

Mit seinem „Wiegenlieder“-Projekt möchte der Carus-Verlag, dass wieder mehr gesungen wird

Abend wird es wieder

Foto: Eric Larayadieu/SWR



Mit seinem Lieblingslied „Schlafe, mein Prinzchen, schlaf ein“ beteiligte sich Andreas Scholl beim „Wiegenlieder“-Projekt.

Weißt du, wie viel Sternlein stehen? Von aktueller Brisanz ist diese Frage, wenn man das „Wiegenlieder“-Projekt des Carus-Verlages betrachtet. Die Idee dazu hatte Opernsänger Cornelius Hauptmann, um damit das Singen für und mit Kindern wieder verstärkt zu einem gesellschaftlichen Thema zu machen.

Kurzum: Es soll wieder gesungen werden! Dass Singen glücklich, selbstbewusst und stark macht, ist längst wissenschaftlich erwiesen, doch immer weniger Familien praktizieren das abendliche Ritual gemeinsamen Singens. Denn singend werden die Grundlagen der Sprachstruktur erlernt, soziale Kompetenzen erworben, das Zugehörigkeitsgefühl innerhalb der Familie gestärkt und der Umgang mit der eigenen Emotionalität erlernt. Laut Yehudi Menuhin ist „das Singen die eigentliche Muttersprache aller Menschen: Denn sie ist die natürlichste Weise, in der wir ungeteilt da sind und uns ganz mitteilen können –

mit all unseren Erfahrungen, Empfindungen und Hoffnungen.“

Außerdem möchte Carus mit seinem Kooperationspartner SWR2 durch das Projekt verhindern, dass jahrhundertealtes Kulturgut verloren geht. Dabei sei es von enormer Wichtigkeit, den frühen und aktiven Kontakt des Nachwuchses mit der Musikkultur zu gewährleisten, indem ihm Kenntnisse des deutschen Liedgutes wortwörtlich „in die Wiege gelegt“ werden. „Es geht um das Wohl unserer Kinder und den Erhalt unserer einzigartigen kulturellen Wurzeln“, betont Initiator Cornelius Hauptmann.

Schnell konnten 52 der besten Sänger für die Einspielung der „Wiegenlieder“ gewonnen werden, unter ihnen Jonas Kaufmann, Kurt Moll, Christoph Prégardien und Christine Schäfer. „Ich habe natürlich ein Wunschlied“, war die spontane Reaktion von Christian Gerhaher. Und auch Angelika Kirchschrager hat

sich ein ganz besonderes Stück ausgesucht, denn Brahms’ „Sandmännchen“ erlernte sie noch von ihrer Mutter und gibt es nun für einen guten Zweck weiter. Das gilt ebenfalls für ihre Professionskollegen, die allesamt auf das Honorar verzichten. „Vielleicht trägt dieses Projekt dazu bei, Familien zum Füreinander Miteinandersingen zu ermutigen“, hofft Countertenor Andreas Scholl. Zusätzlich gehen zwei Euro von jeder verkauften CD und jedem Liederbuch an den Verein „Herzessache“ zur Förderung des Singens mit Kindern. Auf den Inhalt der Wiegenlieder abgestimmt wurde ein Bildband, von Frank Walka wundervoll illustriert. Dieser lädt nicht nur zum gemeinsamen Singen ein, sondern auch zum genüsslichen Durchblättern. Frei nach einer Volksweise von Friedrich Hindelang „Nun wollen wir singen das Abendlied“.

Sophia Dumoulin

CD- und Buch-Hinweise

Wiegenlieder Vol. 1: Werke von Brahms, Schumann, Humperdinck, Reger, Schreker u. a.; Angelika Kirchschrager, Sibylla Rubens, Ingeborg Danz, Jonas Kaufmann, Peter Schreier, Kurt Moll u. a. (Gesang), Michael Gees, Helmut Deutsch, Juliane Ruf u. a. (Klavier), SWR-Vokalensemble; Carus/Note 1 CD 4009350830011
(Vol. 2 erscheint im März)

Wiegenlieder – Liederbuch (inklusive Mitsing-CD); Carus/Reclam, Stuttgart 2009, 128 S., 19,90 Euro (ebenfalls erhältlich: Klavierband, Carus 2.400/03)



Wiegenlieder im Radio

28.11., SWR 2, 19.05 Uhr: „Der Mond ist aufgegangen“ mit Christoph Prégardien und Juliane Ruf (weitere Sendetermine jeweils samstags um 19.05 Uhr)

Internet

www.wiegenlieder.org

Dr. Volker Mattern über das Programm der Bayer Kultur

Zeit für Entwicklung

Herr Mattern, Kulturförderung hat bei Bayer eine lange Tradition, seit 1907 engagiert sich das Unternehmen hier. Warum?

