

Fi-Di und Filippa

Ein Leid-Motiv der Klassik-Branche: Wie gewinnt man neue Hörer? Und immer wieder diesselbe Verlegenheitslösung: Verschnitte à la Brightman und Rieu. Dass die zwangsläufig in eine Sackgasse führen, wurde einmal mehr deutlich bei der diesjährigen ECHO Klassik-Gala in Berlin (siehe S. 24). Glaubt auch nur einer in der Klassik-Branche wirklich daran, dass sich Fans von Filippa Giordano nach deren „Casta Diva“-Version nun auch das „Original“ mit der Callas zulegen? Oder umgekehrt: Dass es Bewunderern des für sein Lebenswerk ausgezeichneten Dietrich Fischer-Dieskau plötzlich nach Crossover gelüstet? Es sind schlicht und einfach zwei ganz verschiedene Zielgruppen, und die Schnittmenge dürfte ähnlich klein sein wie die zwischen den Lesern der „Bild“ und denen der „Zeit“. Und so, wie (fast) jede Zeitung ihre Zielgruppe selbstverständlich berücksichtigt, sollten sich auch Produzenten von Klassik-Sendungen zuallererst fragen: Für wen? Zumal, wenn es sich um eine öffentlich-rechtliche Anstalt handelt. Das Argument: „Auch wir brauchen Zuschauerzahlen“ ist zwar, mit Rücksicht auf den Erfolgsdruck, der auf einzelnen Redaktionen lastet, voll verständlich; aber es darf nicht das entscheidende sein. Dass für private Sender zuallerst die Einschaltquote kommt, darüber muss man nicht diskutieren. Wenn aber bei den Öffentlich-Rechtlichen dieselbe Einstellung herrscht, kann von Kultur-Auftrag keine Rede mehr sein. Entweder – oder: Entweder nimmt man seine Verantwortung ernst und achtet auf bestimmte Qualitätskriterien. Oder man gibt die Verantwortung ab. Aber nicht versuchen, es allen recht zu machen. Das Gegen-Argument: „Wir dürfen potentielle Zuschauer nicht durch ein elitäres Pro-

gramm aussperren“ ist für meine Begriffe nichts anderes als ein Euphemismus für Resignation. Resignation vor der Diktatur des Massengeschmacks. Wer sich ihr unterordnet, hat meist Erfolg. Wer dies nicht tut, dem weht der Wind kalt ins Gesicht.

Und was heißt schon „elitär“? Klassik ist per se nicht elitär. Nur wird sie noch viel zu oft als elitär verkauft, als Fünf-Sterne-Menü für gutbetuchte Gourmets oder als strenge Kost für Musikwissenschaftler. Doch zwischen solchen Veranstaltungen und den Nummern von Filippa Giordano gibt es immerhin ein breites Spektrum von großer Kunst, die man auch einem größeren Publikum zugänglich machen kann. Man muss nur wissen, wie. In den USA weiß man es seit Jahrzehnten: Ob Bernsteins Kinder-Konzerte oder das Met-Konzert von Beverly Sills und Carol Burnett – Möglichkeiten gab und gibt es genug. Dass sich die Klassik-Branche den Regeln des Pop-Business anzupassen hat, muss ja nicht zwangsläufig den Verlust sämtlicher Qualitätskriterien bedeuten. Manchmal wünschte ich mir, dass Crossover-Produzenten erst mal lernen sollten, einen handwerklich ordentlichen Video-Clip zu produzieren, bevor sie ihre Leute ins Fernsehen bringen.

Viel Freude beim Lesen und wenig Stress in der Vorweihnachtszeit wünscht Ihnen Ihr

Thomas Voigt

Thomas Voigt

