

Radikal anders

Beim noch jungen **Label Testklang** geht man eigene Wege: Als Genossenschaft werden anspruchsvolle musikalische Projekte in aufwendigen multimedialen Editionen verwirklicht. Wie dem Hörer dadurch der Zugang zu zeitgenössischer Musik ermöglicht werden soll, erzählt Label-Macher Marc Tritschler im Interview mit Bjørn Woll.



Foto: Testklang

Herr Tritschler, welche Idee verbirgt sich hinter dem Namen Testklang?

Es geht darum, Geschichten zu erzählen, die mit Musik zu tun haben. Es gibt tolle Musikstücke und Komponisten mit interessanten Geschichten, es gibt aber wenige Möglichkeiten, das herauszufinden in einer Welt, in der wir uns über iTunes mit Musik versorgen. Unser Anliegen ist es, Kurator zu sein, um interessierten Menschen gute Geschichten zu erzählen und damit einen Zugang zur Musik zu ermöglichen.

Wie kam es zur Label-Gründung?

Die Motivation entstand aus einer Frustration, weil wir als Musiker keinen Partner gefunden haben, der uns das möglich macht. Das Argument war immer das gleiche, dass es sich aus ökonomischen Gründen nicht rechnen würde,

diese Geschichten zu erzählen. Aus einer Opposition heraus gegen dieses Denken haben wir uns entschieden, es selbst zu machen.

Wie viel Experiment und Werkstattgedanke steckt im Label-Namen? Test suggeriert ja, dass man die endgültige Lösung noch nicht gefunden hat.

Die Versuchsidee war von vornherein eingeplant. Wir wollten für uns gar nicht in Anspruch nehmen, dass wir wissen, wie es funktioniert. Es war ein Experiment, das zunächst auf drei Jahre angelegt war, mit einem offenen Ausgang. Entweder mit der Erkenntnis, dass wir gescheitert sind oder dass wir weitermachen. Nun sind die drei Jahre um, und wir machen glücklicherweise weiter. Der Name betont

aber auch den starken Bildaspekt, also die Verbindung von Musik und Bild – daher der Bezug zum Testbild. Die Bildseite wird bei uns vor allem durch den Filmmacher Aron Kitzig verkörpert, der von Anfang an Musikvideos zu unseren Aufnahmen gestaltet hat. Das ist im

klassischen Bereich nicht unbedingt üblich, auch wenn es seit einiger Zeit die Tendenz gibt, da eine Art Pop-Abklatsch zu machen. Wie man jedoch die Musik angemessen visualisieren kann, die Frage stellt man

sich sehr selten in der Klassik. Das war bei uns von Anfang an ein Kerngedanke.

Das klingt nach einer Art multimedialen „Gesamtkunstwerk“?

Durchaus, und das betrifft auch die graphische Gestaltung. Die passiert

„Wir wollen gute Geschichten erzählen und damit einen Zugang zur Musik ermöglichen“

bei uns nicht am Ende, dass man den Künstler einfach mit Geige auf dem Cover abbildet, sondern es geht darum, von Anfang an zu überlegen, wie man dieses Projekt darstellen würde. Unsere Booklets funktionieren, ohne dass der Künstler gefeatured wird, es wird das Projekt gefeatured. Dafür braucht man einen Gestalter, der von vornherein ein graphisches Konzept dazu entwickelt. Idealerweise gibt der Graphiker sogar einen Input, der uns musikalisch inspiriert. Weil für ihn beispielsweise „Pierrot lunaire“ ein radikales Thema ist, für das er ein Bild finden muss. Und mit diesem Bild im Kopf interpretieren wir unter Umständen anders. In der Umsetzung ist das allerdings schwierig, weil ich im Gespräch mit einem Filmmacher oder Graphiker erst einmal feststelle, dass wir gar nicht miteinander reden können, weil wir eine andere Sprache sprechen, weil die Musik für ihn etwas anderes bedeutet als für mich. Da entsteht also ein Konflikt. Wenn wir es aber schaffen, aus diesem kreativen Prozess nur 20 Prozent herauszuholen, dann entstehen plötzlich Verbindungen zwischen den Welten, die für denjenigen, der Lust hat sich einzulassen und neugierig ist, wunderbare Einstiege schaffen können.

Es geht also darum, Gedankenräume zu schaffen?

