eben immer weiter differenziert hat. Der Hauptgrund für diesen stetigen Konzertanstieg ist aber das sich verdreifachte Angebot an musikpädagogischen Veranstaltungen, worunter Kinder- und Jugendkonzerte, aber auch Schülerkonzerte und Workshops in Schulen subsummiert werden. Zudem gab es 2017/2018 erstmals mehr musikpädagogische Veranstaltungen (6.325) als Sinfoniekonzerte (5.557).

Orchester müssen verstärkt die Aufgabe übernehmen, Kinder und Jugendliche positiv an klassische Musik heranzuführen.

Hieran ist der Trend erkennbar, dass es die meisten Orchester inzwischen erkannt und begriffen haben, wie wichtig für den Fortbestand der jetzigen Orchesterlandschaft (und diese lässt sich nur durch einen hohen Publikumszuspruch legitimieren) die Heranführung junger Zielgruppen an das Genre Klassik ist. Orchester müssen verstärkt die Aufgabe übernehmen, Kinder und Jugendliche positiv an klassische Musik heranzuführen. Nur wenn dies gelingt, werden diese Kinder und Jugendlichen später einmal das Klassikpublikum von morgen sein (siehe hierzu auch den Beitrag von Julia Kirn, Seite 25).

<sup>7</sup> <http://www.musikindustrie.de/repertoire-charts/>.

<sup>8</sup> <http://www.musikindustrie.de/umsatz/>.

<sup>9</sup> <http://www.musikindustrie.de/absatz/>.

<sup>10</sup> <http://www.musikindustrie.de/musikkaeufer/>. Diese Zahlen müssen in Bezug zur Gesamtbevölkerung und zum Tonträgermarkt insgesamt gestellt werden, In der Gesamtbevölkerung sind 52 % der Menschen 50 Jahre und älter, im Tonträgerkäufermarkt sind 44 % der Käufer über 50 Jahre alt. Dies zeigt, dass die Klassikkäufer überdurchschnittlich alt sind.

<sup>11</sup> <https://www.sonyclassical.de>.

## Eine Branche unter Druck

Klassische Musik kann aber nicht nur im Konzert konsumiert werden. Sie wird in Form von Referenzaufnahmen auf Tonträger konserviert – und inzwischen (natürlich) auch digital zur Verfügung gestellt. Doch ist der Anteil der klassischen Musik an den Gesamtverkäufen der deutschen Musikindustrie in den letzten Jahren immer weiter gesunken, fast marginalisiert worden. Derzeit beträgt der Anteil der klassischen Musik an den Gesamtumsätzen nur noch 2,5 Prozent,<sup>7</sup> und dies auf der Basis von 1,582 Mrd. Euro zu Endverbraucherpreisen. Wir sprechen also von einem Gesamtumsatz von gerade einmal 40 Mio. Euro – zu Endverbraucherpreisen, dies muss noch einmal betont werden.<sup>8</sup> Noch in den 1990er Jahren betrug der Klassikanteil hingegen 14 Prozent – und dies bei fast doppelt so hohen Gesamtumsätzen. Es ist klar, Klassik verkauft sich nicht mehr gut. Dabei ist das Sortiment riesig; 78.000 Klassikalben und über 4.000 Neuerscheinungen in einem Jahr zeigen, dass die Firmen immer noch auf hohem quantitativen Niveau produzieren<sup>9</sup> – aber eben keinen Ab- bzw. Umsatz mehr finden. Liegt dies vielleicht auch an der Struktur der KäuferInnen? In der Tat sind die KlassikkäuferInnen (ohne Streaming) im Vergleich zu anderen Genres verhältnismäßig alt: 78 Prozent sind über 50 Jahre alt, nur 1 Prozent zwischen 20 und 29 Jahre.<sup>10</sup> Hier ist die Gefahr quasi greifbar, dass der Anteil der KlassikkäuferInnen in den kommenden Jahren weiter abnehmen wird. Es ist für die Musikindustrie also von größter Bedeutung, neue, jüngere Zielgruppen für ihr Angebot zu begeistern (siehe hierzu auch den Beitrag von Peter Tschmuck, Seite 36). Nicht umsonst führt derzeit Sony Classical<sup>11</sup> mit der Hochschule Macromedia eine Studie zur Erreichung neuer Käufer- und Nutzergruppen durch, den dem Major-Unternehmen neue Impulse und Anreize für die Zukunft geben soll.

Die Gefahr ist quasi greifbar, dass der Anteil der Klassikkäufer in den kommenden Jahren weiter abnehmen wird.

## Klassik jederzeit und überall?

Inzwischen ist in Bezug auf die Musikdistribution im Allgemeinen Streaming the next big thing. Die Umsätze in dieser Zugangsart steigen, immer mehr Menschen entscheiden sich für ein Abonnement, um Zugriff auf

<sup>12</sup> <https://www.ndr.de/kultur/Der-Musik-Streaming-dienst-Idagio-im-Check,streaming120.html>.

das Weltrepertoire zu haben. Auch Klassik ist, wenn man denn möchte, zu streamen. Doch funktioniert Klassik einfach anders als z.B. Popmusik. Bei Pop oder Rock interessieren mich die KünstlerInnen, der Song, aber in den seltensten Fällen die KomponistInnen. Im Genre Klassik ist dies anders. Im Fokus steht zunächst der Komponist eines Werkes, erst in zweiter Instanz der Dirigent, das Orchester, der Solist – und die unzähligen Kombinationen daraus. Ich finde also beim Streamingdienst zimal die 9. Symphonie von Beethoven – bzw. die einzelnen Sätze (Tracks) daraus – in unterschiedlicher künstlerischer Besetzung, und mit viel Suchen dann auch vielleicht die gewünschte. Doch Plattformen wie Spotify sind vom Pop her gedacht.

Einen etwas anderen Weg geht das 2015 gegründete Berliner Start-up Idagio, das versucht, mit ausschließlich Katalogen der klassischen Musik die Nische neben Spotify und Co. zu besetzen. Die Vorteile sind, dass Idagio anders mit den zur Suche von Stücken benötigten Metadaten umgeht und z.B. Sätze einer Komposition nicht zusammenhanglos aufzählt, sowie eine höhere Tonqualität (für klassische Musik, die ein breiteres Klangspektrum als Pop ausnutzt sehr wichtig) anbietet. Als Privatinitiative begonnen, inzwischen mit zig Millionen Euro Venture Capital ausgestattet, hat Idagio mit allen großen und hunderten kleinen Labels Lizenzverträge abgeschlossen. Das Angebot wächst wöchentlich nach eigenen Angaben um 20.000 Werke.<sup>12</sup> Irgendwann wird das gesamte, auf Tonträgern verfügbare Klassikrepertoire bei Idagio zu streamen sein. Ob man das wirklich braucht? Das muss jeder selbst entscheiden, 9,99 Euro monatlich sind ein Betrag, für den man in der physischen Welt gerade einmal eine halbe Neuerscheinung erwerben konnte.

Streamen kann man aber nicht nur auf Datenträger gebannte Musik, streamen kann man inzwischen auch (Live-)Konzerte. Die Digital Concert Hall der Berliner Philharmoniker existiert bereits seit 2008 und ermöglicht es gegen einen Obolus fast alle der 40 Konzertprogramme der Berliner Philharmoniker weltweit live zu streamen – und auf vergangene Konzerte on-demand zurückzugreifen, darunter auch die von Herbert von Karajan. Die Digital Concert Hall wird damit zum sich ständig erweiternden Klang- und Bildarchiv des sicherlich bekanntesten deutschen Orchesters, das auch international als Repräsentanz deutscher Orchesterkultur zu glänzen weiß. Die Berliner Philharmoniker erweitern durch ihr umfangreiches und technisch ausgefeiltes Digitalangebot ihren Publikumskreis über Berlin, Deutschland und Europa hinaus und sind auch nicht mehr auf das begrenzte Platzangebot der Berliner Philharmonie angewiesen, um neue und alte

Hörergruppen zu erreichen. Doch ist ein solches Angebot samt seiner technischen Investitionen nicht ohne externe finanzielle Hilfe möglich – und damit, zumindest in Deutschland – noch immer einmalig.

## Neue Popstars der anderen Art

Ein weiterer Blick muss sich auch auf die ganz unterschiedlichen Stars der Branche richten, genauer, auf deren Vermarktung. Klassik ist nicht Pop, Pop ist nicht Klassik – zumindest war dies lange Zeit die Sicht der diversen Vermarktungsabteilungen, egal ob Tonträger oder Konzertmarkt. Doch lässt sich seit geraumer Zeit feststellen, dass immer mehr Klassikstars wie beispielsweise Jonas Kaufmann, Sol Gabetta aber auch Yo-Yo-Ma mit Mitteln und Methoden des modernen (Pop-)Marketings präsentiert werden. Vorbei ist in vielen Fällen die Zeit, als MusikerInnen schmachmend ihr Instrument betrachten oder im schwarzen Frack auf einem CD-Cover abgebildet wurden (auch wenn es diese (Aus-)Fälle noch immer gibt, um ein eher konservatives Publikum anzusprechen).

Vorbei ist in vielen Fällen die Zeit, als MusikerInnen schmachmend ihr Instrument betrachten oder im schwarzen Frack auf einem CD-Cover abgebildet wurden.

Dieses vermeintlich neue Phänomen ist aber nicht neu, schon mit Nigel Kennedy, dem Punk unter den Violinisten, und anderen wurde im Laufe der Zeit immer wieder versucht, Klassikstars auf andere Weise zu vermarkten, um sich damit einem neuen Publikum zu öffnen. Das Aushängeschild dieser Entwicklung, David Garrett, darf in diesem Zusammenhang natürlich nicht fehlen. Obwohl er inzwischen seit Jahren im Geschäft ist, verkörpert er wie kein zweiter den von den Tonträgerfirmen als Crossoverklassik definierten Genrebereich. Garrett kann Brahms, Garrett kann aber auch Fluch der Karibik; dabei sind seine Auftritte und sein Äußeres auf eine deutlich jüngere Zielgruppe ausgelegt – mit Erfolg. Vielleicht mögen Klassikfetischisten erschauern, wenn Sie David Garrett mit seinen langen Haaren, der extravaganten Kleidung und allerlei Accessoires sehen (über sein Spiel kann eigentlich niemand Negatives berichten). Doch nicht umsonst versuchen Labels, mit neuen, auf ein junges Publikum attraktiv wirkende Stars oder neue Genrekombinationen den Erfolg von Garrett zu kopieren. Cellisten, die Metal spielen gibt es seit des 1993 gegründeten finnischen, an der Sibelus

Musikhochschule klassisch ausgebildeten Quartetts Apocalyptica schon längst auf dem Markt. Doch wird der Crossoversektor zumindest bei den Labels und den Veranstaltern immer beliebter, die Kombinationen ausgefallener, z.B. die Verbindung von klassischem Instrumentarium mit elektronischen Elementen. Ziel dieser Experimente ist zum einen die Öffnung des Klassiksektors in alle Richtungen, vor allem aber sollen neue Zielgruppen durch bekannte Hörerfahrungen auf den Geschmack für Klassik gebracht werden. Ob dies gelingt, wird sich zeigen, dafür bedarf es noch etwas Zeit. Zumindest wird das Genre erweitert, bietet mehr Platz für Experimente und begeistert damit zumindest den interessierten Sucher neuer und unverbrauchter Klänge.

## Mit Vielfalt in die Zukunft

Am Ende bleibt es der individuelle Geschmack, auf welche Trends und Tendenzen sich sowohl die Klassik- als auch die Noch-Nicht-KlassikhörerInnen in Zukunft einlassen werden. Die Vielfalt an Stilen, Stars und Experimenten ist zweifelsfrei vorhanden, die Zugangswege zur Musik, ob Live, Tonträger oder Streaming vielfältig, die Preise (im öffentlich geförderten Klassikbetrieb) in der Regel moderat. Das klassische Musikbusiness, zumindest das mit unternehmerischen Risiko, hat sich in den letzten auf die neuen Entwicklungen eingestellt, jede Branche und jeder Sektor für sich. Es muss in Zukunft darum gehen, diese neuen Wege gemeinsam(er) zu bestreiten. Denn es bleibt das Publikum, die KäuferInnen und HörerInnen, das ganz am Ende mit seiner Handlung darüber entscheidet, welche Zukunft die klassische Musik in den kommenden Jahrzehnten haben wird. Hoffentlich eine positive, sicher ist dies aber nicht.



**Prof. Dr. Martin Lücke** ist Professor für Musikmanagement an der Hochschule Macromedia, Berlin und seit Ende 2018 Studiendekan. Er hat als Dramaturg bei den Bochumer Symphonikern gearbeitet (2003–2006) und war Kurator am Haus der Geschichte in Bonn (2006–2008). Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte sind Musikmanagement, Populäre Musik, Kulturfinanzierung sowie Ausbildungsforschung.

*Was gibt es zu sagen zum Kulturbetrieb der klassischen Musik? Wir schlendern mit Winfried Hanuschik, Herausgeber von CRESCENDO – dem Magazin für klassische Musik und Lebensart, durch die Welt der Klassik und stoßen auf grundsätzliche Fragen für Kunst und Kultur.*

# Es ist der Soundtrack unseres Lebens

Das Gespräch führte Veronika Schuster

## **Lieber Herr Hanuschik, wo steht für Sie aktuell der „Kulturbetrieb“ der klassischen Musik?**

Um das zu beantworten muss, man erst einen Blick darauf werfen, wie dieser sperrige Begriff „Kulturbetrieb“ in seinem heutigen Verständnis entstanden ist: Musik begleitet uns seit Menschengedenken. Das, was wir heute klassische Musik nennen, war die längste Zeit zeitgenössische Musik. Mozart, Bach, Beethoven waren immer auch Musiker ihrer Zeit. Dass wir heute noch diese Musik hören, zeigt unseren Selektionsvorteil. Denn es wurde ja sehr viel mehr komponiert, als wir nun mit Vorliebe hören. Was wir hin und wieder vergessen, ist, dass vieles davon Gebrauchsmusik war. Es hatte eine Funktion, etwa das Diner zu begleiten. Erst durch das Bürgertum wurde diese Musik als „Klassische Musik“ zu einem Bildungs- und auch Distinktionsthema. Es war der Beginn der Konzertkultur. Man lauschte nun konzentriert in extra gebauten Konzertsälen der Aufführung dieser Musik. Was wir – wie Sie es nennen – als „Kulturbetrieb der klassischen Musik“ verstehen, ist also im Spiegel der Musikgeschichte ein sehr neuzeitliches Phänomen.

## **Heißt das, dass Bürgertum hat den Weg bereitet, die Musik aus dem aktiven Leben genommen und es damit in gewisser Weise verstarren lassen?**

Ich würde das nicht so wertend beschreiben. Es geht auch darum, in welcher Nutzungssituation und mit welcher Aufmerksamkeit man Musik

hört. Im 19. und 20. Jahrhundert gehörte der Konzertbesuch zum Bildungsideal. In diesem Rahmen konzentrierte man sich vollends und mit Ernsthaftigkeit auf die Musik. Ich sage bewusst Ernsthaftigkeit, denn diese hat für mich zwei Dimensionen: Zum einen ist es die Bereitschaft des Publikums zum ernsthaften Zuhören, also „voll und ganz und mit allen Sinnen“. Zum anderen erzählen die Musik und interpretierenden MusikerInnen eine ernsthafte Geschichte in Tönen und Liedern. Beides bedeutet, dass man sich ernsthaft auf die Musik einlässt und man bereit ist, sich von ihr berühren zu lassen. Man muss diese Reise machen wollen, denn sie kann zwar bequem sein, aber auch unbequem werden, wenn neue und ungewohnte Wege gegangen werden. Bei all dem, was hier in der Auseinandersetzung passiert, kann doch nichts erstarren! Aber das klassische Konzert ist ja auch nur eine Form, um klassische Musik wahrzunehmen.

Man muss diese Reise machen wollen, denn sie kann zwar bequem sein, aber auch unbequem werden, wenn neue und ungewohnte Wege gegangen werden.

***Aber diese Ernsthaftigkeit zieht doch eine sehr homogene Besucherschaft an, Bildungsbürgertum, deutschsprachig, in einem sehr gesetzten Alter, so will ich es beschreiben...***

Nehmen Sie das so wahr? Ich denke es kommt im hohen Maße darauf an, wo man hingeht. Jedes Orchester, jedes Ensemble hat sein Publikum. Und sind sie Abonnenten seit Jahrzehnten, werden sie nun einmal mit ihrem „Liebling“ alt. Das erleben Sie aber ebenso bei einem Rolling Stones-Konzert oder bei den Toten Hosen.