Dieser lange Zeitraum zeigt, wie wichtig dem Unternehmen Kontinuität und Verlässlichkeit sind. Die Kulturarbeit gehört dabei in den Bereich der Corporate Social Responsibility, wie man heute so schön sagt, also der sozialen Verantwortung des Unternehmens für die Gesellschaft. Die Kulturförderung bei Bayer ist insofern einzigartig in Deutschland, als es sich in erster Linie nicht um Sponsoring, also die Unterstützung von Projekten Dritter, Stiftungsarbeit oder Eventmarketing handelt, sondern ein kompetentes, dreizehnköpfiges Kulturteam in Leverkusen für das unternehmenseigene Kulturhaus ein spartenübergreifendes Programm mit rund 150 Veranstaltungen pro Jahr auf die Beine stellt.

Wie sieht das Kulturprogramm von Bayer konkret aus?

Das Programm basiert im Wesentlichen auf den vier Sparten Musik, Tanz, Schauspiel und Kunst. Neu ist der Ansatz, dass sich die Spielzeiten bestimmten Themen widmen und dass diese Themen durch alle Sparten – ergänzt durch Literatur und Film – dekliniert werden. Das Motto der laufenden Saison lautet „Kunst und Macht“. Dabei sind die vier Hauptlinien nochmals untergliedert. Im Musikbereich zum Beispiel in Sinfonik, Kammermusik, eine Klavierreihe und die Reihe „Musik Plus“, in deren Rahmen diverse Sonderveranstaltungen stattfinden. Des Weiteren bieten wir fünf verschieden ausgerichtete Schauspielreihen, ein Tanzabonnement sowie vier Kunst-Ausstellungen pro Spielzeit an. Außerdem entwickeln wir derzeit eine sehr spannende Zusammenarbeit mit fünf

renommierten Berliner Kulturinstitutionen. Die Kulturachse Berlin-Leverkusen wird in Zukunft Projekte realisieren, von denen die Menschen beider Städte profitieren. Hintergrund für diese Aktivitäten ist die Tatsache, dass Bayer Schering Pharma seinen Sitz in der Bundeshauptstadt hat und dort einer der größten industriellen Arbeitgeber ist.

Ebenfalls neu ist das „stART“-Programm, mit dem Sie jungen Künstlern unter die Arme greifen möchten. Und auch hier unterscheiden Sie sich von der Jugendförderung anderer Unternehmen. Inwiefern?

Die Intention des Projektes ist es, Nachwuchsförderung, die bei Bayer im Prinzip nicht neu ist, auf eine systematische und kontinuierliche Basis zu stellen.

„Für drei Jahre bieten wir jungen Menschen ein künstlerisches Zuhause“

Was mir bisher bei meiner eigenen Arbeit, aber auch bei anderen Institutionen nicht gefallen hat, war die Tatsache, dass meistens nur punktuell gefördert werden konnte. Um wirklich etwas bewegen zu können, ist es aber entscheidend, das längerfristig zu tun. Daher fördern wir die von uns ausgewählten Künstler über einen Zeitraum von drei Jahren. Für diese Zeitspanne bieten wir den jungen Menschen im Kulturhaus der Bayer AG ein zweites künstlerisches Zuhause. Daher möchten wir ihnen auch gar nicht vorschreiben, was wir von ihnen wollen, sondern wir treten in einen intensiven persönlichen Dialog ein und entwickeln gemeinsam Ideen. Meine Aufgabe dabei ist es, zuzuhören und herauszufinden, was die jungen Künstler gerade brauchen. Das können durchaus auch ganz pragmatische Dinge sein: Unser Streichquartett im stART-Programm, das Signum-Quartett, hatte zum Beispiel kei-



Foto: PR

Neues Gesicht: Dr. Volker Mattern folgt Nikolas Kerkenrath als Leiter von Bayer Kultur.

nen Probenraum. Den finden sie jetzt für die nächsten drei Jahre bei uns im Haus. Daneben fördern wir natürlich auch Auftritte und CD-Produktionen und kümmern uns um Marketing sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Ihr Konzept klingt sehr nach Nachhaltigkeit. Ist das ein Grund dafür, warum Sie Kulturförderung anders begreifen als andere Unternehmen?

Absolut, denn die Szene ist für junge Künstler extrem schwierig geworden und wird bestimmt durch die Dinge, die auch das moderne Wirtschaftsleben bestimmen: Schnelligkeit, möglichst immer der Erste sein, sich anpassen an die Gesetze des Marktes. Und das ist für eine nachhaltige künstlerische Entwicklung nicht immer das Beste. Wenn man – wie wir – aufgrund des Engagements der Bayer AG glücklicherweise dazu in der Lage ist, das anders zu machen, dann sollte man dies auch unbedingt tun. Wir versuchen daher auf Nachhaltigkeit zu setzen, unkonventionelle Wege zu ermöglichen und Künstlern Zeit zur Entwicklung zu geben. ■