

Die Pianistin aus dem Internet

Nach ersten Erfolgen stagnierte die Karriere der Pianistin **Valentina Lisitsa**. Dann platzierte sie ihre Videos auf Youtube im Internet, rasch bildete sich eine millionenstarke Fangemeinde, es folgte ein Plattenvertrag mit Decca. Passend zum Thema verabedete sich Mario-Felix Vogt mit der ukrainischen Künstlerin zum Skype-Interview.

Ihr Youtube-Erfolg öffnete Valentina Lisitsa die großen Konzertsäle der Welt.

Eine Konversation über Skype hat so ihre Tücken. Bringt die Internet-Verbindung keine hohe Datenrate mit, frieren Bewegungen im Bild immer wieder ein, und Stimmen klingen so mulmig, als würden sie unter Wasser übertragen. Glücklicherweise klappt das Gespräch mit Valentina Lisitsa wunderbar – bis nach etwa 15 Minuten erstmals die Verbindung zusammenbricht. Das passiert noch drei bis vier Mal, ist jedoch kein Drama. Man wählt sich einfach wieder neu ein, und nach wenigen Minuten kann die Unterhaltung fortgesetzt werden. Die Pianistin skypet aus einem Frankfurter Flughafenhotel, somit bilden startende und landende Jumbo-Jets die akustische Hintergrundkulisse unseres Gesprächs. Sie spricht ein sehr flüssiges und wortgewandtes Englisch,

das durch ihren markanten russischen Akzent besonders charmant wirkt.

Frau Lisitsa, Sie sind in der Ukraine aufgewachsen und haben dort auch studiert. Weshalb haben Sie 1992 Ihre Heimat verlassen und sind mit Ihrem Mann in die USA gegangen?

Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion war die Ukraine ein unabhängiges Land, und die neue Regierung hatte absolut kein Interesse daran, die Künste zu unterstützen. Nach meinem Abschluss am Kiewer Konservatorium hätte ich allenfalls die Möglichkeit gehabt, Lehrerin an einer Musikschule zu werden. Das hätte meine Mutter zwar gerne gesehen, doch mich reizte das gar nicht. Deshalb beschlossen mein Mann und ich, 1992 in die USA zu emigrieren. Ich sprach kein

Zur Person

Valentina Lisitsa, geboren 1973 in Kiew (Ukraine) beginnt das Klavierspiel mit knapp vier Jahren und gibt bereits ein Jahr später ihr erstes öffentliches Solokonzert. Sie besucht zunächst die Lysenko-Musikschule, später das Kiewer Konservatorium, an dem auch ihr späterer Ehemann Alexei Kuznetsoff seine Klavierausbildung erhält. 1991 gewinnt sie mit ihm als Duo den Dranoff International Two Piano Competition, im Folgejahr lassen sich beide in den USA nieder. 1995 geben sie ihr Debüt beim Mostly Mozart Festival in New York. 2007 lädt sie ihr erstes Video bei Youtube hoch, mittlerweile ist sie mit über 200 Videos auf der Internet-Plattform vertreten, die von über 55.000 Nutzern abonniert wurden, insgesamt wurden ihre Videos über 50 Millionen Mal angeklickt. Seit 2012 ist sie beim Label Decca unter Vertrag, im selben Jahr gab sie ihr Debüt in der Londoner Royal Albert Hall. Über das Programm für dieses Konzert ließ sie im Internet abstimmen, der Mitschnitt ist soeben auf CD erschienen.

Foto: Gilbert François/Decca

Bereits erschienen

Beethoven, Klaviersonate Nr. 23 „Appassionata“; **Schumann**, Kinderszenen; **Liszt**, Totentanz; **Thalberg**, Grande fantasia über „Il barbiere di Siviglia“; **Valentina Lisitsa** (2008); Naxos CD 0747313249176
Valentina Lisitsa – Live At The Royal Albert Hall; Werke von Beethoven, Chopin, Liszt, Rachmaninow, Skrjabin; Valentina Lisitsa (2012); Decca/Universal 0028947845720



Englisch, ich hatte keine Karriere und kaum ein nennenswertes Repertoire, doch dann gewannen wir den bedeutendsten Wettbewerb für Klavierduos weltweit, den Dranoff Competition in Florida. Allerdings stellte sich bald heraus, dass das Duo-Repertoire, das uns wirklich interessierte, sehr begrenzt ist – und dass es sehr schwierig ist, als Klavierduo Karriere zu machen.

