

Sinfonien aus dem Internet?

Im Ruhrgebiet spiegeln das Harenberg City-Center in Dortmund und die Privatuniversität Witten/Herdecke den Wandel der Region vom Industrie- zum Dienstleistungs- und Kulturraum. In den beiden architektonisch herausragenden Gebäuden fanden nun an zwei aufeinanderfolgenden Tagen unabhängig voneinander Veranstaltungen statt, in denen es um die Zukunft der klassischen Musik ging.

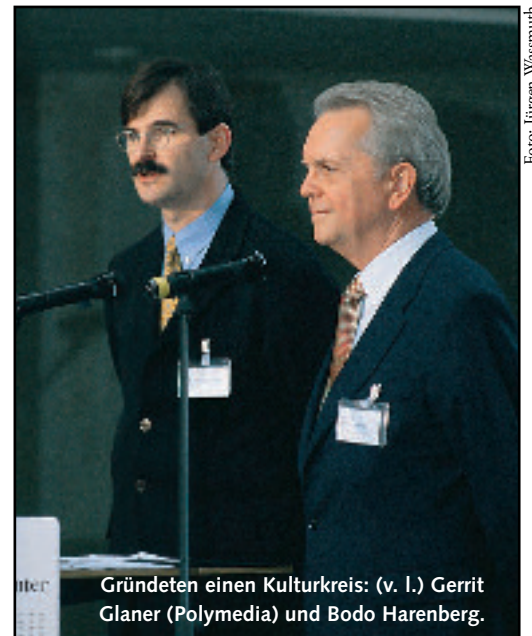


Foto: Jürgen Wassmuth

Gründeten einen Kulturkreis: (v. l.) Gerrit Glaner (Polymedia) und Bodo Harenberg.

In Dortmund wurde auf Initiative des Harenberg Verlages und der Polymedia Marketing Group der Kulturkreis Buch und Medien gegründet. Dieser soll wie ein Netzwerk funktionieren und hat sich zum Ziel gesetzt, „für die Medien Buch und Schallplatte/CD zu werben und damit zur Erhaltung und Verbreitung dieser Medien, die Existenzgrundlage für beide Fachhandels-sparten sind, beizutragen“. Es gab Vorträge und Diskussionen zum Thema „Kultur in der Freizeit des 21. Jahrhunderts“. Und natürlich ging es dabei vor allem um die Frage: Wie bringe ich die Kultur – seien es Bücher oder CDs – im 21. Jahrhundert an den Käufer?

Peter Gartiser, Geschäftsführer der Münchener Werbeagentur Pantos, versuchte ein Bild des derzeitigen kulturellen Lebens in Deutschland zu zeichnen, um dann – in Anlehnung an die Ergebnisse des Freizeitforschers Horst W. Opaschowski – einen Blick ins nächste Jahrhundert zu werfen. „Die Zielgruppe für die sogenannte klassische Kultur besteht aus 20 Mio. gelegentlichen Besuchern“, stellte Gartiser fest, „davon nutzen fünf Mio. – als Kernziel-

Was will die Generation @?

gruppe – das Kulturangebot regelmäßig, mehrmals wöchentlich besuchen 200.000 Menschen eine Kulturveranstaltung“. In Zukunft – meint Gartiser – müsse die Kultur noch stärker als bisher mit anderen Freizeitbeschäftigungen wie Spiel und Sport, Gesprächen, Geselligkeit oder Medien-nutzung konkurrieren. Gartiser: „Fast 40 Prozent aller Personen im Ruhestand sehen täglich mehr als drei Stunden fern.“ Und die „Generation @“, die heute 14- bis 29-jährigen, wollten alles sehen, hören und erleben und vor allem nichts verpassen. Sie

nutzten neben Radio und Fernsehen gleichberechtigt Video, CDs und Computer und würden mit einer immer schnelleren Abfolge von Bildern und Informationen konfrontiert. „Für die Zukunft ist zu befürchten, daß immer mehr Menschen sich nicht über längere Zeiträume mit den gleichen Dingen beschäftigen können“, meint Gartiser. Ob sich diese Generation noch auf eine Mahler-Sinfonie oder ein Wagner-Drama einlassen wird?

Die klassische Kultur werde in Zukunft auf ein geändertes Konsumverhalten treffen, so Gartiser weiter. Aus der Bildungskultur werde zunehmend eine Unterhaltung- und Erlebniskultur. Und das Erlebnis beginne schon beim Einkauf: Der Handel, der nur handelt, sterbe aus. Dem Buch-Cafe oder dem Home-Shopping in London gehöre die Zukunft.

