

Aufstieg und Fall

Geleentlich wagen sich Feuilletonisten in Deutschland noch aus der Deckung und rezensieren nicht einzelne Veranstaltungen, sondern schreiben kulturkritische Aufsätze. Diese sind natürlich viel schwieriger zu verfassen, da man das große Ganze in den Blick nehmen muss und gleichzeitig riskiert, in vielen Details widerlegt zu werden.

Eleonore Büning, als Musikredakteurin der Frankfurter Allgemeinen Zeitung eine der mächtigsten Stimmen im deutschen Musikjournalismus, hat sich vor einiger Zeit zu Worte gemeldet und unter anderem beklagt, dass die Musikindustrie ihre Wunderkinder auspresse und sie genauso schnell fallen lasse, wie sie zuvor aufgebaut worden seien. Jungen Künstlern gebe die dem Marketing der Popmusik abguckte neue Klassik-Turbo-Mühle keine Zeit mehr, sich zu entwickeln.

Dass sich die Turbo-Mühle heute schneller dreht als früher – ein gesamtgesellschaftliches Phänomen übrigens, das weit über die Klassik hinausreicht –, mag stimmen. Aber verheizt wurden Sänger auch schon früher. Und Wunderkinder, die auf dem Altar des kurzzeitigen Erfolges geopfert wurden, gab es schon vor Jahrzehnten. Erinnern Sie sich beispielsweise noch an den griechischen Pianisten Dimitris Sgouros, der 1982 als Zwölfjähriger Rachmaninows drittes Klavierkonzert in der Carnegie Hall spielte, von Rostropowitsch als „Wunder“ titulierte und von der New York Times als „Jahrhunderttalent“ bezeichnet wurde?

Es gibt wohl allein Hunderte von Pianisten, die nach dem Zweiten Weltkrieg von Schallplattenfirmen groß aufgebaut und nach einigen Jahren wieder fallengelassen worden sind. Viele davon sind keine schlechten Musiker, nehmen heute für kleinere Labels auf, einige – etwa der Ende der 1990er Jahre von der Teldec ausgemusterte Boris Berezovsky – spielen heute gar um vieles besser als zu ihren medialen Glanzzeiten. Und es ist tröstlich zu wissen, dass der unzweifelhaft hochbegabte Lang Lang, der erst in den Feuilletons hochgeschrieben und dann – vielleicht als Gegenreaktion zur Popvermarktung, sicherlich aber auch, weil nicht alle seine Platten und Kon-

zerte auf demselben Niveau lagen – wieder verrissen worden ist, noch viel Zeit zum Wachsen hat. Und mit dem ehemaligen Wunderkind Daniel Barenboim als Mentor wird ihm das hoffentlich auch gelingen.

Dass Klassikünstler wie Popstars vermarktet werden, ist seit Karajans Zeiten nichts Neues. Auch Glenn Gould wurde so präsentiert. Und Luciano Pavarotti, dessen Können und Charisma außer Frage stehen und dessen großer Kunst wir in dieser Ausgabe gedenken (S. 34), hat schon in den 1990er Jahren bewiesen, dass man selbst seine stimmlichen Reste noch sehr gut verkaufen kann.

Auch Cecilia Bartoli (S. 40) wird wie ein Star inszeniert. Sie leuchtete unlängst von jeder zweiten Bushaltestelle, rollt auf einem Truck durch die Lande, wird im ZDF vor den Hauptnachrichten beworben und nach einer zweijährigen CD-Pause in einer Medien- und Marketing-Kampagne binnen Wochen wieder zum Klassik-Künstler Nummer eins erhoben.

Nur so lässt sich offensichtlich in unserer Medienwelt erreichen, dass eine neue CD mehr Käufer findet als den engeren Kreis der Kenner und Liebhaber. Man sollte andererseits nicht von der Vermarktung automatisch negative Rückschlüsse auf den Inhalt ziehen. Denn dieser Star ist kein Sternchen. Die Bartoli ist seit nunmehr zehn Jahren eine der, wenn nicht gar die erfolgreichste Opernsängerin der Welt. Und jedes neue Album, das sie veröffentlicht, ist in der Regel von einem starken Konzept geprägt. Nun hat sie sich übrigens „Maria“ verschrieben. Nicht Maria Callas, sondern Maria Malibran. Diese Mezzosopranistin wurde im 19. Jahrhundert zwar nicht vermarktet wie ein Popstar, aber von vielen sicherlich ebenso verehrt.

Viel Freude beim Lesen und Musikhören wünscht Ihnen

Gregor Willmes



Foto: Joachim Zell