***Aber sind die Angebote der klassischen Musik denn dann wirklich für jedermann\*frau?***

Ich glaube einfach nicht, dass immer alles auch für alle sein muss. Warum auch? Nehmen wir das Beispiel des Sinfonieorchesters des Bayerischen Rundfunks. Es ist ein Spitzenorchester, das auf Weltniveau spielt. Und für dessen Dirigenten, Mariss Jansons, ist klassische Musik kein Spaß. Mit diesem Orchester und diesem Dirigenten ist Musik eine ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Kern der Dinge hin zur absoluten Exzellenz. Und diese Art in die Dinge hineinzugehen, in Detailversessenheit aus der Musik das herauszuarbeiten, was sie ausmacht, kann man mögen, muss es aber nicht. Tut man es, dann ist dieses Orchester eine Offenbarung für

die Connaissseure im Publikum. Es ist wie mit gutem Wein: Man bekommt ein superteures Schlückchen kredenzt, aber die hoch gepriesene Komplexität schmeckt einem vielleicht trotzdem nicht. Man wünscht sich etwas Lieblicheres, Spritzigeres. Über Geschmack lässt sich nicht streiten. Bei Musik über richtig und falsch zu sprechen, bleibt immer auch eine Frage von persönlichen Vorlieben.

***Dennoch, muss es diese stillsitzende Steifheit sein?***

Das hat aber doch etwas mit Wertschätzung dessen zu tun, was dort geleistet wird.

***Aber muss man in eine solche ritualisierte Steifheit gedrängt werden, um Wertschätzung zu signalisieren? Verschreckt man nicht jene, die nicht diesen „hohen Bildungsanspruch an sich haben“ und setzt die Schwelle noch höher?***

Dann sollte man sich eher die Frage stellen, ob diese Musik und dieser Klangkörper wirklich etwas für einen sind. Es gibt doch unendlich viele andere Angebote, die klassische Musik in einem legeren Rahmen mit Lounge-Charakter anbieten, spannende Cross-Over-Projekte, junge Komponisten mit neuer Aufführungspraxis – ohne gleich das Niveau zu vernachlässigen.

Man muss doch von den Menschen, die etwaige Berührungssängste haben, abverlangen können, sich mit dem Facettenreichtum der Angebote auseinanderzusetzen.

***Ja, es gibt andere Angebote, aber kommt das außerhalb des Kulturbürgertum an? Und was ist mit den Unkenrufen, dass der klassischen Musik das Publikum ausgeht?***

Zu Ihrer ersten Frage: Man muss doch von den Menschen, die etwaige Berührungssängste haben, abverlangen können, sich mit dem Facettenreichtum der Angebote auseinanderzusetzen und zu schauen, wo es etwas gibt, das ihnen liegt. Und zu ihrer zweiten Frage: Stimmen diese Behauptungen wirklich? Es gehen weit mehr Menschen in ein klassisches Konzert als in die Fußballstadien während einer Saison. Wenn man sich die Bilder von Konzerten aus den 20er- oder auch 50er-Jahren anschaut, war das Publikum ebenso „alt“ und dennoch ist es immer noch nicht ausgestorben. Das heißt, es gibt Momente – und vielleicht muss man dafür

ein gewisses Erwachsensein erreichen – da ist man für klassische Musik eben bereit, ist ernsthafter und empfänglicher dafür. Also warum diesen Moment nicht von allein kommen lassen? Diese Abgesänge sind meines Erachtens nicht angebracht.

Das, was in der Gesellschaft passiert, stellt ja eine Grundsatzfrage an Kunst und Kultur.

***Aber die gesellschaftliche Struktur und Zusammensetzung ändert sich im Augenblick massiv, das wird nicht spurlos vorüber gehen.***

Das, was in der Gesellschaft passiert, stellt ja eine Grundsatzfrage an Kunst und Kultur. Es ist kein Thema nur der klassischen Musik. Und da sehe ich andere Veränderungen als die gesellschaftliche Zusammensetzung, die mehr Einfluss auf Entwicklungen in der Musik nehmen. Das ist vor allem die Tendenz zu 24-Stunden-Berufen. Wir sind immer auf Empfang und rauben uns damit immer mehr Zeit, Zeit für sich, Zeit für Freunde, Zeit für Hobbys, Zeit für Kunst und Kultur geht verloren. Wir werden zu einer sich selbst ausblutenden und überforderten Gesellschaft. Die Auseinandersetzung mit den Auswirkungen hat ja erst begonnen. Das heißt, die RezipientInnen verändern sich. Die Aufmerksamkeitsspanne wird immer kürzer und komplexere Inhalte passen dann nicht mehr durch das Wahrnehmungsraster. Die Menschen spüren das und allein der Boom des Vinyls zeigt deutlich die Sehnsucht der Menschen nach bewussten Auszeiten. Denn was bietet ein mehr als unpraktisches Vinyl-Album? Es ist ein inszenatorisches Erlebnis mit einem klaren Anfang und Ende und fordert ein bewusstes Hören, ein Sicheinlassen auf Zeit. Kein Trackhopping, kein Easy-Listening in Dauerschleife. Es ist wie mit Yoga: eine Auszeit vom Alltag, ein Moment des zur Ruhekommens, den Fokus auf eine Sache richten. Das ist anstrengend, denn natürlich sind wir getrieben, ständig auf das Handy zu schauen, erreichbar zu sein ... und in solchen Auszeiten werden die Menschen hibbelig und merken, wie „addicted“ sie von manchen Dingen bereits sind, dass es Überwindung kostet, wirklich runterzufahren. „Feierabend“ hat man nicht mehr automatisch, man muss ihn sich auch nehmen. Kunst und Kultur sind dafür ein perfekter Rahmen.

***Gibt es Formate, die für Sie diese Fragen bereits beantworten?***

Schauen Sie in die Playlists von Streaming-Diensten. Was dort in unglaublichem Umfang zu nimmt, ist die funktionale Klassik. Sie muss

etwas leisten. Da gibt es Klassik zum Entspannen, zum Konzentrieren, zum Einschlafen. „Peaceful Piano“ ist die populärste Klassik-Playlist auf Spotify mit über 5,3 Millionen Followern. Sie passt perfekt zum Bedürfnis nach Auszeiten. Ob das nur beiläufige Hören im Sinne der klassischen Musik ist, ist ein anderes Thema.

***Aber das ist ja ein anderes Format, das Sie beschreiben. Bei einem Konzert kann ich mich nicht einfach entspannt auf dem Sofa zurücklehnen.***

Doch klar, schalten Sie einfach daheim Ihren CD- oder Streamingplayer an. Wählen Sie ein Album bzw. Werk, machen sich es auf Ihrem Sofa gemütlich, stellen das Handy auf lautlos, schließen die Augen und lassen Sie sich voll und ganz auf die Musik ein – ohne etwas nebenbei zu machen. Das geht zum Beispiel perfekt mit der „Alpensinfonie“ oder wenn Sie in Urlaub fahren: Dietmar Müller-Elmau, Hotelier von Schloss Elmau, erzählte mir einmal, dass er den Begriff „Wellness“ verabscheut, also strapazierte Menschen, die schlicht auf Leerlauf schalten – um schnellstmöglich wieder funktional, also arbeitsfähig zu werden. Aber das ist doch viel zu wenig, das ist eine Bankrotterklärung ans Leben. Müller-Elmau nennt sein Angebot deshalb „Food for Thought“, also Denkanstöße statt Dösen. Es geht bei einem Konzert darum, eine andere Inspiration zu bekommen, den Saal voll von Ideen und Gedanken zu verlassen. Ein Konzert ist immer auch geistige Nahrung. „Peaceful Piano“ ist also nur die kleinste Einheit, um „irgendetwas mit Klassik“ zu hören.

Ein Konzert ist immer auch geistige Nahrung. „Peaceful Piano“ ist also nur die kleinste Einheit, um „irgendetwas mit Klassik“ zu hören.

Sind anspruchsvolle Kulturangebote also noch zeitgemäß? Ja, mehr denn je! Kunst und Kultur ist das, was uns Menschen in höchstem Maße ausmacht. Als Gesellschaft müssen wir wiederentdecken, welche Potenziale in diesem Berührtsein stecken, was es bedeutet, sich in ein Thema zu versenken und sich darüber intensiv auszutauschen ... Und wenn wir zu erschöpft sind, um genau das leben zu können, dann ist das eine fatale Entwicklung und die verschenkte Chance wirklich Mensch zu sein.

***Aber Sie als Liebhaber von Kunst und Kultur wissen das, aber weiß die Gesellschaft um dieses Potenzial wirklich?***

Da bin ich nicht pessimistisch. Denn die Besucherzahlen zeigen das ja auf. Und wenn wir das Konzerthören mal beiseitelassen und schauen, wo uns Musik begegnet. Wenn wir das Fernsehen anschalten, das Radio, wenn wir ins Kino gehen, sehen wir, dass Klassik der Soundtrack unseres alltäglichen Lebens ist. Natürlich würde ein dogmatischer Musikwissenschaftler sehr viel früher eine deutliche Grenze ziehen, was klassische Musik genau zu sein hat. Für mich und mein Team ist Musik dann gut, wenn sie die Kraft hat, Menschen zu berühren. Wir liefern Inspiration, öffnen Türen. Und wenn LeserInnen für sich entscheiden: Dieses Album ist nicht meins, dann ist das auch in Ordnung. Musik ist eine sehr persönliche und unmittelbare Liebe. Und das ist gut so.

**Bei all unserem Reden über klassische Musik, zum Schluss noch die Frage: Wo denn bei all dem die neue Musik bleibt?**

Hier passiert unheimlich viel. Wir hatten in den letzten 50 Jahren ein stabiles Dogma, was die Definition von zeitgenössischer Musik angeht. Und vornehmlich unter diesem Dogma wurde zeitgenössische Musik gefördert. Diese Musik galt dem Publikum wiederum als „unhörbar“. Denn getrieben von Adorno, war es eine mathematisch konstruierte Musik, die im Prinzip jede Art von Gefühl ganz bewusst herausgenommen hat. Man hatte eine tiefgreifende Angst vor seiner manipulativen Kraft. Und das, mit der Erfahrung aus der Zeit des Nationalsozialismus, nicht ohne Grund. Dieses „manipulativ“ Stimulierende hat man der Musik genommen. Musik wurde zu einem intellektuellen Konzept. Aber nimmt man der Musik ihr stimulierendes Wesen, nimmt man den Menschen den Grund, sie zu hören. Und diejenigen, die sich darauf einlassen wollten, waren sehr wenige.

Aber nimmt man der Musik ihr stimulierendes Wesen, nimmt man den Menschen den Grund, sie zu hören.

Zudem führte diese Musik dazu, dass der zeitgenössischen Musik ein gewisses Stigma anhaftete. Das ist nun Vergangenheit. Das was sich heute „New Classic“ nennt, Max Richter, Nils Frahm oder Carlos Cipa treffen den urbanen Zeitgeist: Meditativ fließend und immer etwas melancholisch nachdenklich. Arash Safaian transponiert mit ÜberBach den alten Meister ins Heute: Ein höheres Tempo, schneller Wechsel, eine gewisse Unausgeruhtheit, wie wir sie aus dem Pop kennen. Die Musik ist ab-

wechslungsreicher, dichter, opulenter, bietet Brüche und Effekte. Das sind Kompositionen, die – nicht nur bei jungen Menschen – viel besser zu deren Hörgewohnheiten passen.

***Aber kennen die Menschen diese New Classics?***

Dafür sorgen tatsächlich die Streaming-Dienste, die diese zeitgenössische Musik zugänglich machen. Deren Playlisten liefern den Klang unserer Zeit, ein bisschen Utopie, ein bisschen Dystopie, immer viel Pathos. Das führt im Augenblick zu einem Hype der New Classics, die sich hervorragend verkaufen. Es stimmt mich optimistisch, dass sich hier eine neue Hörerschaft für klassische Musik entwickelt. Diesen Fokus auf die neuen KomponistInnen, kann man aber durchaus kritisch sehen. Durch die Kategorisierung in stimmungsbasierte Playlisten tauchen viele großartige Werke, KomponistInnen und legendäre Einspielungen großartiger KünstlerInnen leider erst „unter ferner liefen“ auf – unauffindbar für alle, die nicht schon wissen, was sie suchen. Jeden Tag werden 380.000 Menschen geboren, die noch nie Beethoven gehört haben: Ich wünsche mir, daß sie alle eine reelle Chance bekommen, diese großartige Musik für sich zu entdecken!



**Winfried Hanuschik** ist seit 20 Jahren Verleger von *CRESCENDO* – das Magazin für klassische Musik und Lebensart, das zu den wichtigsten Kulturmagazinen Europas gehört. Er war Vorstand im Arbeitskreis Kulturförderung und ist seit vielen Jahren Juror des Kulturmarken-Awards. Mit 30 Jahren Expertise unterstützt er Menschen und Unternehmen in ihren Transformationsprozessen. Kontakt: [wh@essenz.de](mailto:wh@essenz.de)

# Warum eigentlich klassische Musik?

## Einblicke in die Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachsener

Ein Beitrag von Julia Kirn

War es die Zauberflöte oder doch Peter und der Wolf? Erinnerungen an das erste große Konzerterlebnis können prägende Erinnerungen sein, die uns ein ganzes Leben lang begleiten. Aber wie kommen wir über das erste Staunen hinaus zu einem langfristigen Interesse an klassischer Musik? Und welche Rolle spielt dabei unsere Jugend?

Sowohl die Kindheit, als auch die Jugend und das junge Erwachsenenalter sind wichtige Lebensabschnitte, um ein nachhaltiges Interesse an klassischer Musik zu entwickeln. Das hängt auch mit Phasen zusammen, in denen wir besonders offene Ohren für unterschiedliche musikalische Genres haben. Die sogenannte Offenohrigkeitshypothese nach Hargreaves (1982) und LeBlanc (1991) bescheinigt der Kindheit und dem Übergang zwischen Jugend und jungem Erwachsenenalter einen fruchtbaren Nährboden für Nischengenres wie der klassischen Musik. Denn nachdem von Hargreaves und LeBlanc im Kindesalter eine prinzipielle Offenheit gegenüber unterschiedlichen musikalischen Genres festgestellt werden konnte, kann diese Offenohrigkeit in der späten Jugend und im Übergang zum jungen Erwachsenenalter teilweise zurückkehren (LeBlanc, 1991; vgl. für eine kritische Einordnung auch Louven & Ritter, 2012). In Verbindung mit der Aufgeschlossenheit gegenüber unterschiedlichen Musikstilen spielt die musikalische Sozialisation eine Schlüsselrolle für die Bindung an klassische Musik.

### Wer sozialisiert hier eigentlich wen?

Vergleicht man Studien zur Sozialisation mit klassischer Musik wird wenig überraschend deutlich, dass in der Kindheit insbesondere den Eltern eine Schlüsselrolle zugeschrieben wird (vgl. Pape, 2013). Von Gross und Walden stellen in ihrer Untersuchung vor allem zwei Dinge in den Vordergrund:

den „Bildungsgrad des Elternhauses und deren Kompetenz, positive Erlebnisse mit klassischer Musik zu induzieren“ (ebd., 2013, S. 360). Geht es um den Impuls und die Motivation zum Instrumentalspiel, haben wiederum die Geschwister prägenden Einfluss auf die Wahl des Instruments und auf einen frühen musikalischen Start, der den Grundstein für eine nachhaltige Beschäftigung mit klassischer Musik legt (vgl. Kirn, 2016; Bastian, 1997). Das Interesse für klassische Musik zeigt also neben der Begeisterungsfähigkeit der Eltern und Geschwister auch eine deutliche Dimension sozialer Ungleichheit in der Bevölkerung auf.

Zwar ist der enge Familienkreis mit Eltern und Geschwistern häufig treibende Kraft, allerdings wird die Rolle der Großeltern als Impulsgeber in diesem Prozess bislang unterschätzt. In einer qualitativ angelegten Untersuchung aus dem Jahr 2016 gab ein Viertel der Befragten an, dass bei einer fehlenden elterlichen Sozialisation mit klassischer Musik die Großeltern den Erstkontakt zu klassischer Musik herstellten (Kirn, 2016).

Zwar ist der enge Familienkreis mit Eltern und Geschwistern häufig treibende Kraft, allerdings wird die Rolle der Großeltern als Impulsgeber in diesem Prozess bislang unterschätzt.