Wer nachmittags die Diskussion erfolgreicher Buch- und Klassik-CD-Händler verfolgte, der bekam diesen Eindruck bestätigt. Denn neben guter Beratung und einer relativ großen Verkaufsfläche zeichnet Beck in München, Dussmann in Berlin oder die Osian-dersche Universitätsbuchhandlung in Tübingen vor allem eines aus: Sie alle machen das Einkaufen zum Erlebnis. Und daß all diese Händler in Zukunft auch über das Internet ihre Produkte anbieten wollen – oder es bereits erfolgreich tun – entspricht einem Trend.

Denn Fakt ist, daß bereits 1998 CDs mit klassischer Musik im Wert von insgesamt 33,5 Mio. Mark per Versandhandel verkauft worden sind, während der Fachhandel im selben Zeitraum nur noch ein Umsatzvolumen von 27 Mio. Mark aufweisen

konnte. Diese Zahlen nannte Joachim Tresp von der Gesellschaft für Konsumforschung, der die Frage „Wer sind die Kunden von morgen?“ in den Blick nahm, aber eher die Kunden von heute beschrieb. Tresp machte darauf aufmerksam, daß Bücher wie klassische Musik überwiegend von einem älteren, finanziell unabhängigen Bildungsbürgertum gekauft würden – und wies anschließend anhand von Statistiken auf den Rückgang der Geburten und die Überalterung der Gesellschaft hin. Die These, die daraufhin im Raume stand – daß man nur lange genug warten müsse, da die Überalterung der Gesellschaft automatisch zu neuen Klassik-Kunden führen werde – ist jedoch höchst anfechtbar. Denn wer in seiner Jugend Rock-, Pop- oder gar Techno-Musik gehört hat, wird diese wohl auch im Alter bevorzugen, sie dann vielleicht sogar – weil die Jugend längst anderen Trends hinterherläuft – geradezu als „klassisch“ empfinden.

Oliver Schulten, Geschäftsführer von Universal Classics, sieht den Kunden von morgen eher im Fachgeschäft als vor dem Computer. „Klassikkonsumenten wollen kommunizieren, sich austauschen, Tonträger in die Hand nehmen. Das Erlebnis des persönlichen Einkaufs kann das Internet nicht bieten“, erklärte er. Auch in Zukunft wolle Universal „Persönlichkeiten mit Ausstrahlung“ wie Cecilia Bartoli oder Jean-Yves Thibaudet aufbauen und vermarkten. Daß Schulten anschließend den Preisverfall von Klassik-CDs monierte und feststellte: „Musik kostet Geld!“, überraschte. Schließlich verhökert Universal zur Zeit in zahlreichen Niedrigpreiserien das Tafelsilber aus alten Zeiten.

Ganz andere Ansichten als Oliver Schulten vertritt in puncto Internet Ralph Peer II.

Einen Tag vor der Dortmunder Veranstaltung verlieh die Fakultät für das Studium fundamentale der Privatuniversität Witten/Herdecke dem amerikanischen Musikverleger die Ehrendoktorwürde „für seine Verdienste um den Urheberschutz“ und „für sein Engagement zum Erhalt der Neuen Musik, die er mit Gewinnen seines Unternehmens aus dem Popbereich unterstützt“. Peer leitet die größte private Musikverlagsgruppe der Welt, mit 300 Angestellten, die in 27 Ländern arbeiten. Sein Vater, Ralph S. Peer, hat das Unternehmen vor allem mit seinen Erfolgen im Bereich der Populärmusik groß gemacht. Vater und Sohn haben u. a. mit Interpreten wie Louis Armstrong, Nat King Cole, Julio Iglesias, Ray Charles, Edith Piaf, Frank Sinatra, Elvis Presley, den Rolling Stones und Whitney Houston Geld verdient. Heute vertritt die Verlagsguppe mehr als 1000 Komponisten und über 500.000 Copyrights aus allen Sparten der Musik. Peer ist Verleger von Klassikern der Moderne wie Charles Ives und Silvestre Revueltas und arbeitet heute mit Komponisten wie Theo Loevendie (Holland), Tania Leon (Kuba) oder dem Deutschen Mathias Spahlinger zusammen.