Sie haben in der Folgezeit solistisch weitere Wettbewerbe in den USA gewonnen und sind für andere Pianisten kurzfristig eingesprungen. Dann blieben die Konzerte aus. Wie kamen Sie

alternativen Präsentationsmöglichkeiten zu suchen, und das zahlte sich aus. Ich stellte Videos, die ich mit einem studentischen Team in der Musikhochschule produziert hatte, auf Youtube – und hatte bald eine ganze Menge Fans, die mich und mein Spiel ansonsten niemals kennen gelernt hätten.

Wo sehen Sie die Unterschiede zwischen traditionellen Medien und sozialen Medien wie Youtube?

Die traditionellen Medien funktionieren von oben nach unten: Man liest in einem Hochglanzmagazin über „den neuen Horowitz“ und soll dadurch mo-

derewski sein Bestes, die Leute waren vollkommen begeistert und erzählten ihren Freunden und Kollegen davon. Zu seinem nächsten Konzert kamen bereits 300 Zuhörer, auch diese schwärmten anderen gegenüber von seinem Spiel; schließlich spielt er neun Konzerte in einer Woche. So baute er seine Karriere in England auf, und so entwickelte sich auch mein Publikum bei Youtube.

Eine Besonderheit von Youtube ist ja das Kommentarfeld...

Ja. Hier können die Leute positive oder auch negative Beurteilungen zu einem Video hinterlassen, die wiederum von anderen Zuschauern kommentiert werden können. So entstehen manchmal wunderbare Gespräche mit schlagenden Argumenten zwischen Menschen, die nicht einfach nur professionelle Kritikermeinungen übernehmen.

Manchmal wird diese Kommentarfunktion jedoch auch missbraucht: entweder um einen Künstler oder einen anderen Kommentator zu diffamieren. Wie sollte man Ihrer Meinung nach mit diesem Problem umgehen?

Das ist doch Demokratie. Dieses Phänomen gibt es ja nicht nur bei der Beurteilung von Musikvideos, sondern auch in politischen Foren, die sich auf bestimmte Zeitungsartikel beziehen. Sie können das bei Youtube beobachten: Wenn eine bestimmte Person ausfallend wird, bildet sich schnell ein ganzer Schwarm von anderen Kommentatoren, die das verteidigen, was sie für richtig halten. Ich halte es für falsch, wenn sich ein Moderator einmischen würde, um den Ablauf der Diskussion zu steuern. Das Gespräch sollte seinen Lauf nehmen, denn das inspiriert die Leute, das entflammt sie für die Sache. ■

Reingehört

Auf ihrem zweiten Decca-Album wagt sich Valentina Lisitsa an alle vier Rachmaninow-Konzerte nebst „Paganini-Rhapsodie“. Das Ergebnis kann durchweg als gelungen bezeichnet werden. Dank ihrer überragenden pianistischen Fähigkeiten gelingt es Lisitsa, Rachmaninows vollgriffigen Klaviersatz zum Klingen zu bringen, die wieselflinken Tempi, die sie für Ecksätze wählt, bremsen jeden Anflug von Schwulst und Sentimentalität, und in den lyrischen Passagen betört sie mit hoher Legatokultur. Auch die Klangbalance zwischen Klavier und Orchester ist nahe am Optimum.

Musik ★★★★★
 Klang ★★★★★

Rachmaninow, Klavierkonzerte, Paganini-Rhapsodie; Valentina Lisitsa, London Symphony Orchestra, Michael Francis (2012); Decca/Universal 2 CD 0028947848905



auf die Idee, Videos auf Youtube zu platzieren?

Ich war eine junge Mutter, ohne ein einziges Konzert, ohne Management, ohne CD-Veröffentlichungen und wusste nicht mehr, was ich tun sollte. Ich suchte nach einer neuen Tätigkeit und bot mich deshalb als Übersetzerin an. Das war definitiv der Tiefpunkt meines Lebens. Doch dann wurde mir klar, dass die Musik das ist, was ich am meisten liebe und das Einzige, was ich beruflich machen möchte. Wir begannen nach

tiviert werden, die CD dieses Künstlers zu kaufen. Soziale Medien hingegen wirken von unten nach oben, ähnlich wie der Musikbetrieb um 1900. Der Pianist Jan Paderewski beispielsweise war in Paris sehr erfolgreich. Daraufhin rieten ihm mehrere Leute, auch in London Konzerte zu geben. So verpflichtete sich der Pianist zu Konzerten in der englischen Hauptstadt – und spielte im ersten Konzert vor 30 Leuten, da die Medien vorher nicht über das Konzert informiert hatten. Dennoch gab Pa-

„Wunderbares Werkzeug“

Die Videoplattform **Youtube** ist mittlerweile zum Massenphänomen geworden, viele nicht nur junge Musiker präsentieren sich dort. Doch welche Bedeutung hat das Portal eigentlich für das Musikbusiness? Mario-Felix Vogt hat vier Vertreter dazu befragt.