Ist die Begeisterung der Enkel geweckt und verfolgen diese das Interesse an klassischer Musik weiter, schildern die Befragten der Studie eine „umgekehrte Sozialisierung“ in Richtung ihrer Eltern, „indem nun die Kinder ihre Eltern in die Welt der klassischen Musik einführen und dafür begeistern können“ (Kirn, 2016, S 231). Dieser Rollentausch findet vermehrt im jungen Erwachsenenalter statt und erzeugt einen interessanten Multiplikatoreffekt von Seiten der jüngeren auf die ältere Generation. Nachhaltig auf das Interesse an klassischer Musik wirkt sich dieser Effekt jedoch nur aus, wenn weitere Schlüsselfiguren wie Lehrer oder Freunde und Bekannte hinzutreten, die dieses Interesse weiter verstärken (ebd.).

Diese Freunde und Bekannten sind bei jungen Menschen nicht notwendigerweise Gleichaltrige. Zwar sind für die allgemeine musikalische Sozialisation in der Jugend und im jungen Erwachsenenalter Peergroups mit Gleichaltrigen von großer Relevanz (Kleinen, 2011). Anders bei einem Interesse für klassische Musik, das insbesondere die Beziehung zur schulischen

Peergroup deutlich belasten kann und deshalb eher außerhalb des sozialen Kontexts „Schule“ gelebt wird: „Hier wirkt sich die Peergroup eher gegen- teilig aus, denn in der frühen Jugendphase spielen solche Motive sozialer Einbindung eine Rolle, die darauf abzielen, sich eben gerade nicht mit klas- sischer Musik zu beschäftigen oder zumindest die Auseinandersetzung mit klassischer Musik zu verschweigen.“ (Kirn, 2016, S. 229)

### Drei „Klassik-Typen“

Aus der unterschiedlichen Sozialisation und dem individuellen Verlauf des Interesses an klassischer Musik wurden in der qualitativ angelegten Studie „Klassische Musik in den Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachse- ner“ aus dem Jahr 2016 drei Typen von Jugendlichen und jungen Erwachse- nen abgeleitet: die „Traditionellen“, die „Neu- und Wiedereinsteiger“ und die „Entfremdeten“ (vgl. Kirn, 2016, S. 223 f).

Der Typus des „Traditionellen“ wächst stark familiär und insbesondere durch die Eltern geprägt mit klassischer Musik auf. In damit verbundenen Strukturen spielt auch das Instrumentalspiel eine wichtige Rolle. Das Inter- esse an und die Auseinandersetzung mit klassischer Musik besteht über die Pubertät hinweg, klassische Musik bleibt konstant entweder exklusiv oder zumindest als deutlich präferierte Musikrichtung im Fokus des Interesses. Damit verbunden ist auch ein berufliches Interesse an klassischer Musik, meist verbunden mit Instrumentalspiel auf hohem Niveau. Konzertritua- le möchten die „Traditionellen“ möglichst „pur“ genießen und damit wie familiär geprägt beibehalten.

Für den zweiten Typus der „Neu- und Wiedereinsteiger“ spielt Musik gene- rell eine wichtige Rolle, klassische Musik reiht sich hier mäßig bis stark in das Interesse für unterschiedliche musikalische Genres ein. Prägende Sozia- lisationsinstanzen sind im Gegensatz zu den „Traditionellen“ nicht notwen- digerweise die Eltern, sondern eher Freunde oder Bezugspersonen aus der Großeltern- generation. Eine berufliche Perspektive besteht für die Neu- und Wiedereinsteiger in der Regel eher im technischen und/oder organisato- rischen Bereich klassischer Musik, je nachdem, in welchem Alter sich das Interesse für klassische Musik ausgebildet hat. Warum ist dieser Übergang von der Jugend zum jungen Erwachsenenalter bei den „Neu- und Wieder- einsteigern“ besonders interessant? Bei dieser Gruppe flammt das Interesse für klassische Musik vor allem in Umbruchphasen wie einem Schulwechsel, Auslandsaufenthalt oder beim Studienbeginn neu oder erneut auf. Dar-

aus entsteht für Anbieter klassischer Musik mit gesonderten Angeboten und Programmen die Chance, neue, wenig traditionell geprägte Zielgruppen anzusprechen. Umso mehr, da insbesondere die „Neu- und Wiedereinsteiger“ gerne ihr Wissen über und ihre Begeisterung für klassische Musik an andere Klassikeinsteiger weitergeben und auf diese Weise einen Schneeballeffekt in ihrem vergleichsweise wenig klassikerfahrenen sozialen Umfeld auslösen können.

Ähnlich wie bei den „Neu- und Wiedereinsteigern“ spielt auch beim dritten Typus, den „Entfremdeten“, das Interesse für Musik generell eine große Rolle, das Interesse für klassische Musik rückt bei diesem Typus aber recht weit in den Hintergrund. Ähnlich wie die „Traditionellen“ erfahren die „Entfremdeten“ in ihrer Kindheit und frühen Jugend eine musikalische Sozialisation, in der auch klassische Musik eine große Rolle spielt. Jedoch wird in dieser Gruppe deutlich, dass eine früh angelegte familiäre Sozialisation mit klassischer Musik kein Garant für eine langfristige Bindung an das musikalische Genre ist. Bei den „Entfremdeten“ zeigt sich das auch in ihrem zum Zeitpunkt der Befragung wenig klassikaffinen Umfeld. Zu prüfen wäre hier, ob das Interesse an klassischer Musik im Erwachsenenalter wieder stärker sichtbar wird.

Ein nachhaltig ausgeprägtes Interesse an klassischer Musik entsteht also in der Regel durch Schlüsselpersonen, die ihre persönliche Begeisterung vermitteln und verankern können.

## Perspektiven

Ein nachhaltig ausgeprägtes Interesse an klassischer Musik entsteht also in der Regel durch Schlüsselpersonen, die ihre persönliche Begeisterung vermitteln und verankern können (Kirn, 2016). Wenn man die drei „Klassiktypen“ betrachtet fällt auf, dass insbesondere die „Traditionellen“ und die „Neu- und Wiedereinsteiger“ über ein ausgeprägtes Interesse an klassischer Musik verfügen und ihre Begeisterung dafür gerne weitergeben (ebd.). Eine Chance besteht darin, diese wiederum als Multiplikatoren einzusetzen. Solche Multiplikatoren kommen beispielsweise beim Projekt „Kultur-Netzwerker e.V.“ zum Tragen, das aus der qualitativen Untersuchung hervorging und junge Kultur-Scouts an junge Kultureinsteiger vermittelt, womit mittelfristig wiederum ein Schneeballeffekt bei Jugendlichen und junge

Erwachsene in einer offenoehrigen Phase ausgelöst wird (vgl. Kultur-Netzwerker, 2019). Zudem konnten sozialisatorische Wirkkräfte von Großeltern auf ihre Enkel festgestellt werden, die ebenfalls die Bandbreite sozialisatorischen Einflusses über die Eltern hinaus sichtbar werden lassen. Mehr noch: Kinder können dann zu Sozialisatoren ihrer Eltern werden und bei ihnen Begeisterung für klassische Musik wecken.

#### LITERATUR

**Bastian, Hans G. (1997).** »Jugend musiziert« oder Jugend und klassische Musik. In Dieter Baacke (Hrsg.), *Handbuch Jugend und Musik* (S. 117–153). Opladen: Leske + Budrich.

**Gross, Friederike von & Walden, Thomas (2013).** Jugendlicher Bildungshintergrund und Musikpräferenz. In Robert Heyer, Sebastian Wachs & Christian Palentien (Hrsg.), *Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation* (S. 343–370). Wiesbaden: Springer.

**Hargreaves, David J. (1982).** The development of aesthetic reactions to music. *Psychology of Music (Special Issue)*, 51–54.

**Kirn, J. (2016).** Klassische Musik in den Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachsener. Die Bedeutung von sozialen Einflussfaktoren, medialen Inhalten und motivationalen Bedürfnissen. München: Allitera.

**Kultur-Netzwerker e.V. (2019).** Homepage. Verfügbar unter [www.kultur-netzwerker.de](http://www.kultur-netzwerker.de) (abgerufen am 05.06.2019).

**Pape, Winfried (2013).** Familiäre musikalische Sozialisation. In Robert Heyer, Sebastian Wachs & Christian Palentien (Hrsg.), *Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation* (S. 219–248). Wiesbaden: Springer.



Foto: Susanne Diesner

**Prof. Dr. Julia Kirn** ist Professorin für Unternehmens- und Kulturkommunikation an der Hochschule Fresenius für Management, Wirtschaft & Medien in München. Sie studierte Kommunikationswissenschaftlerin und Violinistin war u.a. Pressesprecherin der Tonhalle Düsseldorf und der Düsseldorfer Symphoniker und ist seit 2014 Dozentin im Studiengang Theater- und Orchestermanagement der HfMdk Frankfurt.

*Ist das klassische Konzert noch zeitgemäß? Nein, sagt Folkert Uhde. Wir unterhalten uns mit dem Kulturmanager und Konzertgestalter, der mit seiner Arbeit den Begriff des Konzertdesigns geprägt hat, warum sich in der Konzertkultur der klassischen Musik etwas ändern muss.*

# Inhalte neu denken, Strukturen hinterfragen

Das Gespräch führte Veronika Schuster

**Lieber Herr Uhde, die Menschen lieben klassische Musik, nicht zuletzt zeigt das die wachsende Zahl an Playlists für Klassik bei den Streaming-Diensten. Warum braucht deren Aufführungspraxis dennoch Neues?**

Die Aufführungspraxis der klassischen Musik erodiert und das bereits seit 20 Jahren. Das sieht man etwa an den reduzierten Programmen mit klassischer Musik in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, das sieht man am medialen Verschwinden von Klassikthemen in den Feuilletons, das sieht man am schwindenden Bezug von PolitikerInnen zu den klassischen Kultureinrichtungen – und diese Liste kann man fortsetzen. Unter dem Strich ist Klassik schlicht nicht mehr selbstverständlich im Mainstream verankert. Und dieser Prozess wird sich ungebremst fortsetzen. Das Konzert, wie wir es kennen, ist als Selbstvergewisserung des aufstrebenden Bürgertums und als Abgrenzung zur höfischen Kultur im 19. Jahrhundert entstanden. Diese Selbstverständlichkeit der klassischen Musik im bildungsbürgerlichen Kontext verschwindet aber zunehmend. Das traditionelle klassische Konzert ist ein Relikt eines schwindenden bürgerlichen Verständnisses, und es macht heute immer weniger Sinn.

Das traditionelle klassische Konzert ist ein Relikt eines schwindenden bürgerlichen Verständnisses und es macht heute immer weniger Sinn.

***In einem etwas älterem Beitrag schreiben Sie „Nicht die Verpackung muss geändert werden, sondern das Konzert selbst.“ Was muss für Sie ein zeitgenössisches Konzertformat sein?***

Es hat sicher sehr viel mit den verfestigten Ritualen von Konzerten zu tun, die sich verflüssigen müssen. Aber es hat auch viel damit zu tun, dass viele Menschen zu klassischen Aufführungsformaten keine Verbindung mehr haben. Dafür gibt es ganz unterschiedliche Gründe: etwa, dass die Menschen immer weniger damit in Berührung kommen, klassische Musik in deren gesellschaftlichen Lebenswelten keine Relevanz hat usw. Ich habe immer wieder die Erfahrung gemacht – auch in meiner Funktion als Dozent an verschiedenen Hochschulen –, dass gerade junge Erwachsene, auch Studierende aus den Kulturwissenschaften, sich vermehrt fragen, was das alles mit ihnen zu tun hat. Und sie fragen das zu Recht. Dabei ist es mitnichten damit getan, vor einem Konzert die Musik zu erklären. Man muss nach anderen Resonanzpunkten suchen, die mit der Gegenwart und dem Leben des potenziellen Publikums zu tun haben. Und das betrifft nicht nur das junge Publikum.

Man muss nach anderen Resonanzpunkten suchen, die mit der Gegenwart und dem Leben des potenziellen Publikums zu tun haben.

***Was sind für Sie dabei wichtige Aspekte um diesen Wandel zu gestalten? Die Musik, das Setting, das Ambiente, die Dramaturgie?***

Am besten alles zusammen und das ganz individuell. Ein Konzert besteht eben nicht nur aus der Musik, die aufgeführt wird. Viele andere Faktoren spielen ebenso eine wichtige Rolle. Das beginnt etwa bei der Stimmung des Publikums. Sind die BesucherInnen gekommen, weil sie sich bewusst das Konzert ausgesucht haben, begleiten sie jemanden, tun diesem einen Gefallen? Es ist nicht selbstverständlich, dass man ein feinsinniges, wohl gestimmtes und versiertes Publikum vor sich hat. Mitunter kann man froh sein, wenn man überhaupt eines hat. Und man muss immer damit beginnen, zu erspüren, wie man dieses für sich gewinnen kann.

***Sie sagen es muss individuell sein, aber im Publikum sitzen 200 Menschen, bei dem jeder sich in seiner eigenen Empfindungswelt befindet. Welche Musik braucht welches Design in Ihrem Sinne, um die von Ihnen erwünschten Reaktionen zu erhalten?***

Ich verstehe Konzertdesign als Optimierungstechnik, um einen Resonanzraum zu gestalten, der der Musik die Möglichkeit gibt, so stark wie möglich zu wirken. Ein Beispiel: Ich habe vor wenigen Wochen in Österreich bei den Montforter Zwsichentönen in Feldkirch – die ich gemeinsam mit Hans-Joachim Gögl leite – eine Matthäus-Passion inszeniert. Wir haben dabei versucht, konsequent Erzählungen von und über Zivilcourage – oder deren Abwesenheit – einzubetten. Die Passions-Erzählung ist aktuell wie nie, da durch Lügen – heute wären es Fake-News – Jesus vehement verleumdet wird. Die hohen Priester suchen nach falschen Zeugen, um ihn anklagen zu können. Gerade die Passions-Geschichte von Bach kann man sehr persönlich erzählen, weil er das genauso angelegt hat. Es geht um die Resonanz im Publikum. Denn es stellen sich immer Fragen an sich selbst: Hätte ich mitgemacht? Wäre ich mitgelaufen? Hätte ich ‚Kreuzigt ihn!‘ mitgebrüllt? Oder hätte ich nachgefragt? Hätte ich den Mut gehabt, öffentlich an dessen Schuld zu zweifeln? Genau diese Fragen haben wir aufgegriffen und MusikerInnen des Konzertes vorab nach deren Erfahrungen befragt. Haben sie eingegriffen, wenn sich jemand in der S-Bahn gestritten hat? Wie haben sie sich gefühlt, wenn eine Situation eskaliert ist? Wie hat sie das im Nachhinein beschäftigt? Auch wenn es ein christlicher Kontext ist, ist das Thema immens präsent und beschäftigt die Menschen tagtäglich. Diese Fragen kann man in den Fokus stellen und die Auseinandersetzung des Publikums damit aufgreifen.

***Also steht am Beginn Ihrer Arbeit die intensive Auseinandersetzung mit dem Inhalt und dessen Bezug zu den Menschen heute: Wie nähern Sie sich dann der Umsetzung?***

Bei der Matthäus-Passion haben wir verschiedene Elemente genutzt. Wir haben etwa mit Video-Installationen gearbeitet und in einer Art Tunnel, dem Zugang zum Konzertsaal, einen Fries aus Talking Heads inszeniert. Wir haben die Kontraste zwischen dem einzelnen Beschuldigten auf der einen und der Masse auf der anderen Seite mit Beleuchtungsmomenten unterstützt. Bei jeder Lüge wurde mit Leuchtschrift das Wort „Lüge!“ eingeblendet, damit sie enttarnt werden. Die Elemente haben den Kern des Inhaltes nochmals unterstrichen. Wir haben das Publikum eingeladen beim Choral „Wenn ich einmal soll scheiden“ mit zu singen, damit sie die Intensität der Geschichte nachvollziehen können. Es waren verschiedene Elemente, die wir miteinander verknüpft haben.

***Die Inszenierungen entwickeln sich also von dem klassischen Format „Konzert“ weg hin zu einem interdisziplinären Projekt?***

Ja, genau das ist es. Ich selbst arbeite sehr gerne mit den verschiedensten künstlerischen Elementen, insbesondere mit installativen und performativen. Es ist ungemein spannend, diese zusammenzubringen. Ganz besonders das Dokumentartheater, das realen Kontext auf faszinierende Art und Weise in eine Inszenierung auf die Bühne bringt, ist eine Inspiration. Nimmt man Konzerte aus ihren „Schutzräumen“ und setzt sie in neue ungewohnte Räume, etwa in den Kontext zur bildenden Kunst, hat das den großen Vorteil, dass die Menschen ohne Erwartungen kommen. Sie sind offen für das Andere.

