

Originals

Neulich, bei der Durchsicht der „Originals“-Serie der Deutschen Grammophon, fiel mir wieder die Geschichte vom Barkeeper ein. Damals lief gerade die Klassik-CD von Café del mar, wir kamen ins Gespräch, und der Barkeeper hatte großes Interesse, die „Originals“ dieser Stücke zu hören. Drei Tage später brachte ich ihm eine MC mit meinen Lieblings-Aufnahmen der einzelnen Arien: Leonoras „Pace, pace“ mit Anita Cerquetti, Paminas „Ach, ich fühls“ mit Elisabeth Grümmer, Didos „When I'm laid in earth“ mit der Flagstad und so weiter. Da es schon kurz vor Ladenschluss war, legte er die Kassette gleich ein – und die Originale gefielen ihm fast noch besser, obwohl die Café-del-mar-CD zu seinen Favourites gehörte. Heile-Welt-Szene aus dem Leben eines Klassik-Missionars? Nein. Erstens gefällt mir die Café-del-mar-CD selbst sehr gut, und zweitens gibt es in diesem Fall kein Entweder-Oder. Beides ist eine Qualität für sich.

Nun bin ich zwar fest überzeugt, dass es mit dem Nachwuchs von Klassik-Hörern nicht so schlecht aussieht, wie uns die Umsatzzahlen und Markt-Analysen der letzten Jahre glauben machen. Das Potential ist da, es muss halt, auf welchem Wege auch immer, geweckt werden. Aber eins ist mir genauso klar: Selbst mit den besten Verkaufsstrategien werden „Originals“ nie den reißenden Absatz finden wie seichte Pop- und Cross-over-Versionen. Hunderttausende hören Wiener Walzer lieber von André Rieu als von Carlos Kleiber, „La donna è mobile“ lieber von Helmut Lotti als von Jussi Björling. Die einen, weil sie nichts anderes kennen. Die anderen, weil sie nichts anderes wollen. Ob es uns passt oder nicht: Hier geht es nicht um Qualität. Die ist beim Kauf von Autos oder Waschmaschinen gefragt; da wirft man schon mal einen Blick in „Stiftung Waren-test“. Was aber Kultur und Entertainment betrifft, spielt Qualität für den Großteil der Weltbevölkerung schlicht und einfach keine Rolle. Was heute die größten Chancen auf gute Einschaltquoten und Absatzzahlen hat,

ist das Mittelmaß. Und alles, was darunter liegt. Der Anspruch auf Qualität gilt als verdächtig, wenn nicht „elitär“. Warum? Eine mögliche Antwort wäre, dass alles, was sich vom Massengeschmack abhebt, verunsichert. Weil es eben „abgehoben“ ist. Weil es denen, die sich klein und unbedeutend fühlen, den Spiegel vorhält. Weil es sich nicht auf ein Maß reduzieren lässt, von dem man ruhigen Gewissens sagen kann: „Na, das kann ich auch – oder sogar noch besser!“

Das wäre auch eine mögliche Erklärung dafür, warum Persönlichkeit längst nicht mehr den Stellenwert hat wie vor zwanzig, dreißig Jahren – weder in der Politik, noch in der Kultur. Denn was bedeutet letztlich Persönlichkeit? Dass man sich als Unikat begreift – und nicht als Rädchen im Getriebe. Dass man sein Rückgrat behält und sich nicht total verbiegen lässt. Und dass man nicht alles mitmacht, nur weil es fünf Millionen andere tun. Kurz: dass man nicht nach den Regeln funktioniert, die andere aufgestellt haben. Wer das wagt, stört.

Vor diesem Hintergrund ist es kein Wunder, dass sich auch der Klassik-Markt den Verhältnissen längst angepasst hat: Spieltechnische Fertigkeit und lupenreine Wiedergabe des Gedruckten stehen an erster Stelle, Dirigenten und Instrumentalisten funktionieren wie brave Angestellte. Eigentlich ideale Voraussetzungen für die Verbreitung von Massenprodukten. Dass die erwarteten Umsätze ausbleiben, lässt aber hoffen: darauf, dass man die anderen dranlässt, die Individualisten, die Schwierigen, die Unangepassten. Ob sie mehr verkaufen werden, weiß ich nicht. Doch auf jeden Fall werden sie mehr bewirken.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viele Anregungen beim Hören, Sehen und Lesen.

Thomas Voigt
Thomas Voigt



Foto: Markus Biebricher