Foto: privat

Christian Badzura ist als Artists- & Repertoire (A&R)-Manager bei der Deutschen Grammophon für die Künstlerauswahl zuständig: „Ich nutze Youtube privat und beruflich. Youtube ist ein wunderbares A&R-Werkzeug für Repertoire-Recherche und auch, um Strömungen und Stimmungen bei der Hörerschaft zu erspüren. Die Klangqualität ist oft schlecht, aber bei Youtube werden auch Emotionen vermittelt, die die Menschen ergreifen – sonst würden manche Videos nicht millionenfach angesehen. Am Beispiel von Valentina Lisitsa kann man sehr deutlich erkennen, dass sich Künstler eine viel größere Demographie erschließen können, wenn sie online kommunizieren. Das Anschauen eines Youtube-Videos ist bisher immer noch kostenlos, der Weg in den Konzertsaal oder der Kauf eines Tonträgers hingegen sind mit weitaus größeren Überzeugungshürden verbunden.“

Prof. Franz Xaver Ohnesorg ist Intendant des Klavier-Festival Ruhr: „Neben der internationalen Presse nutze ich auch das Internet für die Künstlerrecherche, allerdings empfinde ich Youtube als eher unergiebig, da ich nicht selten durch die mangelnde Qualität der Aufzeichnung ziemlich enttäuscht bin. Beim Klavier-Festival Ruhr nutzen wir unseren eigenen Youtube-Kanal vor allem, um unsere Education-Aktivitäten populär zu machen. Dies ist eine singuläre Chance, den Modellcharakter unserer Initiativen zu verdeutlichen und Lehrer und Musiker zu ermuntern, Ähnliches zu versuchen – denn unser Ziel dabei ist es nicht zuletzt, durch gute Beispiele möglichst viele andere Künstler und Lehrer zu animieren, Ähnliches zu versuchen und die besonderen Chancen wahrzunehmen, die Musik im Umgang mit Kindern und Jugendlichen birgt.“



Foto: Peter Wieler/KFR



Foto: Achim Mulhaupt/PR

Benedikt Stampa ist Intendant des Konzerthaus Dortmund: „Ich nutze Youtube gerne, um einen ersten Eindruck von einem Künstler zu bekommen, allerdings ist der persönliche Eindruck im Konzert am Ende immer noch der wichtigste. Es gibt ja immer wieder klassische Künstler, die über Youtube hochgejubelt werden, im Konzertsaal aber keine Wirkung erzielen. Youtube ist international, und man kann an den Klicks, die ein Künstler mit seinem Video erzielt, nicht erkennen, in welcher Region es besonders häufig angesehen wurde. Man kann also nicht sagen: Die Videos dieses Künstlers sind 50.000 Mal angeklickt worden, also kann der mal bei uns im Konzerthaus Dortmund auftreten. Und dann kommt keiner ins Konzert. Unser eigener Youtube-Kanal ist eine Investition für die nächsten Jahre, denn wir müssen als Konzerthaus auch im Social-Media-Bereich präsent sein.“

Ulrike Wilkens leitet die PR-Agentur „Ophelias“ für Künstler und Kulturinstitutionen: „Ich bin auf Plattformen wie Youtube gekommen, weil ich als historisch interessierter Mensch hier Dinge sehen konnte, die es sonst nicht gibt – beispielsweise alte Filme und Dokumentationen. Aber auch Musikclips und Musiksendungen schaue ich mir ausgesprochen gern im Netz an. Ein Künstler, der heute nicht visuell präsent ist, wird es schwer haben, sich durchzusetzen. Er muss auch in der Vermarktung sehr professionell sein, das war schon früher so. Heute gehören eine gute und informative Website, professionelle, moderne Fotos – und inzwischen eben auch eine Youtube-Präsenz dazu. In Kombination mit den sozialen Netzwerken kann ein Künstler ein breites, nicht unbedingt nur junges Publikum ansprechen und begeistern. Dann ist es nur noch ein Schritt in Richtung Live-Konzert.“



Foto: privat