Nimmt man Konzerte aus ihren „Schutzräumen“ und setzt sie in neue ungewohnte Räume, kommen die Menschen ohne Erwartungen. Sie sind offen für das Andere.

**Welche Reaktionen erhalten Sie auf Ihre Konzerte?**

Es ist natürlich immer ein schmaler Grat. Die Menschen sind aber sehr oft begeistert und gerade jene, bei denen man vorab dachte, dass es sie eher abschrecken würde. Natürlich ist es auch schon passiert, dass Menschen sich an der Aufführung gerieben und schrecklich aufgeregt haben. Aber grundsätzlich kann man Menschen mit Neuem, Unerwartetem nachhaltig begeistern. Und das war auch ein wesentlicher Impuls für mich, mich mit neuen Zugängen zu beschäftigen. Das Erlebte soll die Menschen über das Konzert hinaus beschäftigen. Ich selbst war viel zu oft in Konzerten, an die ich mich schlicht nicht mehr erinnere. Und das ist doch fatal. Ändert der Konzertbetrieb diesen Bezug zum Menschen nicht grundlegend, wird das weder dem Publikum noch der Musik gerecht.

**Was mich überrascht hatte war der Begriff „Design“. Richtet dieser sich in diesem Rahmen nicht doch auch eher an ein Bildungsbürgertum?**

Design beschreibt einen komplexen Gestaltungsprozess. Es herrscht mitunter eher das Missverständnis, dass es lediglich eine bunte Lichtgestaltung meint, eine Bearbeitung der Oberfläche. Der Designbegriff beschreibt aber einen komplizierten Gestaltungsvorgang, bei dem alle gestaltbaren Parameter miteinander in Beziehung gesetzt werden. Es geht um komplexe Prozesse zur Problemlösung: Design is about solving problems. Bei meiner Arbeit ist zu Anfang der Prozess sehr offen. Wir betrachten erst die vorhandenen Parameter, den Inhalt, den Kontext, die

Begriffe, die erwünschten Reaktionen und auch deren Begrenzungen, wie das Musikstück, das Ensemble, den Raum und andere Vorgaben. Man versucht sich das Aktionsfeld zu erschließen, um dann zur Musik selbst vorzustößen. Das ist im Übrigen gerade mit MusikerInnen ein sehr spannender Prozess, denn sie sind es nicht gewohnt, sich nicht zu allererst und ausschließlich mit dem Musikstück zu befassen. Viele MusikerInnen erzählen, dass das auch für sie neue Zugänge zur Musik ermöglicht hat.

***Design versucht immer neue Wege zu gehen, auch Altes neu zu denken. Das funktioniert mit Ihren Ansätzen also sehr gut. Aber Design landet doch dann auch irgendwann bei dem blauen Einrichtungshaus... Wie versuchen Sie bei Ihrer Arbeit, auch Ihre eigenen Wege nicht einzufahren?***

Das versucht man, und man wünscht sich natürlich, dass es niemals passiert. Ich selbst habe am meisten Spaß, wenn ich mich neuen Herausforderungen stelle. Das ist sicher eine gute Voraussetzung. Im Moment bin zum Beispiel intensiv in Fragen des Community-Buildings unterwegs. Ein ganz neues Themenfeld für mich. Dabei geht es darum, das Publikum noch viel weiter zu denken, es geht um wirkliche Partizipation ohne „frontale“ Erklärstrukturen. Und solche Prozesse sind sehr komplex, aufwändig, anstrengend und kosten viel Zeit. Aber es ist dafür ungemein spannend.

Es gibt immer noch unfassbar viel Verleugnung und Verdrängung der Realität.

***Ich will nochmals den Beginn unseres Gesprächs aufgreifen und auf den Punkt eingehen, dass man schon seit 20 Jahren eigentlich weiß, dass der Kulturbetrieb der „Klassischen Musik“ erodiert. Warum tut sich nichts? Oder passiert doch was?***

Natürlich tut sich an vielen Stellen sehr viel. Aber es gibt immer noch unfassbar viel Verleugnung und Verdrängung der Realität. Einige große Konzertsäle und Festivals boomen, die Elbphilharmonie zeigt es. Das ist Gelegenheit genug, Bedenken vom Tisch zu wischen. Aber nicht ohne Grund treffen Kultursociologen ihre Prognosen, sie begründen diese auf Zahlen und Daten, die irgendwann nicht mehr zu verleugnen sind. Und hört man genau hin, ist es interessant, wie viele Kulturschaffende in der Öffentlichkeit ein ganz anderes Bild zeichnen, als es das dann im

privaten Rahmen der Fall ist. Auch und gerade junge MusikerInnen, die weltweit unterwegs sind, schildern öffentlich sehr deutlich wie drastisch die Situation und vor allem die Altersstruktur sind. Und sie ernten direkt erbitterten Widerstand. Ich selbst konnte das bei einer Podiumsdiskussion erleben. Es herrscht einfach die Angst davor, Dinge grundsätzlich zu hinterfragen, denn es könnte ja anderes ebenso infrage gestellt werden und im nächsten Schritt würden vielleicht die Mittel angegriffen werden. Doch das würde ohnehin passieren, wenn das Publikum weiterhin radikal schrumpft. Mir geht es nicht darum, das klassische Konzert abzuschaffen. Es geht mir um eine intensive Diversifizierung des Angebotes. Und dabei muss endlich mutiger gedacht werden.



Foto: Jim Rakete

**Folkert Uhde** ist Kulturmanager und Konzertgestalter. 2006 gründete mit Jochen Sandig das RADIALSYSTEM V als „New Space for the Arts“ in Berlin. Seit 2012 arbeitet er als Konzertdesigner und u.a. entwickelte er zusammen mit Hans-Joachim Gögl für das Monforthaus das neuartige Format „Zwischentöne“. Zudem ist er Intendant der Köthener Bachfesttage. Mehr unter: [www.folkertuhde.de](http://www.folkertuhde.de)

Anzeige

KULTUR MANAGEMENT NETWORK  
WHATSPAPP NEWSLETTER

Jetzt kostenfrei abonnieren!

NEU

# Viele Innovationen, mehr Wettbewerb

## Die Klassik in der digitalen Revolution der Musikindustrie

*Ein Beitrag von Peter Tschmuck*

Die Digitalisierung hat mit ihren technologischen und Geschäftsmodell-Innovationen die phonografische Industrie sehr früh erfasst und ihr disruptives Potenzial entfaltet (siehe dazu Christensen 1997). Stand bis zum Millennium der Tonträger noch im Zentrum des Wertschöpfungsnetzwerks, so wurden im Laufe der digitalen Revolution die Musikschaaffenden zum Ausgangspunkt der ökonomischen Wertgenerierung (siehe Abbildung 1).

Während im Tonträger-Paradigma die Plattenfirma bzw. das Label die Kontrolle über die gesamte Wertschöpfung vom Artist & Repertoire (A&R) über die Produktion/Herstellung bis hin zu Marketing und Vertrieb ausübte, ermöglichte die Digitalisierung den Musikschaaffenden die Produktion, die Vermarktung und die Distribution der Musik in die eigenen Hände zu nehmen. Während es vor 2000 fast unmöglich war, eine Tonträgerproduktion ohne die finanziellen Vorleistungen eines Labels durchzuführen, erlauben heutzutage Instrumente wie das Crowdfunding den MusikerInnen eine Musikproduktion zu finanzieren, die durch die digitale Technologie so kostengünstig wie noch nie ist. Heute reichen ein Laptop und entsprechendes Aufnahmeequipment aus, um quasi im Wohnzimmer eine Musikaufnahme durchzuführen.

Instrumente wie Crowdfunding erlauben den MusikerInnen eine Musikproduktion zu finanzieren, die durch die digitale Technologie so kostengünstig wie noch nie ist.

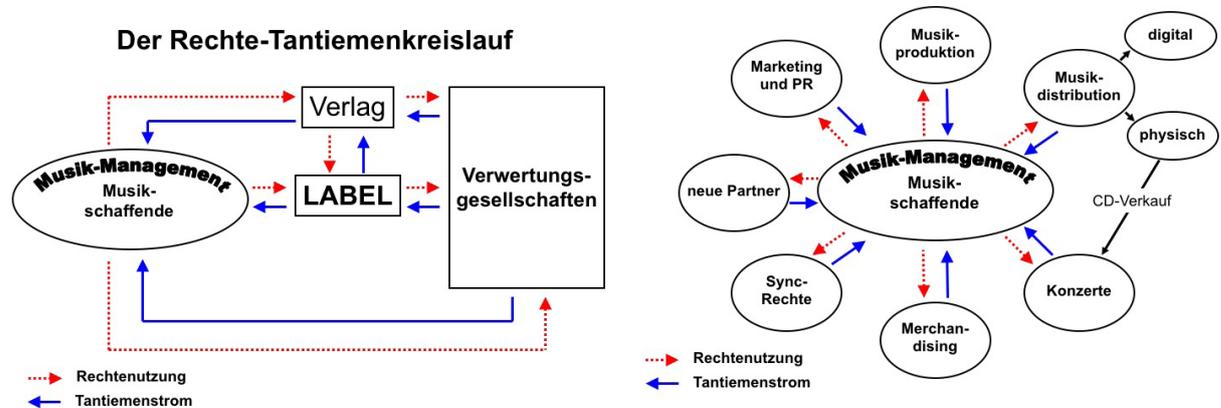


Abbildung 1: Das Wertschöpfungsnetzwerk in der Musikindustrie vor und nach der digitalen Revolution. Quelle: Tschmuck (2013: 288 und 290).

Allerdings haben dabei Musikgenres wie z.B. Electronic Dance Music (EDM) einen Vorteil, da sie direkt über digitale Endgeräte produziert werden können. Der Laptop ist gleichsam das Musikinstrument. Klassische Musik hat dabei den Nachteil, dass die Interpretation meist noch über analoge Instrumente erfolgt, auch wenn es bereits zahlreiche Orchester-Samplebibliotheken wie z.B. die Vienna Symphonic Library gibt. Dennoch erfordern Orchester- und Opernproduktionen immer noch größere Investments, die in der Popmusik nicht mehr nötig sind.

## Neue Vertriebswege haben den Markt aufgerollt – auch für die klassische Musik

Da die Relevanz, unbedingt einen Tonträger zu produzieren, im Laufe der digitalen Revolution abgenommen hat, ist der physische Vertriebsweg nicht mehr obligatorisch. Stattdessen können Muskschaffende mithilfe digitaler Musikvertriebe wie Believe Digital, The Orchard oder Rebeat die von ihnen produzierten Musiktracks direkt in Download- und Streamingplattformen einstellen, was eine weltweite Präsenz garantiert.

Das Musikstreaming wurde in den letzten Jahren zur wichtigsten Einnahmequelle in der phonografischen Industrie. In Deutschland sind die Einnahmen aus dem Musikstreaming mit einem Marktanteil von 46,4 Prozent erstmals höher als die kombinierten Umsätze von Downloads und CDs (BVMI 2019: 7). Damit sind aber auch Herausforderungen für die Klassikbranche verbunden. Die Klassikfans rekrutieren sich mehrheitlich aus der Generation 50+, die vor allem noch CDs kaufen. Während 2018 in Deutschland 78 Prozent der Klassik-KäuferInnen älter als 50 Jahre sind, liegt der Anteil der unter 30-Jährigen bei lediglich 2 Prozent (BVMI 2019: 31). In der Gruppe der CD-KäuferInnen sind die über 50-Jährigen mit

einem Anteil von 48 Prozent stark überrepräsentiert, während die gleiche Altersgruppe bei Bezahl-Musikstreaming mit 20 Prozent klar unterrepräsentiert ist (BMVI 2019: 32-33).

Instrumente wie Crowdfunding erlauben den MusikerInnen eine Musikproduktion zu finanzieren, die durch die digitale Technologie so kostengünstig wie noch nie ist.

### Auf der Suche nach passenden Konzepten für Streamingangebote

Insgesamt ist der Klassikmusik-Markt in Deutschland mit einem Umsatzvolumen von 42 Millionen Euro und einem Marktanteil von 2,5 Prozent wirtschaftlich wenig relevant und ist im Vergleich zum Vorjahr um 24 Prozent geschrumpft, was wiederum auf den Rückgang der CD-Umsätze zurückzuführen ist, die aber immer noch für mehr als 80 Prozent des Klassikumsatzes verantwortlich sind (BMVI 2019: 12). Das liegt zum einen daran, dass die Generation 50+ nicht zu den Digital Natives zählt, andererseits aber auch, dass es noch wenig Klassik-Streamingdienste gibt. Zwar gibt es mit Qobuz und Tidal Streaming-Anbieter, die Musik in sehr hoher Qualität jenseits der üblichen 320 kbps, was für KlassikhörerInnen ein wichtiges Feature ist, allerdings muss Klassik in einem Ozean von Musik erst einmal gefunden werden. Das in Hong Kong ansässige Label Naxos bietet mit der Naxos Music Library eines der ältesten Streaming-Webportale für klassische Musik, das 2004 online gegangen ist. Auch wenn der Katalog mehr als 2 Millionen Tracks umfasst, der sich von Naxos und 800 weiteren Independent-Labels speist, sind die Klassikkataloge der Major-Labels – Deutsche Grammophon, Decca, Sony Classical, Warner Classics, Teldec – nur auszugsweise verfügbar. Zudem liegen die Preise für ein Monatsabonnement mit 20,40 Euro für Standard-Audioqualität und 30,60 Euro für Premium-Qualität deutlich über den üblichen 9,99 Euro anderer Streaming-Anbieter. In diesem Marktsegment ist seit 2015 der Klassikmusik-Streamingdienst Idagio aktiv. Das Berliner Startup bietet einen umfassenden Klassik-Katalog von mehr als 40 Millionen Titel aller Major-Labels sowie von rund tausend Indie-Labels (z.B. Harmonia Mundi und ECM) an, der in CD-Qualität zu 9,99 Euro monatlich gestreamt werden kann. Das klassische Musikrepertoire wird dabei nicht wie bei Spotify

oder Deezer nach Tracks, sondern nach Werken geordnet, wodurch ein Vergleich zwischen verschiedenen Interpretationen leichter möglich wird (siehe auch Beitrag Martin Lücke, Seite 11).

## Finanzierungsdruck von MusikerInnen wächst

Das Musikstreaming mit seinen bescheidenen Tantiemenauszahlungen hat dazu beigetragen, dass Klassik-MusikerInnen noch stärker auf Live-Auftritte angewiesen sind. Konzerte sind mittlerweile auch der wichtigste Vertriebsweg für CDs geworden, die immer öfter als Merchandising-Produkt fungieren. Allerdings setzen sich auch im Konzert- und Opernbusiness neue Technologien durch, wie die Digital Concert Hall der Berliner Philharmoniker oder diverse Streamingangebote von Opern- und Konzerthäuser, beispielsweise der Wiener Staatsoper, belegen. So stellt z.B. die von Wien aus operierende Online-Plattform Fidelio Klassikproduktionen des ORF in bester Bild- und Tonqualität über diverse Endgeräte zur Verfügung.

Auch in die Klassik hat Social Media schon längst Einzug gehalten. Es ist unumgänglich mit den Fans Kontakt zu halten.

Der Konkurrenzdruck für MusikerInnen im Klassikmarkt hat sich sowohl in der phonografischen Industrie als auch im Live-Business intensiviert, was wiederum zu einer Intensivierung der Marketingaktivitäten über Social-Media-Kanäle geführt hat. Heutzutage ist es unumgänglich mit den Fans über Facebook, Instagram und Twitter Kontakt zu halten und einen YouTube-Kanal zu betreiben. Auch in die Klassik hat Social Media schon längst Einzug gehalten. So gelang es der russisch-ukrainischen Pianistin Valentina Lisitsa ihre stagnierende Karriere mit der Produktion von YouTube-Videos – das erste hat sie im April 2007 hochgeladen – in Schwung zu bringen. Ihr YouTube-Kanal bietet derzeit mehr als 369 Videos und weist fast 530.000 AbonnentInnen auf. Der Durchbruch als YouTube-Star ermöglichte es ihr, die Londoner Royal Albert Hall zu mieten, um am 19. Juni 2012 vor ausverkauftem Haus ein Konzert zu geben. Seit 2012 ist die Künstlerin bei Decca Records unter Vertrag, wo nicht nur der Live-Mitschnitt des Konzerts veröffentlicht wurde, sondern mittlerweile bereits weitere acht Alben erschienen sind.