Das ist die Idee, dass man als Zuhörer einen eigenen Raum bekommt, in dem man sich bewegen kann – weil es Spaß macht. Denn es geht nicht schnell, es ist das Gegenteil von schnellem Konsum. Es ist aber auch die Möglichkeit, dass man einen Raum bekommt, in dem man sich für eine gewisse Zeit aufhalten kann, um etwas zu erfahren, was man bisher noch nicht erfahren hat. Genau das ist doch eine der großen Möglichkeiten von Musik und Kunst im Allgemeinen. Und genau darum geht es doch, wenn wir uns ans Instrument setzen: Einen Ton zu spielen bedeutet letztendlich einen Raum zu eröffnen zwischen Spieler und Hörer. Den zu gestalten und im Studio auf eine CD zu bringen, das ist unser Ziel.

Ein einzigartiger Fall in der Tonträgerbranche ist die Organisation des Labels, die genossenschaftlich ist. Warum?

Wir hatten eine Idee und Frust über die bestehende Industrie, die uns sagte: Würden wir gerne, können wir aber nicht. In dieser Notlage haben wir nicht resigniert, sondern uns dafür entschieden, es selbst zu machen. Dann ist es aber wichtig, dass man es anders macht. Im Gespräch hat sich dann herausgestellt, dass es ein unternehmerisches Vorbild gibt, das sich aus Notsituationen heraus gründet, eben die Genossenschaft. Das begann, grob gesagt, mit dem Zusammenbruch des Feudalsystems, also der Befreiung des Bauern in seine Eigenständigkeit. Er stand also da und hatte nichts mehr. Das hat dazu geführt, dass Bauern sich zusammengeschlossen und Genossenschaften gegründet haben. Das kann man durchaus mit unserer Situation vergleichen, auch wenn der Vergleich sicher gewagt ist: Nachdem das Feudalsystem der Major-Label zumindest in Frage gestellt ist, stehen die Musiker nun allein da. Sie können also nichts mehr machen, weil es keinen Output mehr gibt. Da lag die Idee nahe, dass man sich analog zur Bauernbewegung als Gruppe zusammenschließt. Und wenn schon das genossenschaftliche Prinzip, warum dann nicht gleich eine Genossenschaft sein.

Radikal anders ist bei Testklang nicht nur die Organisationsstruktur, sondern



Das „Artefakt“ ist eine kleine Sonderedition jeder Produktion, die von einem Künstler individuell gestaltet wird. Es soll Sinnbild sein für den „Wert“ der Musik.

auch die Aufmachung der Veröffentlichungen, die besonders hochwertig ist. Das Ganze gipfelt in den sogenannten Artefakten, also von Künstlern gestaltete limitierte Sondereditionen, die einen extremen physischen Gegenpol zur zunehmenden Digitalisierung von Musik bilden.

Wenn man sich überlegt, was zum Beispiel ein Ring für einen Menschen bedeuten kann: Der kann aber eigentlich gar nichts, den könnte man ökonomisch betrachtet auch weglassen. Unter Umständen ist er für einen Menschen aber besonders wertvoll. Wenn wir es nun schaffen, für unsere musikalischen Ideen etwas zu finden, was den Ring symbolisiert, dann versteht man das Potenzial einer emotionalen Beziehung zu einem Projekt. Ein tolles Sammlerstück zu schaffen, bei dem die Leute sagen: Diese Musik finde ich phantastisch, diese Art von Musik hat mein Leben verändert, das ist die Idee dahinter. ■

Aktuelle Veröffentlichung

Palimpsesto: Werke von Hèctor Parra, Elena Mendoza, Luys de Narváez, Juan María Cué und Alberto Posadas; Zafraan Ensemble, Manuel Nawri (2014); Testklang/HM CD (+DVD) 4250780200046

Bereits erschienen

Jig For John: John Cage, Sixteen Dances, The Seasons; Irmela Roelcke (2013); Testklang/HM CD (+DVD) 4250780200039

Tracking Pierrot: Werke von Schönberg, Kowalski/Schöllhorn und Eisler; Sarah Maria Sun, Ensemble 29,46°S, 62,7°O, Manuel Nawri (2012); Testklang/HM CD (+DVD) 4250780200022

Sugar Cubes: Werke von Bunita Marcus; Ensemble Adapter (2011); Testklang/HM CD (+DVD) 700261999050

