

Tonträger und Konzertsaal

Kürzlich konnte man in den Tageszeitungen lesen, dass Time Warner seine Musikabteilung verkauft habe. Kurz zuvor hatten Bertelsmann und Sony bekannt gegeben, dass sie ihre Musiksparten zusammenlegen wollen (vgl. S. 9). Beide Nachrichten wurden bei den Kommentatoren wohl zu Recht als Reaktion auf Umsatzeinbrüche auf dem Tonträgermarkt gedeutet.

Dass die – vor allem dank Internet-Download und CD-Kopien eingetretene – Misere der Schallplattenindustrie keine allgemeine Krise der klassischen Musik ist, sollte angesichts dieser Meldungen einmal festgestellt werden. Sicher, manche Probleme lassen sich in diesem Bereich nicht übersehen: etwa die seit langem schlechte Musikausbildung an deutschen Schulen. Oder bezogen auf den Tonträgerverkauf eine gewisse Sättigung der Kunden, die das Standard-Repertoire längst auf CD vorliegen haben und sich fragen, ob denn die neue Gesamteinspielung der Beethoven-Sinfonien wirklich besser ist als jene drei, die sie schon im Schrank haben.

Dass es andererseits nach wie vor Möglichkeiten gibt, Menschen für klassische Musik zu begeistern, wird gerade im Konzertbereich vorgeführt. Sowohl die Tonhalle Düsseldorf als auch die Kölner Philharmonie teilten unlängst mit, dass die Zahl der Konzertbesucher in ihren Häusern gestiegen sei. Selbst das lange als Auslaufmodell gehandelte Abo-System ist wieder gefragt (vgl. S. 8). Klassik scheint hier eher im Aufwind als im Verschwinden. Die Intendanten beider Häuser haben es wohl verstanden, ein qualitativ hochwertiges Programm mit modernem Marketing zu verbinden und damit neues Publikum zu erschließen.

Köln und Düsseldorf stehen mit ihren Bemühungen nicht alleine da. Kinder- und Jugend-Konzerte sind in vielen Städten der Renner. In einigen Konzerthäusern – beispielsweise der Hamburger Musikhalle (vgl. S. 28 f.) – versucht man nun mit „Tea-Time-

Classics“ oder „Backstage-Concerts“ besonders jene Generation der 20- bis 40-Jährigen anzusprechen, die überwiegend mit Rock- und Pop-Musik sozialisiert worden sind. Hier werden Hürden abgebaut, wird Klassik nicht als Geheimkunst für einen eingeweihten Zirkel verstanden. Das macht Hoffnung. Denn gerade das Konzert, also das lebendige Erleben von Musik, ruft häufig die stärksten Emotionen hervor. Und der eine oder andere neue Klassik-Hörer wird vielleicht seine Konzert-Erlebnisse später im heimischen Wohnzimmer vertiefen wollen.

Wir wollen in Zukunft verstärkt auf außergewöhnliche Veranstaltungen hinweisen. In unserem neuen Konzert-Magazin (S. 14 f.) – als Ergänzung zur bewährten Übersicht gedacht – stellen wir Ihnen spannende Programme und bedeutende Interpreten vor.

Eine weitere neue Rubrik führen wir mit dem Hochschul-Magazin (S. 12 f.) ein. Hier geben wir Hinweise auf Kurse und Wettbewerbe, auf neue pädagogische Ansätze und ungewöhnliche Studiengänge. Wir wollen darstellen, was in den zahlreichen Musikhochschulen unseres Landes passiert. Das dürfte selbst für jene Leser interessant sein, die nicht mit der Musik beruflich verbunden sind. Denn in den deutschen Musikhochschulen studiert noch immer ein Großteil jener Musiker, die uns in Zukunft wieder begegnen werden. Sei es nun im Konzertsaal oder auf Tonträger.

Viel Spaß beim Lesen und Musikhören
wünscht Ihnen Ihr

Gregor Willmes



Foto: Christina Gildenring