## Zwischen Innovationen und steigendem Wettbewerb

Die digitale Revolution hat technologische und Geschäftsmodell-Innovationen ermöglicht, die die Markteintrittsbarrieren in die Musikindustrie verringert haben. Gleichzeitig hat sich aber der Wettbewerb am Markt intensiviert und es ist nötig, viel Zeit und auch finanzielle Mittel in die Generierung von Aufmerksamkeit zu investieren. Zwar ist es KünstlerInnen heutzutage grundsätzlich möglich, sich ohne Label, Verlag und Agentur eine Karriere aufzubauen, aber ab einem bestimmten Erfolgslevel ist die Zusammenarbeit mit Intermediären weiterhin vonnöten. Außerdem ist es nicht mehr so wie früher möglich, von einer Einkommensquelle allein den Lebensunterhalt zu bestreiten. Klassische MusikerInnen müssen daher neben dem Konzertbusiness auch den phonografischen Markt und vor allem die Streaming-Angebote im Auge behalten, weil dadurch wertvolle Promotioneffekte ausgehen, die wiederum über Social Media-Kanäle verstärkt werden können. Zudem dürfen auch die traditionellen Medien wie Radio und TV nicht vernachlässigt werden, da diese immer noch – speziell für das Klassikpublikum – wichtige Informationskanäle sind.

Wenn Klassik überleben soll, dann muss es gelingen, Internet-affinen Generationen für dieses Genre zu begeistern und über neue Konzertformate, Streaming-Angebote und Social Media-Aktivitäten nachhaltig zu binden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Klassikbranche noch am Weg in die Musikstreaming-Ökonomie ist und erst lernen muss die neuen technologischen Möglichkeiten zu nutzen. Wenn Klassik überleben soll, dann muss es gelingen, die jetzt noch jüngeren, Internet-affinen Generationen für dieses Genre zu begeistern und über neue Konzertformate, Streamingangebote und Social Media-Aktivitäten nachhaltig zu binden.

### LITERATUR

**BVMI, 2019**, *Musikindustrie in Zahlen 2018*. Berlin: Bundesverband Musikindustrie.

**Christensen, Clayton M., 1997**, *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*, Boston: Harvard Business School Press.

**Tschmuck, Peter, 2013**, „Das 360°-Musikschaffen im Wertschöpfungsnetzwerk der Musikindustrie“, in Bastian Lange, Hans-Joachim Bürkner und Elke Schüssler (Hg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft*, S. 285–316, Bielefeld: transcript.



**Prof. Dr. Peter Tschmuck** ist Leiter des Instituts für Kulturmanagement und Gender Studies (IKM) an der Universität für Musik und Darstellende Kunst Wien. Er ist u.a. Gründungspräsident der International Music Business Research Association (IMBRA) und befasst sich mitunter mit Musikwirtschaftsforschung, der Ökonomie des Urheberrechts/Copyrights, der Kulturbetriebsforschung sowie Kunst- und Kulturökonomik.



Anzeige

**Aufbruch**  
nach  
**Europa**  
7./8. November  
UNESCO-Welterbe  
Zollverein  
**11. Kultur  
Invest!  
Kongress**  
[www.kulturmarken.de](http://www.kulturmarken.de)

# Was braucht die Klassikszene von heute?

Classical:NEXT – vernetzt mehr Möglichkeiten entwickeln

*Ein Beitrag von Aliena Haig und Fabienne Krause*

Das digitale Zeitalter macht es einfacher auf dem aktuellsten Stand zu bleiben und weltweite Trends und Entwicklungen zu verfolgen. Es ermöglicht internationale Konversationen, kulturell übergreifende Dialoge und transkontinentalen Austausch. Als verbindendes Element einer Gruppe mit der gleichen Passion, das Genre Klassik voranzutreiben, hat die Musik ungemeines Potential genau dieses auch zu schaffen. Dennoch scheint sie in mancher Hinsicht hinter ihrem Potential zurückzubleiben, obwohl sie hier eine Vorreiterrolle einnehmen könnte. Als Spiegel der umgebenden Umwelt und Gesellschaft kann Musik sowohl ein Katalysator für Veränderung sein, als auch von den Veränderungen der sie umgebenden Gesellschaft profitieren. In der Welt der Kunst- und klassischen Musik gibt es dennoch immer wieder den Verdacht der Stagnation und eines Widerstands hinsichtlich Veränderung.

In der Welt der Kunst- und klassischen Musik gibt es dennoch immer wieder den Verdacht der Stagnation und eines Widerstands hinsichtlich Veränderung.

Sofern Musik ein Spiegel der heutigen Gesellschaft ist, braucht sie das Netzwerk in dem sie eingebettet ist, um selbst modern zu sein. Es bedarf eines Verständnisses darüber, wie das sie umgebende Netzwerk funktioniert und somit die Erkenntnis eines größeren Zusammenhangs.

Damit das Netzwerk kontinuierlichen Wandel und Weiterentwicklung annimmt, müssen Veränderungen und die damit verbundenen Auswirkungen erkannt, erklärt, verstanden und letztendlich ausgesprochen werden. Darüber hinaus bedarf es aber auch einer Interaktion, die das Digitale nicht bieten kann: Ein persönliches Zusammentreffen von RepräsentantInnen verschiedenster Musik-Sektoren, um Verbindungen zu knüpfen und zu stärken, als auch die wesentliche menschliche Seite der Musik und des Musikschaffens.

Damit das Netzwerk kontinuierlichen Wandel und Weiterentwicklung annimmt, müssen Veränderungen und die damit verbundenen Auswirkungen erkannt, erklärt, verstanden und letztendlich ausgesprochen werden.

## Netzwerke entwickeln und fördern

An diesem Punkt kommt Classical:NEXT zum Einsatz: Das internationale Branchentreffen für alle Bereiche der Kunstmusik, bei dem neue künstlerische Formate und Business-Modelle diskutiert und weiterentwickelt werden. Der Fokus liegt dabei auf der Erneuerung des Genres, an der sich die internationalen FachbesucherInnen und ExpertInnen aus allen Ecken der Welt über Diskussionen und Seminare beteiligen, um neue Ideen und Lösungen für die Klassik und Kunstmusik zu entwickeln. Gleichzeitig stärkt Classical:NEXT ein globales Netzwerk, das aus Gleichgesinnten besteht, deren Schaffen sich vorrangig um den Erhalt und die Weiterentwicklung dieses Genres dreht.

Die diesjährige Ausgabe von Classical:NEXT hat erneut bestätigt, dass es weiterhin viele Herausforderungen innerhalb der Musikindustrie gibt und beleuchtete einige der einschlägigsten Belange der Gegenwart: Digitalisierung, Gleichstellung der Geschlechter, Zugänglichkeit, Innovation, Inklusion und Vielfalt. Diese und weitere Themen wurden in verschiedensten Formaten innerhalb der Konferenz, in Form von interaktiven Workshops, Seminaren, Kurzpräsentation und Netzwerktreffen, als auch in Form von unkonventionellen Konzerten, bis hin zu Ausstellern und Ständen innerhalb der Expo diskutiert und vorgestellt.

## Für die Zukunft fit machen

Das Motto der Classical:NEXT in diesem Jahr lautete „21st Century Polyphony: More Voices, Greater Symphonies“ um denjenigen eine Stimme zu verleihen, die häufig nicht gehört werden und unterrepräsentiert sind, sei es in Bezug auf Führungspositionen, auf dem Podium, der Bühne oder im Publikum – Classical:NEXT stellt neue Kombinationen, Ideen, Denkansätze und Methoden vor, um die nächsten Schritte zu initiieren. Dieses Jahr gab es Themenschwerpunkt, die bislang eher im Hintergrund der heutigen Diskussionen innerhalb der Musikindustrie liegen. Dazu gehörte die erstmalig organisierte Vorkonferenz mit Themen der Musikhochschulbildung, die sich um die Notwendigkeit eines positiven Wandels drehte und Instrumente, Schritte und explizite Methoden vorstellte, um diesen Wandel praktisch anwendbar zu machen. Dabei ging es auch darum, eine neue Generation von Professionellen in bestmöglicher Form auf die Zukunft vorzubereiten.

Das Netzwerktreffen für mittelgroße Ensembles und Orchester ermöglichte den Austausch von Erfahrungen von Ensembles, die mit einer Anzahl zwischen 10 und 35 MusikerInnen ganz anderen Herausforderungen gegenüber stehen, als größere Symphonie-Orchester. Die Themen dieser mittelgroßen Organisationen drehen sich dabei um selbstständige MusikerInnen, die besonderen Anforderungen gegenüber stehen im Vergleich zu kleineren Ensembles oder gar Symphonie-Orchestern. Themen wie Förderstrukturen, internationales Touring, soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit wurden in diesem Zusammenhang ausgiebig diskutiert.

Selbstständigkeit generell scheint eine wachsende Tendenz zu sein und es ist eine erhebliche Zunahme von selbstständigen MusikerInnen und Professionellen innerhalb der Musikindustrie zu beobachten. Natürlich stehen gerade dieser Berufsgruppe viele Hürden im Weg. Daher hat dieses Jahr Classical:NEXT mit der Session „Freelancer DIY Exchange“ zum ersten Mal den Selbstständigen eine Plattform innerhalb der Konferenz geboten, um dieses Thema sichtbar zu machen und den TeilnehmerInnen einen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen. Dabei wurden Bedenken vorgebracht, Probleme angesprochen, aus individuellen Erfahrungen gelernt und ein neues Netzwerk für Selbstständige geschaffen.

## Viel zu tun für eine echte Gleichstellung

Frauen bilden nach wie vor eine der größten marginalisierten Gruppen innerhalb der Musikindustrie. Dirigentinnen sind prozentual gesehen immer noch im einstelligen Bereich, sie haben es weltweit schwer bei namhaften Orchestern die Dirigentinnen-Position einzunehmen und werden selten von internationalen Agenturen vertreten. Mit dem bei Classical:NEXT zum ersten Mal vorgestellten Format „Women in Music Breakfast“, das vom britischen Southbank Centre geleitet wurde, wurde das Thema der Geschlechter-Gleichstellung angegangen und Erfahrungen, Provokationen, Motivationen und spezielle Initiativen ausgetauscht, um einen Wandel anzustreben. Zudem gab es mehrere Konferenzen zu diesem Thema, bspw. wie eine Gleichstellung auf dem Podium erreicht werden kann, sei es für Künstlerinnen, Komponistinnen, Managerinnen, Label-Vertreterinnen, Journalistinnen, Lehrerinnen oder Zuhörerinnen.

Frauen bilden nach wie vor eine der größten marginalisierten Gruppen innerhalb der Musikindustrie.

Auch wurde dieses Thema beim diesjährigen Innovation-Award auf der Classical:NEXT hervorgehoben. Dadurch wurden die weltweit innovativsten Aktivitäten ins Rampenlicht gestellt, die von Frauen initiiert oder geleitet werden. In der engeren Auswahl der insgesamt 37 nominierten Projekte aus 26 Ländern standen Projekte und Institutionen aus Brasilien, Chile, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Südafrika, Spanien, Großbritannien und den USA, die nicht nur deren Vertreterinnen in der Vordergrund rückten, sondern auch deren Communities, die weltweit häufig zu den unterrepräsentierten Gruppen gehören und für positiven Wandel stehen. Die diesjährigen Gewinner sind:

- > Keychange – PRS Foundation (UK)
- > Umculo (South Africa)
- > Resonancia Feminina (Chile)

Bei einer Veranstaltung, die die Aufmerksamkeit auf Innovation lenkt, darf auch die Musik selbst nicht fehlen. Die bei der Classical:NEXT 2019 vorgestellten Konzerte bewiesen wieder erfolgreiche Beispiele unkonventioneller „Showcases“, die sich durch außergewöhnliche Instrumente,

Formate und Performances auszeichneten. Um nur einige Beispiele zu nennen: The Hermes Experiment, ein britisches Quartett mit Gesang, Klarinette, Harfe, Kontrabass; Ensemble Hope aus Frankreich, die sich an zeitgenössischer elektro-akustischer Technologie ausprobierten und ihr eigens gebautes Instrument „Euphones“ vorstellten; die energetische Pianistin Sonya Lifschitz (Ukraine), die das Werk des Australischen Komponisten Robert Davidson aus gemeinsamer Kooperation präsentierte, das Film, Animation, Spoken Word, Visual Art und Performance Kunst verbindet; Tricia Dawn Williams aus Malta kombinierte Bewegungs-Technologie, Video-Kunst, elektronische Musik und ausgefeilte Klavier-Techniken; der aus Hong Kong stammende Komponist, Programmierer und Elektronik-Künstler GayBird Leung beeindruckte zusammen mit dem Zephyr Quartet aus Australien, indem er die musikalische Erfahrung mit interdisziplinären Elementen erweiterte. Nicht zuletzt ist auch das beliebte „Club Showcase“ Format von der Classical:NEXT nicht mehr wegzudenken, bei dem sich Klassik DJs und Ensembles abwechseln, um die Grenzen der Klassik mit Elementen der Club-Musik aufzubrechen und zu erweitern.

Alle sitzen im gleichen Boot und kämpfen mit den gleichen Hürden. Der Unterschied besteht nur darin, wie weit die einzelnen Vertreter bereits gekommen sind um Lösungen für das Genre zu finden.

Was jedes Jahr auf ein Neues den FachbesucherInnen aus rund 45 Ländern und verschiedensten Sektoren klar wird: Alle sitzen im gleichen Boot und kämpfen mit den gleichen Hürden. Der Unterschied besteht nur darin, wie weit die einzelnen VertreterInnen bereits gekommen sind

**CLASSICAL:NEXT – DAS INTERNATIONALE FACHFORUM FÜR ALLE BEREICHE DER KLASSIK-BRANCHE**

Nächster Termin: Classical:NEXT 13–16 Mai 2020, de Doelen, Rotterdam, Niederlande

Weitere Informationen:  
[www.classicalnext.com](http://www.classicalnext.com)

um Lösungen für das Genre zu finden. Darum ist es umso wichtiger, den FachbesucherInnen diese Plattform und Austauschmöglichkeit zu bieten, damit Ansätze, zugeschnittene Praktiken und Lösungen umso schneller für einen positiven Wandel sorgen.

So wie die Musik uns hilft zu kommunizieren und uns auszutauschen, sind Kommunikation und Austausch ebenso wesentlich für die Zukunft der Musik. Wie ein Fachbesucher bemerkte: „Je mehr wir global vernetzt sind, desto bessere Musik machen wir.“



**Fabienne Krause** ist General Manager der Classical:NEXT. Seit der ersten Ausgabe im Jahr 2012 war sie maßgeblich für die Entwicklung dieser Netzwerkveranstaltung verantwortlich. Fabienne Krause gehört seit 2009 zum Team von Piranha Arts, einer unabhängigen Berliner Kreativfirma. Sie schloss ihr Magisterstudium der Musikwissenschaft, Philosophie und Soziologie an der Humboldt-Universität unter Hermann Danuser ab.



**Aliena Haig** hat an der Newcastle University Musik studiert mit den Schwerpunkten Dirigieren und Komposition. Sie gründete ihre eigene Radiostation in den Alpen, bevor sie in die Wüste zog, um als englischsprachige Produzentin für Al Jazeera in Doha zu arbeiten. Nach ihrem Masterstudium für internationale Veranstaltungen und Kulturelle Diplomatie ist sie nun als PR- und Kommunikationsmanagerin für Classical:NEXT tätig.

# Potenziale ja, Kunst nein

***KI wird auch in der Musik immer mehr eine Rolle spielen. Aber sind Computer die besseren Komponisten? Und wird Künstliche Intelligenz die menschlichen Interpreten verdrängen? Claudia Janet Birkholz, Dozentin für Klavier und Neue Musik, sieht hier keine Gefahr.<sup>1</sup>***

*Ein Kommentar von Claudia Janet Birkholz*

Als aufgeschlossene und neugierige Pianistin und Dozentin für Klavier und zeitgenössische bzw. Neue Musik an der Hochschule für Künste in Bremen beschäftige ich mich beruflich und privat mit den neuesten Entwicklungen rund um Musik - so auch in letzter Zeit immer mehr mit dem Thema der Künstlichen Intelligenz (KI) in der Musik. Um Themen unserer Zeit mit der Musik unserer Zeit zu verknüpfen, live zu präsentieren und damit greifbar zu machen, habe ich 2015 die Gesprächskonzertreihe „Let’s talk music“ in Bremen ins Leben gerufen. Gäste aus verschiedenen Bereichen der Wissenschaft, der Neurologie, der Musikpsychologie und der Künstlichen Intelligenz sind dort vertreten und kommen mit dem Publikum in angeregte Gespräche.

Die Musik des 20. und 21. Jahrhunderts ist meine Leidenschaft und ich versuche, sie in meinen Konzerten an mein Publikum und in meinem Unterricht an meine Studierenden weiterzugeben. Dabei erweitert mein Interesse für neue Entwicklungen aus Forschung und Wissenschaft fortwährend diesen Erfahrungsschatz, den ich mir in jahrelanger Arbeit erworben habe. Ich kann daher gleichermaßen aus dem Erfahrungsschatz einer Dozentin und Musikerin sprechen, wenn es um Künstliche Intelligenz in der Musik geht.

## Menschliche und Künstliche Intelligenz

Die menschliche Intelligenz betrifft viele Eigenschaften: die eigene Wahrnehmung, Entscheidungen fällen, motorische Handlungen durchführen und Strategien verfolgen.

<sup>1</sup> Der Kommentar erschien  
zuerst auf [www.pcwelt.de](http://www.pcwelt.de)

Die Künstliche Intelligenz versucht, die menschliche mittels Computerprogrammen oder Robotern zu simulieren. Vor einigen Jahren war sie nur in bizarren Geschichten zu finden. Heute ist sie jedoch längst allgegenwärtig. Nun verfügt beinahe jeder Mensch, der ein Smartphone besitzt, über KI. Als Beispiel wäre hier Siri (iPhone) zu nennen, welches eine sogenannte Narrow-AI-Technologie darstellt. Es handelt sich dabei um ein System, das einzelne vorgegebene Aufgaben lösen soll. Darüber hinaus nutzen sehr viele Menschen bereits sogenannte Chat Bots wie Amazon Echo – besser bekannt als „Alexa“ –, die Lieblingslieder spielen oder auch eine Pizza bestellen kann. KI beeinflusst und bereichert also schon jetzt unseren Alltag. Das, was alle KI-Systeme gemeinsam haben, sind Algorithmen, die Daten interpretieren und dadurch Muster erkennen und Regeln erlernen.

Künstliche Intelligenz beeinflusst und bereichert schon jetzt unseren Alltag.

Wenn ein Programm also anhand von Beispielen selbstständig lernt und dabei Lösungen entwickelt, nennt man das „Machine Learning“ (maschinelles Lernen). Die aktuell komplexeste Variante dieses Verfahrens ist das „Deep Learning“ (tiefgehendes Lernen). Maschinen wie Handys können auf diese Weise erlernen, auf Fotos Gesichter oder Tiere zu erkennen. Nachdem das Programm mit zahlreichen Bildern gefüttert wurde, sucht es nach gemeinsamen Variablen und Gesetzmäßigkeiten, um ein Muster zu finden. Durch ständiges Feedback, ob Entscheidungen kontinuierlich richtig getroffen werden, können Muster weiter optimiert und verfeinert werden. Je mehr Daten das System verwertet, desto zuverlässiger wird es.

Tagtäglich füttert jeder von uns die schier unendlichen Datenmassen im Netz. Unsere Fußspuren in der digitalen Welt liefern den Unternehmen Informationen zur Verbesserung oder Erarbeitung ihrer Systeme. Jede Google-Suche, jeder Klick und jede Anwendung einer App ergänzt die globale Datenmenge. In Zukunft wird Künstliche Intelligenz nicht nur im Internet oder beim autonomen Fahren wegweisend sein, sondern auch eine entscheidende Rolle in der Musik übernehmen.

## Künstliche Intelligenz in der Musik

Wenn man Universitäten betrachtet, so beschäftigt sich fast jede mit KI. Die Kombination von ihr mit Musik ist nichts Außergewöhnliches mehr. Sie wird schon seit 30 Jahren erforscht. KI-Systeme in der Musik können auf verschiedenen Ansätzen beruhen. Der bekannteste Ansatz ist die Rekombination von Mustern. Musik-Professor David Cope ist einer der Pioniere von KI in der Musik, der die Rekombination von Mustern ab dem Jahr 1970 erforscht hat. Er hat die Software „EMI – Experimental Musical Intelligence“ entwickelt.

Die Musik von David Cope beziehungsweise seinem Programm hat mich in Erstaunen versetzt. Die Software kann jedes musikalische Muster erkennen und fortschreiben. Wenn man das System also beispielsweise mit der Musik von Mozart arbeiten lässt, komponiert es Werke, die klingen, als stammten sie von Mozart. Und es funktioniert: Die Stücke lassen vermuten, es handle sich um verschollene Werke der großen Komponisten, die kürzlich erst in einer verstaubten Sammlung geborgen wurden.

Ich selber hatte meine Probleme, die maschinelle Musik von der menschlichen Musik zu unterscheiden.

Ich kann Ihnen sagen: Ich selber hatte meine Probleme, die maschinelle Musik von der menschlichen Musik zu unterscheiden. Der individuelle Stil der Komponisten war absolut überzeugend getroffen. Ich hatte zwar Vermutungen, was von der KI und was vom Komponisten kommt, aber ich konnte es eben nicht mit absoluter Sicherheit sagen. Ich konnte mich aber in die Musik hineinbegeben, sie nachempfinden und sie künstlerisch ausgestalten, so wie ich es bei allen Interpretationen großer Werke mache. Letztendlich hat mir mein Wissen über die Komponisten selbst als auch Hinweise aus den Bereichen der Musiktheorie geholfen, eine klare Zuweisung zu machen. Es waren sekundäre Hinweise wie Pralltriller und zu weite Griffe bei Chopin, die ich so nie gesehen hatte. Dadurch erst wurde klar, dass die Stücke keine Originale waren.

Es gibt drei Phasen nach Cope, um Originalmusik zu komponieren: Die Dekonstruktion schon bestehender Kompositionen, also die Analyse und Separation in verschiedene Teile und rhythmische Strukturen, sowie die

Identifikation von Gemeinsamkeiten und einer Merkmalsstruktur. Der dritte Schritt beschreibt die Rekombination der Teile, die in ein neues Ganzes kombiniert werden.

Sind Computer die besseren Komponisten? Doch wie kann Künstliche Intelligenz die klassische Musik bereichern und ergänzen? Und was bedeutet das für Interpreten in der heutigen Zeit? Computer könnten als Assistenten für Aufführungssituationen von Komponisten dienen wie die Flow Machine von Sony. So ist es zum Beispiel immer noch ein Problem, umfangreiche Partituren zu spielen und dabei die Notenblätter nicht umwenden zu können, weil man mit beiden Händen an den Tasten beschäftigt ist. Wenn der Notentext digitalisiert wäre und ein Computer erkennen würde, wo gerade gespielt wird, könnte der Seitenumbruch exakt im richtigen Moment passieren. Das wäre extrem hilfreich. Auch andere Assistenzsysteme könnte ich mir vorstellen, zum Beispiel bei der Einstudierung komplexer Kammermusik-Werke.

### Künstliche Intelligenz als Ideenpool?

Im Bereich Kreativität bin ich da eher skeptisch. Da ist zur Zeit auch noch nicht ansatzweise etwas wirklich Gutes dabei. Vorstellen kann ich mir aber, dass Künstliche Intelligenz eine Art Ideenpool liefert, aus dem der Mensch/Komponist dann das wählt, was ihm gut genug oder inspirierend genug erscheint, um es weiter auszuarbeiten.

Die Rolle des Interpreten sehe ich momentan überhaupt nicht in Gefahr. Einem Notentext Leben einzuhauchen ist derzeit keiner Künstlichen Intelligenz möglich.

Mir als Dozentin wird oft die Frage gestellt, ob Interpreten sich der Angst stellen müssen, durch Computer ersetzt zu werden. Und dazu sage ich ganz klar: Nein. Die Rolle des Interpreten sehe ich momentan überhaupt nicht in Gefahr. Einem Notentext Leben einzuhauchen ist derzeit keiner Künstlichen Intelligenz möglich. Ebenso wenig schafft es ein Roboter, ein Instrument zu spielen. Ein Musikstück, das nicht von einem Musiker, sondern von einem System (als Midi-File zum Beispiel) gespielt wird, klingt nicht einmal ansatzweise nach erlebter und gefühlter Musik. Solch ein Stück ist also für den Zuhörer unzureichend.

Wir als Zuhörer wollen von Musik berührt werden, sie soll unseren Alltag, unser Leben bereichern und verschönern. Dies sind aus meiner Sicht intrinsische Bewertungsfunktionen, die auch situationsabhängig sind. Es geht dabei um den Grad der wahrgenommenen Kreativität, den Grad der emotionalen Erregung und den Grad der Spannung. Programme haben so etwas nicht und werden sowas meiner Meinung nach auch in naher Zukunft nicht schaffen können.



Foto: Nico Hinrichs Rockstein

**Claudia Janet Birkholz** ist eine gefragte Interpretin für Klaviermusik des 20. und 21. Jahrhunderts sowie Dozentin für Klavier und zeitgenössische Musik an der Hochschule für Künste Bremen.

Anzeige

WIR FINDEN DAS PERSONAL,  
DAS PERFEKT ZU IHNEN PASST.

**KULTUR  
PERSONAL**

WWW.KULTURPERSONAL.DE

*Ist man kein Musikwissenschaftler, wagt man sich kaum an eine Definition, was klassische Musik eigentlich genau ist. Und das nicht ohne Grund. Wir unterhalten uns mit Prof. Dr. Michael Custodis, Professor für Musik der Gegenwart und systematische Musikwissenschaft an der Universität Münster, darüber, was „Klassik“ so alles sein kann und warum die Faszination daran kaum abebbt.*

# Faszination ohne Ende

Das Gespräch führte Veronika Schuster

**Lieber Herr Prof. Dr. Custodis, was wird heute unter dem Begriff „klassischer Musik“ verstanden – stimmt hier der Blick aus der Musikwissenschaft mit dem von „Jedermann/frau“ überein?**

Der Begriff „Klassische Musik“ ist tatsächlich schwer zu beschreiben, da es – wie Sie schon andeuten – unterschiedliche Verständnisarten gibt, die sich mitunter auf verschiedene Weise überlagern. Um einige kurz anzureißen: Wenn man MusikkennnerIn ist und sich dem Wort „klassisch“ nähert, gibt es nicht nur den Begriff der klassischen Musik sondern in diesem Sinne auch klassische Rockmusik, klassischen Pop, klassischen Jazz usw. Das Adjektiv deutet einen historischen Hintergrund an, bei dem Musik aus der Geschichte – auch aus der jüngeren – überliefert ist, die von ihrer Substanz so gereift ist, dass wir uns weiterhin damit beschäftigen, da wir sie als Maßstab heranziehen. Hier ist es dann wie bei Gemälden auch: von Bedeutung ist, ob man einen Blick für Geschichte hat und ob man aus diesem Geschichtsverständnis heraus auf die Kunst trifft. Die Musikindustrie subsumiert unter klassische Musik den ganzen Bereich, der sich aus der europäischen Tradition herleitet und der unterschiedliche Epochen und Stile abbildet. Das kann bis weit in das Mittelalter oder bis in die Gegenwart reichen. Wenn man sich dem Begriff nun aus der Perspektive der Musikwissenschaft nähert, bezeichnet die klassische Musik eine bestimmte Epoche kurz nach der französischen Revolution im Übergang zum 19. Jahrhundert. Aber klassische Musik kann auch als bestimmter Klang verstanden werden, und

bezieht sich dann auf alles was mit Orchesterklängen zu tun hat. Hier öffnet sich ein Fenster etwa zur Filmmusik. Denn man muss beachten, dass viele Menschen diesen Orchesterklang nicht mehr in einem Konzertsaal kennen lernen, sondern via Lautsprecher über Filme und Fernsehen. Man könnte nun bei all diesen Definitionen die Unterschiede, aber auch viele Gemeinsamkeiten herausarbeiten. Sucht man also nach einer Definition für den Begriff der klassischen Musik, geht es immer auch darum, wen man fragt.

Man muss beachten, dass viele Menschen diesen Orchesterklang nicht mehr in einem Konzertsaal kennen lernen, sondern via Lautsprecher über Filme und Fernsehen.

***Bleiben wir erst einmal bei dem historischen Blick: Welche Rolle spielt deren Rezeption in der Gesellschaft? Wer geht dorthin und warum?***

Hier sollte man kulturell und geografisch differenzieren. Denn wichtig dabei ist die Perspektive der Finanzierung: Kulturarbeit kostet Geld. Also müssen wir zuerst die Frage stellen, wie viel diese Kultur der Gesellschaft wert ist. Wir wissen, die Amerikaner haben unheimlich gute Orchester, aber keine öffentliche Subventionen. Sie müssen also ihre Kunst refinanzieren. Das hat Einfluss zum einen etwa auf die Ticketpreise aber zum anderen auch darauf, was gespielt wird. Der Publikumsgeschmack spielt in Nordamerika eine wesentliche Rolle. Da haben es Minderheitsstile oder alternative Formen relativ schwer. Zudem führen die hohen Eintrittspreise dazu, dass das Publikum homogener ist und aus besser verdienenden Gesellschaftsschichten stammt. In Europa haben die Staaten nach dem Zweiten Weltkrieg erkannt, welchen unschätzbaren gesamtgesellschaftlichen Wert Kunst und deren Freiheit haben und unterstützen sie. Dieses öffentlich finanzierte System ermöglicht nun eine enorme Bandbreite an Musikstilen, die aufgeführt werden, und bringt damit auch ein divers zusammengesetztes Publikum mit: Hier gibt es etwa Spezialistenfestivals für Alte Musik und die Avantgarde, Schülerangebote mit didaktischen Schwerpunkten usw. Die Nachfrage nach live gespielter Orchestermusik ist anhaltend groß. Spannend ist die Frage, wie die jeweiligen IntendantInnen und DirigentInnen auf diese Nachfrage reagieren. Es gibt bestimmte Stücke, die das Publikum immer wieder gerne hört, mit denen es rechnet. Das heißt, die Herausforderung für die Orchester ist eine originelle Zusammenstellung, um neue und spannende Bezüge zu anderen Stilen

herzustellen. Hier hat sich in den letzten Jahren viel verändert. Es wird etwa intensiv thematisch gearbeitet, es werden drängende kulturelle und gesellschaftliche Fragen gestellt. Da zeigt sich, dass sich mit historischen Referenzen fantastische Programme erstellen lassen.

**Das ist die Sicht des Kulturbetriebs, hier innovative Programme und Formate über die „allzu bekannten“ Klassiker hinaus zu entwickeln. Gibt es auch Erkenntnisse mit Blick auf das Live-Erlebnis und dessen Bedeutung für das Publikum selbst?**

Der Bedarf am Live-Erlebnis ist unverändert hoch. Die Orchester haben ein anhaltend hohes Niveau erreicht. Und jeder, der jemals ein Konzert erlebt hat, weiß, dass es ein Klang ist, der sich einfach nicht mit technischen Mitteln abbilden lässt. Das kann auch keine der neuen digitalen Möglichkeiten transportieren. Und das ist nicht nur bei der Klassik der Fall, in anderen Musikbereichen ist es nicht anders: Die Musik selbst lässt sich zwar jederzeit per Streaming abrufen. Interessanterweise hat sich aber das Bedürfnis nach dem Live-Erlebnis nicht reduziert. Im Gegenteil! Das Angebot steigt stetig und Live-Konzerte sind sogar ein wichtiger Weg für Künstler geworden, Geld zu verdienen. Die Digitalisierung hat vieles verändert, aber eben nicht das Bedürfnis des Musikerlebens. Was sie aber nachhaltig verändert hat, ist die Publikumsbindung. Hier ist der Popbereich natürlich in Sachen Social Media Vorreiter. Aber auch die Orchester haben viel gelernt und nutzen diese Möglichkeiten.

Die Digitalisierung hat vieles verändert, aber eben nicht das Bedürfnis des Musikerlebens.

**Sie haben es angedeutet, das Publikum liebt bestimmte Stücke und erwartet auch, dass diese immer wieder aufgeführt werden. Gibt es eine Gefahr, dass diese zu „Exponaten“ stilisiert werden, die nur mit Distanz bewundert werden, aber nicht lebendiger Teil des Lebens und der Gesellschaft sind?**

Es ist für MusikwissenschaftlerInnen natürlich faszinierend zu sehen, dass sich bestimmte Musikstücke, auch wenn sie häufig in den Programmen erscheinen, einfach nicht abzunutzen scheinen. Das heißt, irgendetwas ist an diesen Stücken besonders. Die Frage für uns hier ist eher die Intensität der Auseinandersetzung. Wie bei Kunstwerken in Museen gibt es auch in der Musik die Flaneure, die im „Vorbeigehen“ die Kunst genießen, und jene, die das Werk intensiv studieren. Die Absicht, warum man etwas hört, lässt

sich nicht bewerten. Aber diese „Beliebtheit“ bis hin zum Ikonenhaften hat auch dazu geführt, dass viele Werke hohen historischen Ballast aufgeladen bekommen haben. Nehmen Sie Beethovens 9. Sinfonie. Sie hat von Beginn an fasziniert. Diese Faszination hat aber eben auch sehr unangenehme politische Persönlichkeiten, wie Adolf Hitler, auf den Plan gerufen, die diese für ihre ideologischen Zwecke verwendet haben. Auf diese Weise, verändert sich die Funktion dieser Stücke – oder Exponate – in der Musikgeschichte. Sie haben ihre musikalische Bedeutung, nehmen aber auch einen kulturellen, sozialen und eben politischen Platz in der Geschichte ein. Aber die Musikstücke bleiben dort nicht verhaftet. Denn hier kommt ein weiterer Aspekt hinzu, den etwa Gemälde nicht haben: die Tonaufzeichnung. Zum einen verändern HörerInnen ihr Verständnis eines Stücks, je nachdem wann und wie sie das Musikstück „konsumieren“. Zum anderen hat die Vergleichbarkeit von Aufnahmen die Rolle der InterpretInnen verändert, da man nicht nur die Qualität der jeweiligen Interpretation bewertet, sondern diese auch im Vergleich zu anderen Einspielungen hören kann. So bleibt die Musik im Hier und Jetzt, sie verändert sich und wird eben nicht nur zum Exponat.

Musik bleibt im Hier und Jetzt, sie verändert sich und wird eben nicht nur zum Exponat.

***Aber das ist doch sicher nur für eine kleine Zielgruppe von Musikkennern von Relevanz?***

Das mag man meinen. Aber wenn man einen Blick darauf wirft, wie intensiv die Vermarktung im Bereich der klassischen Musik erweitert wurde, wächst hier auch die Kennerschaft in wesentlich größeren Dimensionen. Nehmen Sie allein die Reichweite der großen Orchester im asiatischen Raum. Das kann man mit europäischen Maßstäben kaum erfassen.

***Nehmen wir nochmals die historische Bedeutung und Musealisierung zum Thema: Wissen wir heute noch, dass die Komponisten damals mitunter Avantgarde waren, vielleicht mit ihrer Kunst auch unbequem, aber immer die Innovation vor Augen?***

Die Informationen dazu sind für alle verfügbar, man muss noch nicht einmal in die Bibliothek. Programmhefte im Konzert, Bücher und Aufsätze, vor allem aber auch online leicht verfügbare Quellen erzählen von dieser Innovationskraft, dieser Rebellion. Die Frage ist, ob man es wissen will. Man kann sich vor einen Spitzweg, Dürer, Munch oder Baselitz stellen und

sich einfach an den „Geschichtchen“ erfreuen. Man kann sich aber auch Hintergrundinformationen dazu beschaffen und erfahren, wie viel Ironie und Gesellschaftskritik in die Bilder einfließt. Ebenso kann man dies mit den Komponisten und deren Werken tun. Um das zu wollen, ist sicher der Kontext, indem man die Musik erlebt und ob diese einen emotionalen Pakt, wichtig. Nur so führt es zu mehr Auseinandersetzung mit der Musik selbst. Auch der historische Blick auf den Begriff „Innovation“ spielt eine Rolle, der sich in diesem Verständnis ab der Französischen Aufklärung entwickelt. Erst ab diesem Zeitpunkt hat man den Fortgang der Geschichten nicht mehr nur als Weiterschreiten gesehen, sondern als Fortschreiten im Sinne einer Verbesserung. Wenn man Ende des 19. Jahrhunderts komponierte, wie zu Beginn des Jahrhunderts, wurde man durchaus mit Begriffen wie „Kapellmeistermusik“ und „Epigonentum“ herabgesetzt. Heute ist es die künstlerische Kraft der Interpreten, die aus der Musik die innovativen Momente, die vielleicht vergessen waren, wieder hervorholt. Und auch hier hat sich jede Generation ein eigenes Bild von den Musikstücken gemacht.

Heute ist es die künstlerische Kraft der Interpreten, die aus der Musik die innovativen Momente, die vielleicht vergessen waren, wieder hervorholt.

***Inwieweit nimmt die klassische Musik Einfluss in der zeitgenössischen (ernsten) und populären Musik? Denn gerade Bach gilt ja als eine der Ikonen auch für zeitgenössische Künstler...***

Bach ist in der Tat etwas sehr Spezielles. Denn nach seinem Tod geriet er relativ schnell in Vergessenheit. Die Renaissance seiner Musik begann im frühen 19. Jahrhundert, besonders bekannt ist das Beispiel der wieder aufgeführten Matthäus-Passion durch Felix Mendelssohn. Dies führte zu einem regelrechten Bach-Spezialistentum. Die Gründe sind zum einen klanglicher Natur und zum anderen liegt es an seiner Art zu komponieren. Bach konnte sehr streng konstruieren, ohne dass die Musik ihren Reiz verlor. Deswegen findet man Bach bei Strawinsky ebenso wie im Jazz, im Rock von Emerson, Lake und Palmer oder bei Metal Bands.

***Heißt das, dass Popmusik heute sehr viel mehr ohne Berührungspunkte ist und sich unbefangener aus der klassischen Musik bedient?***

Wenn wir den Beginn der Populärmusik ins frühe 20. Jahrhundert beim frühen Blues und Jazz verorten – also darunter einen Musikstil verste-

hen, der etwas ganz Neues, etwas ganz Anderes macht –, ist es wichtig zu verstehen, dass viele MusikerInnen aus dem Amateurbereich kamen und AutodidaktInnen waren. Es waren begnadete MusikerInnen, aber sie konnten „Populärmusik“ nicht studieren – anders als heute. Das heißt auch, dass sie somit keine akademische Auseinandersetzung mit der Musikgeschichte hatten und einen ganz anderen Blick auf die Musik gewinnen konnten. Und es lag nahe, dass sich die KünstlerInnen die Frage stellten, warum sie sich zwischen Entweder und Oder entscheiden sollten. Sie sahen viel eher die Gemeinsamkeiten. Das führte zu sehr viel mehr Durchlässigkeiten zwischen den Stilen. Diese hermetische Unterscheidung zwischen ernsthafter Musik und Populärmusik löst sich zunehmend auf und beides zu mögen, ist schon lange kein Tabu mehr. Das hängt sicher auch mit den Entwicklungen in der Gesellschaft zusammen. Man begegnet Musik aller Art heute sehr viel häufiger, als das noch vor 30 oder 40 Jahren der Fall war. Der Musikgeschmack konnte sich emanzipieren und man darf heute hören, was einem gefällt. Auch der strikte musikalische „Bildungskanon“, der sich an alten musikalischen Konversationslexika eindrucksvoll nachvollziehen lässt, hat sich aufgelöst. Keine Ahnung zu haben, ist heute kein Ausweis „von mangelnder Bildung“, sondern offenbar in Ordnung. Und ebenso ist es heute eine im hohen Grade individuelle künstlerische Entscheidung, ob und inwieweit Musikstile Einfluss auf die eigene Kunst nehmen.

Diese hermetische Unterscheidung zwischen ernsthafter Musik und Populärmusik löst sich zunehmend auf und beides zu mögen, ist schon lange kein Tabu mehr.

**Wenn wir den Begriff der „klassischen Musik“ etwas ausdehnen auf den von Ihnen bereits genannten Orchesterklang: Welche assoziative Beziehung hat der Begriff klassische Musik bei „neuen“ Richtungen wie der Film- und auch Gamesmusik? Wie lassen diese sich hier verorten?**

Man muss hier zur Filmmusik im frühen 20. Jahrhundert zurückgehen. Gerade die großen Filmstudios haben das neue Medium Film mit den klassischen Mitteln der Orchestermusik verknüpft. Da waren in den 1930er Jahre, speziell in Hollywood, die großen Emigrationswellen deutlich zu spüren. Viele klassisch ausgebildete Komponisten begannen nun fulminante Partituren abzugeben. Das heißt, diese Verbindung von Film und klassischem Orchesterklang hat das Publikum durch den Aufstieg von Hollywood gelernt. Und auch bei Games greift dieses Prinzip „Bild – Orches-

terklang“. Es ging häufig nur darum, wann die technischen Möglichkeiten dies ermöglicht haben. Durch die erweiterten Handlungen von Games lag es nahe, dass man den Orchesterklang, den man ja aus dem Kino kannte, übernahm. Das sind gelernte Hörstrukturen. Dass sich dann im Umkehrschluss Orchester selbst dieser Partituren beliebter Filmmusik bedienen, ist naheliegend. Aber man muss betonen, dass gerade bei Gamesmusik die Komponisten das klassische Komponieren selten gelernt haben, sondern eher aus dem elektronischen Sampling kommen. Das unglaubliche Nuancieren, zu dem ein Orchester in der Lage ist, wird hier selten erreicht.

***Bei Games und Filmen existiert die Musik zudem eher abgekoppelt vom Komponisten ...***

Es gibt schon immer wieder Stars der Filmmusikszene wie Hans Zimmer, Enrico Moricone, John Williams, das sind offensichtlich Komponisten mit Wiedererkennungswert. Aber diese Musik hatte häufig eine begleitende Funktion, sie steht selten für sich alleine und geht deshalb anders mit den Möglichkeiten eines Orchesters um.

***Es wird kein abendfüllendes Konzert eines Games-Komponisten geben?***

Das würde ich so nicht sagen. Dass es ein abendfüllendes Orchesterprogramm mit nur einem Komponisten gibt, ist historisch ein relativ neues Phänomen. Geht man in der Geschichte zurück, waren Konzertabende häufig ein Potpourri aus vielen bekannteren Stücken verschiedener Komponisten. Auch Beethoven lebte von seiner Popularität, auch er musste ganz genau schauen, wie er seinen Anspruch an Innovation in Einklang brachte mit dem populären Musikgeschmack. Das sind ganz alte Fragen, will man das Publikum packen und mitnehmen. Und darum geht es doch – egal, welchen Begriff man von klassischer Musik hat.



***Prof. Dr. Michael Custodis*** ist Professor für Musik der Gegenwart und systematische Musikwissenschaft an der Westfälische Wilhelms-Universität Münster. Seine Forschungsschwerpunkte liegen u.a. in der Musiksoziologie und Musikästhetik, in der Musikgeschichte der nordischen Länder, sowie in den Wechselwirkungen zwischen populärer und klassischer Musik.

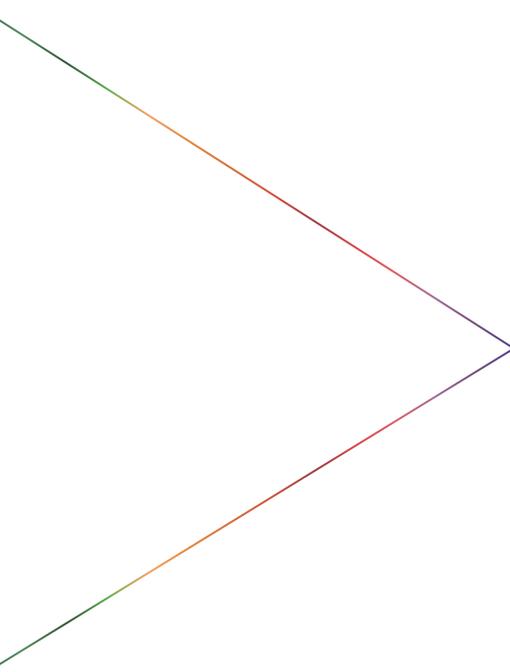
---

# Sichtbar machen, vernetzen, weiterentwickeln

---

## Bürgerschaftliches Engagement für die Kultur

Ein Beitrag von Ulrike Petzold und Jutta Dette



Ob Theater oder Museum, Dorfkirche oder historische Wohnsiedlung, Klassik oder Popmusik – Kultur wird heute mehr denn je von bürgerschaftlichem Engagement getragen. Rund 10.000 Kulturfördervereine bundesweit tragen mit den Spenden und konkreten ehrenamtlichen Tätigkeiten ihrer Mitglieder zur Vielfalt der Kultur in Deutschland bei. Ihre finanzielle Förderung ermöglicht zum Beispiel den Erwerb von kulturhistorisch bedeutenden Objekten, die Anschaffung von Audioguides, Publikationen, Preisvergaben, die Förderung des künstlerischen Nachwuchses und die Sanierung ganzer Bauwerke.

Und damit nicht genug. Eine Besonderheit der Kulturfördervereine ist neben dem Engagement ihrer Mitglieder für die Kultur ihre integrative Dynamik. Denn die ideellen Förderziele<sup>1</sup> bauen auf persönlichen und beruflichen Stärken der Vereinsmitglieder auf – so beispielsweise durch die Hilfe eines Agenturchefs bei der Publikumsgewinnung, eines Bauunternehmers beim Umbau eines Theaters, eines Juristen oder Bankers bei Verwaltungsfragen. Durch die bunte Mischung von Kompetenzen können Synergien entstehen, die sich positiv auf die geförderte Institution und die Gesellschaft auswirken. Kulturfördervereine fördern und erhalten somit nicht nur die Kultur in Deutschland, sie sind auch Impuls- und Ideengeber für „ihre“ Institution, sie stiften Gemeinschaft, wecken öffentliches Interesse für Kulturangebote und tragen dazu bei, dass sich die Bürgerinnen und Bürger mit „ihren“ Kulturinstitutionen vor Ort identifizieren. „Als Multiplikatoren wirken sie einer zunehmenden Entsolidarisierung und Individualisierung entgegen und gestalten den sozialen Wandel.“<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Vgl. Matthias Dreyer, Rolf Wiese (Hg.) *Freunde sind unbezahlbar. Fördervereine und Freundeskreise von Museen (Schriften des Freilichtmuseums am Kiekeberg, Band 86)*, Hamburg 2014, S. 29–35.

<sup>2</sup> Katrin Lorbeer, MUTHEA Bundesvereinigung deutscher Musik- und Theater-Fördergesellschaften e. V. in: *Policy Paper „Kulturfördervereine in Deutschland. Status und Handlungsbedarfe“*, hg. DAKU – Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V. / ZiviZ im Stifterverband, Berlin 2019, S. 18.

<sup>3</sup> Vgl. ebda., S. 9.

<sup>4</sup> Vgl. Annette Welling: *Zwischen Mission und Ökonomie*, S. 193–218, in: *Handbuch Förder- und Freundeskreise in der Kultur*, hg. v. Andrea Hausmann, Antonia Liegel, Bielefeld: transcript 2018, S. 205.

## Kulturfördervereine brauchen Unterstützung

Doch dieses Engagement organisiert sich nicht von allein. Um wirksame Förderung und die fortlaufende Mobilisierung neuer Mitglieder als ideelle und finanzielle Basis der Vereine zu gewährleisten, sind eine gute Organisation des Vereinsgeschäfts und eine stetige und professionelle Mitgliederwerbung dringend erforderlich.

Dies ist leichter gesagt als getan. Da die anfallende Arbeit in den meisten Kulturfördervereinen durch ehrenamtlich Aktive geleistet wird (86 %),<sup>3</sup> fehlt es oftmals an professionellen Strukturen, um das Vereinsgeschäft zu bewältigen und den Erhalt oder gar die Erweiterung des Vereins zu gewährleisten.<sup>4</sup> Neue digitale Management- und Kommunikationstools, die hilfreich sein könnten, gibt es zwar zuhauf, doch ist gerade die ältere Generation, die in Kulturfördervereinen stark vertreten ist, oftmals weniger vertraut mit ihnen. Meist fehlt es nicht nur an Kompetenzen, sondern auch an Zeit und Geld, um hier durch Weiterbildung Abhilfe zu schaffen. Besonders problematisch stellt sich diese Situation im Bereich der Mitgliedergewinnung dar. Denn sinkt die Anzahl der Mitglieder – die die tragende Säule eines jeden Kulturfördervereins darstellen –, kann dies vor allem für kleinerer Vereine schnell existenzbedrohlich werden (vgl. Beitrag Priemer in der Mai-Ausgabe KMN Magazin Nr. 144). Andersherum stellt eine erfolgreiche Mitgliederbindung und -gewinnung folglich die wichtigste Investition in die Zukunft der Vereine dar.

Eine erfolgreiche Mitgliederbindung und -gewinnung stellt die wichtigste Investition in die Zukunft der Vereine dar.

## Fördervereine schließen sich zusammen

Die Probleme, mit denen sich viele Kulturfördervereine konfrontiert sehen, wurden schon vor Jahren erkannt und führten dazu, dass sich Fördervereine einzelner Kultursparten ganz nach dem Motto „gemeinsam sind wir stärker“ in Verbänden zusammenschlossen. Die Idee, die den Bundesverbänden – ganz gleich ob im Bereich der Pop- und Populärmusik, der Theater oder auch der bildenden Kunst – zugrunde liegt, besteht darin, den Austausch der Mitgliedsvereine untereinander zu pflegen. Über Treffen der Geschäftsführung und Vorstände, Newsletter und gemeinsame Aktionen wird ermöglicht, dass Kulturfördervereine nicht im Alleingang operieren

<sup>5</sup> Vgl. Kathrin Erggelet: *Organisierte Freundeskreise*, S. 107–113, in: *Handbuch Förder- und Freundeskreise* s. o., S. 108f.

<sup>6</sup> Vgl. Ulrike Petzold: *Freunde übernehmen zunehmend Mitverantwortung*, S. 61–78, in: *Handbuch Förder- und Freundeskreise* s. o., S. 61.

<sup>7</sup> Vgl. *Statement der AG Freundeskreise* anlässlich des 6. Symposiums „Wie man sich Freunde schafft...“, Symposium zu Förder- und Freundeskreisen in der Kultur, Berlin, 1. Feb. 2013.

müssen, sondern von den Erfahrungen anderer Vereine ihrer Kultursparte profitieren können.<sup>5</sup>

Um mehr öffentliches Bewusstsein für das bürgerschaftliche Engagement im Kulturbereich zu schaffen, wurde 2006 ein spartenübergreifendes Symposium ins Leben gerufen, das unter dem Titel „Wie man sich Freunde schafft ...“ alle zwei Jahre in Berlin stattfindet. Eine „neue Anerkennungskultur“ sei notwendig, konstatierte Monika Grütters beim Symposium 2007.<sup>6</sup> 2013 wurde „eine neue Kultur der Zusammenarbeit“ gefordert, um das uneigennützig, verantwortliche Handeln engagierter Bürgerinnen und Bürger als gesamtgesellschaftlichen Wert zu stärken und die Politik auf kommunaler, Länder- und Bundesebene dafür zu sensibilisieren, diese Mitverantwortung zu unterstützen und sich ihr mehr zu öffnen.<sup>7</sup>

Offenkundig wurde durch dieses Symposium, was Kunst und Kultur schon immer für sich zu nutzen wussten: dass im Miteinander der Sparten ein Profitieren voneinander liegt. Ebenso wurde deutlich, dass die spartenübergreifende Zusammenarbeit nicht nur die Stimmen mehren, sondern auch gemeinsame Strukturen erkennen und Bedarfe bündeln kann. Denn ob nun Kunstmuseum, Bibliothek oder Oper – die Organisation der jeweiligen Kulturfördervereine, ihre Aufgaben und auch die Herausforderungen, die sie im täglichen Vereinsgeschäft bewältigen müssen, ähneln sich.

## Ein Dachverband wird gegründet

Die Idee, einen Dachverband für alle Kulturfördervereine als gemeinsame Interessenvertretung und Informationsplattform zu gründen, lag gewissermaßen in der Luft. Im Sommer 2018 schließlich war es so weit: Um den Kontakt zur Politik (insbesondere auf Bundes- und Länderebene) zu intensivieren, eine Anerkennungskultur für bürgerschaftliches Engagement im Kulturbereich zu etablieren und zur Weiterentwicklung von Kulturfördervereinen beizutragen, wurde aus der AG Freundeskreise der Stiftung Zukunft Berlin heraus gemeinsam mit den Bundesverbänden verschiedener Kultursparten der DAKU Dachverband der Kulturfördervereine in Deutschland e. V. gegründet. In seiner Aufbauphase wird der DAKU durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und die Schirmherrin Prof. Monika Grütters MdB, Staatsministerin für Kultur und Medien, unterstützt.

Im Rahmen des 9. Symposiums der Kulturfördervereine tritt der DAKU im März 2019 erstmalig an die Öffentlichkeit. Von Beginn an steht fest, dass

<sup>8</sup> Policy Paper s. o.

eine wirksame, spartenübergreifende Unterstützung der bundesweiten Kulturfördervereine nur mehrgleisig erfolgen kann: Zum einen gilt es, auf die unverzichtbare Arbeit der Vereine und ihre wichtige Rolle in der Zivilgesellschaft aufmerksam zu machen sowie eine erste Übersicht darüber zu gewinnen, was in den Kulturfördervereinen täglich durch wen geleistet wird. Zum anderen geht es darum, die konkreten Bedarfe der Vereine gezielt zu erfassen, um an der richtigen Stelle Unterstützung anbieten zu können. Im Fokus stehen dabei vor allem die zahlreichen kleinen Vereine, in denen fast ausschließlich ehrenamtlich Engagierte tätig sind.

Gemeinsam mit ZiviZ im Stifterverband und unter Beteiligung der Bundesverbände mehrerer Kultursparten veröffentlicht der DAKU im Frühjahr 2019 erste Daten und Fakten zu Kulturfördervereinen.<sup>8</sup> Erstmals werden darin die Zahl (10.115) der in Deutschland tätigen Fördervereine im Kulturbereich ermittelt und zentrale Bedarfe der Kulturfördervereine erfasst, aus denen der DAKU seine Aufgaben und Ziele ableitet. Das – auch auf der Homepage des DAKU – veröffentlichte Positions- und Strategiepapier „Kulturfördervereine in Deutschland. Status und Handlungsbedarfe“ stellt fortan den Leitfaden für die Arbeit des Dachverbands dar:

## Interessenvertretung

### **Instrument: Studie zur Lage, zu Bedarfen und zukünftigen Aufgaben der Kulturfördervereine**

Um die öffentliche Aufmerksamkeit und Wertschätzung für das Engagement im Kulturbereich zu erhöhen und die Kulturfördervereine als attraktive Partner von Politik und Öffentlichkeit vorzustellen, organisiert der DAKU den spartenübergreifenden Auftritt der Vereine. Ganz besonders investierte er dabei in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Bereitstellung von Datenmaterial. Als Grundlage für seine eigene Arbeit und auch, um den rahmensetzenden Akteuren in Politik und Verwaltung zielgerichtetes Handeln zu ermöglichen, strebt er gemeinsam mit ZiviZ im Stifterverband eine weiterführende Studie zur Lage der Kulturfördervereine in Deutschland an. Die geplante Studie soll folgende Fragen beantworten:

- > Wie viele Menschen sind in Kulturfördervereinen aktiv?
- > Wie viele Spenden fließen in den Kulturbetrieb und was wird konkret durch die Arbeit der Kulturfördervereine ermöglicht?
- > Wie engagieren sich Menschen in Deutschland über finanzielle Beiträge hinaus für die Kultur?

<sup>9</sup> Dies wurde spätestens seit dem Symposium 2009 erkannt. Vgl. Ulrike Petzold: *Freunde übernehmen zunehmend Mitverantwortung*, S. 61–78, in: *Handbuch Förder- und Freundeskreise*, s.o.

<sup>10</sup> AG Freundeskreise der Stiftung Zukunft Berlin (2017). *Total digital?! Über das Potential der Digitalisierung für Freundeskreise*. 8. Symposium zu Förder- und Freundeskreisen in der Kultur 2017, Berlin.

<sup>11</sup> Antonia Liegel: *Digitale Förder- und Freundeskreise. Wirklichkeit oder Zukunft?*, S. 23, in: *Zwei Akte, Magazin für Kulturmanagement*, Europa-Universität Viadrina, Frankfurt (Oder), Ausgabe 2018, S. 22–24.

- > Wo brauchen die Engagierten konkrete Hilfe bei ihrer täglichen Arbeit?
- > Was kann zur Weiterentwicklung der Arbeit in den Vereinen beitragen?
- > Welche Rolle können sie in der Gesellschaft einnehmen?

## Weiterbildung

### Instrument: Website als Informationsplattform

Aus den ermittelten Bedarfen der Vereine entwickelt der DAKU Themen für Weiterbildungsangebote, die er mit der Unterstützung von Partnern aus Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit an die Kulturfördervereine vermittelt. Als wichtigstes Instrument dient ihm dazu die Website, auf der er Angebote seiner Partner bündelt. Das Weiterbildungsangebot, über das der DAKU zukünftig informiert, widmet sich Querschnittsthemen aller Sparten:

- > Mitgliedergewinnung und -bindung
- > Steuern/Recht/Datenschutz
- > Management
- > Kommunikation
- > Personalentwicklung
- > Fundraising

Der wichtigste Bestandteil, der alle Weiterbildungsthemen tangiert, ist die Weiterentwicklung von Management und Kommunikation. Sie betrifft nicht zuletzt den sensiblen Kern der Fördervereine: ihre Mitglieder, deren Gewinnung und -bindung die vordringlichste Aufgabe der Vereine darstellt.<sup>9</sup>

Der Fokus liegt in diesem Bereich auf der Einbindung digitaler Werkzeuge, um effektivere Arbeitsstrukturen zu ermöglichen und Kosten und Ressourcen zu sparen, aber auch um jüngere Generationen für die Arbeit der Kulturfördervereine zu gewinnen (Nachwuchsgewinnung). Gerade im Bereich der Kommunikation kann die Reichweite und damit auch die Wirksamkeit durch digitale Werkzeuge deutlich erhöht werden, da Mitglieder und potenzielle Mitglieder immer häufiger digitale Kanäle nutzen, um sich über Veranstaltungen und Initiativen zu informieren.<sup>10</sup> Um diese Informationskanäle ausreichend bedienen zu können, fehlen seitens vieler Vereine bislang oft noch die Kenntnisse.<sup>11</sup>

Angesichts der für die eigene Arbeit geringen finanziellen Mittel und begrenzten Zeitkapazitäten vieler Kulturfördervereine ergibt sich, dass die

<sup>12</sup> Katrin Lorbeer, MUTHEA Bundesvereinigung deutscher Musik- und Theater-Fördergesellschaften e. V., in: Policy Paper s.o., S. 13.

Weiterbildungsangebote für Kulturfördervereine nur dann sinnvoll sein können, wenn sie kostengünstig sind und weniger Zeit in Anspruch nehmen. Die Fülle an bereits vorhandenen Angeboten im Weiterbildungsbe- reich legt zudem nahe, bewährte Strukturen zu vernetzen und zu erweitern, anstatt neue Angebote zu entwickeln. In der Funktion einer Vermittlungs- stelle informiert der DAKU daher vor allem über die Programme erfahrener Fortbildungspartner und entwickelt mit ihnen in Einzelfällen spezielle An- gebote maßgeschneidert für Kulturfördervereine weiter.

### **Instrument Veranstaltungen: Symposium und Workshops zum Wissens- austausch und zur Vernetzung**

Was für die Partner gilt, lässt sich auch für die Kulturfördervereine selbst konstatieren. Wenngleich der Bedarf an Unterstützung – insbesondere in kleineren Vereinen – oft hoch ist, so gibt es – vor allem unter den größeren – doch auch zahlreiche Kulturfördervereine, die über professionelle Struk- turen und hohe Managementkompetenz verfügen. Hier können die Vereine voneinander lernen. „Gerade kleine Fördervereine, in denen sich viel Arbeit auf nur wenige Schultern verteilt, profitieren von der Förderung eines fach- lichen Austauschs auf Augenhöhe. Ob clevere Verwaltungslösungen oder originelle Kommunikationsideen – von den anderen lernen heißt, die eige- nen Ressourcen zu schonen und gleichzeitig die eigene Kulturinstitution noch besser fördern zu können.“<sup>12</sup>

Einen Schwerpunkt legt der DAKU daher auf die Vernetzung der bundeswei- ten Kulturfördervereine untereinander. Er fungiert als Impulsgeber für de- ren spartenübergreifenden Erfahrungsaustausch und regt kulturpolitische Themen an. Das Symposium der Freundeskreise, das von nun an jährlich stattfinden soll, ist hierzu weiterhin das wichtigste Instrument.

Bei Workshops zum lokalen und regionalen Wissensaustausch führt der DAKU zudem Themen aus der Arbeit der Kulturfördervereine zusammen. Vorbereitet werden die Workshops gemeinsam mit Akteuren vor Ort, die der Dachverband bei der Durchführung der Veranstaltungen unterstützt. Den Auftakt macht der Museumsverband für Niedersachsen und Bremen e. V.: Unter dem Titel „Strategien für Fördervereine“ lädt er am 2. September gemeinsam mit dem DAKU zu einem Workshop ins Museum Lüneburg ein. Weitere Netzwerkveranstaltungen in der Metropolregion Rhein-Neckar und in Berlin sind avisiert, ebenso in Nordrhein-Westfalen, wo Gespräche mit der Landesregierung bereits stattgefunden haben.

<sup>13</sup> Vgl. Dana Bauers, Olaf Kretschmar, Bundesverband Populärmusik e. V. – Forum der Popkultur- und Populärmusikförderer, in: Policy Paper, s. o., S. 6.

## Fazit und Ausblick

**Kulturfördervereine haben eine beachtliche gesellschaftliche Relevanz. Mit finanzieller Tatkraft und ihren konkreten ehrenamtlichen Tätigkeiten tragen unzählige Menschen maßgeblich zur kulturellen Vielfalt in Deutschland bei. Dieses zumeist ehrenamtliche Engagement verdient Anerkennung und Unterstützung! Der DAKU sieht seine Hauptaufgaben daher darin, das enorme Engagement der Kulturfördervereine stärker sichtbar zu machen, sie zu vertreten und durch Weiterbildungen zu fördern.**

Dazu braucht es starke Partner, einflussreiche Mittler und finanzkräftige Ermöglicher – aus der Wissenschaft, aus Stiftungen und Weiterbildungseinrichtungen sowie aus Wirtschaft und Politik. Denn die Arbeit des Dachverbands ist für Kulturfördervereine vor allem dann wirksam, wenn viele mitmachen. Mit der authentischen Kreativität und großen integrativen Kraft, die bürgerschaftlichem Engagement innewohnt, können sie alle bei der Gestaltung einer vielfältigen und offenen Lebenskultur in Deutschland mitwirken.<sup>13</sup>



Foto: Karsten Flögel

**Ulrike Petzold** ist seit September 2018 Geschäftsführender Vorstand des DAKU Dachverbands der Kulturfördervereine in Deutschland, den sie zusammen mit vielen Partnern auf Initiative der AG Freundeskreise der Stiftung Zukunft Berlin gegründet hat. Seit über 15 Jahren entwickelt sie Projekte im gemeinnützigen Bereich.

Kontakt: [petzold@kulturfoerderevereine.eu](mailto:petzold@kulturfoerderevereine.eu)



**Dr. Jutta Dette** kommuniziert die Anliegen und Ziele des DAKU nach außen. Ihre langjährige Tätigkeit für die Kommunikationsabteilung der Staatlichen Museen zu Berlin, für die Kulturprojekte Berlin und die Freunde der Nationalgalerie kommen ihr dabei zugute.

Kontakt: [dette@kulturfoerderevereine.eu](mailto:dette@kulturfoerderevereine.eu)

### **KM Kulturmanagement Network GmbH**

Postfach 1198, D-99409 Weimar

Postanschrift: Bauhausstr 7 c, D-99423 Weimar

Telefon: +49 (0) 3643 / 7402 612

Fax: +49 (0) 3643 / 7402 614

E-Mail: [office@kulturmanagement.net](mailto:office@kulturmanagement.net)

Geschäftsführer: Dirk Schütz

Sitz und Registrierung: Firmensitz Weimar,

Amtsgericht Jena, HRB 506939

### **Herausgeber: Dirk Schütz**

Chefredakteurin: Veronika Schuster (V.i.S.d. § 55 RStV)

Kontakt: [v.schuster@kulturmanagement.net](mailto:v.schuster@kulturmanagement.net)

Abonnenten: ca. 23.000

Mediadaten und Werbepreise:

<http://werbung.kulturmanagement.net>

**Layout:** Maja Krzanowski

**Satz:** Veronika Schuster

**Coverbild:** Adobe Stock, Leonid, Anja Schwarzer, Julia Jakob

### **Weitere Informationen**

[www.kulturmanagement.net](http://www.kulturmanagement.net)

[twitter.com/kmnweimar](https://twitter.com/kmnweimar)

[twitter.com/km\\_stellenmarkt](https://twitter.com/km_stellenmarkt)

[facebook.com/KulturManagementNetwork/](https://facebook.com/KulturManagementNetwork/)

[instagram.com/kultur.management.network/](https://instagram.com/kultur.management.network/)

[vimeo.com/kulturmanagementnetwork](https://vimeo.com/kulturmanagementnetwork)

**ISSN 1610-2371**