Peer II. vertritt die Meinung, daß es heute nicht mehr ausreiche, nur Partituren herzustellen. Man müsse die Werke auch aufnehmen, um sie bekannter zu machen. Eine Frucht dieser Firmenphilosophie ist u. a. eine CD mit Werken Stefan Wolpes – mit der ersten Sinfonie und der Kantate „Yigdal“ –, die von peermusic produziert, von Arte nova veröffentlicht (CD 74321 46508 2) und vom Fono Forum mit dem Stern des Monats Oktober '97 ausgezeichnet worden ist. Als weitere Gemeinschaftsproduktion kam kürzlich Theo Loevendies „Die Nachtigall“ für Sprecher und Orchester bei Arte nova heraus (CD 74321 55339 2), die vom Verband deutscher Musikschulen mit dem Prädikat „gute Musik für Kinder“ versehen worden ist.

In Bezug auf das Internet zählt Ralph Peer II. zu den Pionieren. Bereits 1995 stellte sein Unternehmen als eines der ersten aus der Musikbranche unter dem Namen www.peermusic.com eine eigene Seite ins Netz. Kurz darauf erweiterte peermusic das Angebot um die Seite www.syncsite.com, die professionellen Musikern und Musik-

managern die Möglichkeit gibt, über das Internet Musik aus dem Katalog der Firma auszusuchen und sich lizenzieren zu lassen. 1998 war peermusic die erste internationale Musik-Firma, die eine Website kreierte, von der aus man Musik direkt herunterladen kann (www.digitalpressure). Und Ralph Peer II. sieht im direkten Herunterladen einen wichtigen Teil des Musikgeschäfts der Zukunft. Peer: „Es wird für lange Zeit nicht

Musik zum Herunterladen

der einzige Weg sein, an Musik zu gelangen. Aber es ist ein sehr müheloser.“ Man müsse sich zwar erst mit den dazugehörigen Geräten vertraut machen – und das sei zur Zeit noch eine hohe Hürde. Aber viele Studenten würden heute schon Texte aus dem Internet herunterladen. Und das unterscheide sich nicht wesentlich vom Herunterladen von Musik. Peer ist sich sicher: „Es wird bald eine Generation geben, die weiß, wie man es macht.“

Auch die Frage des Copyrights sei im Internet kein Problem, da man Seiten, die Produkte ohne die dazugehörigen Lizenzen vertreiben, relativ leicht finden und herausnehmen könne. Peer: „So bekommt das Internet die Funktion eines Vertriebes rund um die Welt, bei dem man sicher sein kann,

herunterzuladen.

Das Argument des Haptischen – daß es etwas anderes sei, eine CD in die Hand zu nehmen und zu kaufen als die Musik im Internet herunterzuladen – läßt Peer nicht gelten: „Wenn man Musik oder ein Video kauft, ist das nichts, was man berühren kann. Man kann nur eine Substanz berühren. Ich glaube nicht, daß das Haptische die CD attraktiv macht.“ Für diese spreche zur Zeit noch die bessere Klangqualität und das Eingeführtsein der Geräte am Markt. Aber das werde sich ändern.

Wenn man Peers Position weiterdenkt, kommt man zu dem Schluß: Gerade für Nischenprodukte – wie letztlich die zeitgenössische Musik – kann das Herunterladen im Internet die ideale Vertriebsmöglichkeit werden. Denn das Internet gibt dem im Gegensatz zur Masse relativ kleinen, aber international gesehen dann doch wieder recht großen Nischenpublikum die Möglichkeit, weltweit ohne großen Aufwand an seine Produkte zu kommen. Auch bezogen auf den Backkatalog mancher Firmen ergeben sich ungeahnte Möglichkeiten: Wenn das Problem der Speicherkapazität aus der Welt geräumt ist, können Plattenfirmen im Internet ihren gesamten Katalog ohne große Lagerhaltungskosten anbieten und jederzeit abrufbar halten. Dazu müßten zwar Urheberrechtsfragen geklärt werden. Denn Künstler wie Brendel, Rattle oder Abbado müßten ihre Zustimmung geben, bevor man ihre alten Aufnahmen ins Netz stellt. Davon abgesehen könnte das Internet zum wichtigen Vertriebsmedium für Musik werden. Und angesichts dessen, was Zukunftsforscher über die „Generation @“ denken, kann man behaupten: In Zukunft spielt die klassische Musik verstärkt im Internet.

Gregor Willmes



Sieht das Internet als Chance an: Ralph Peer II.



daß das, was verkauft wird, auch mit Recht vertrieben wird.“

Zur Zeit kann man von Peers Internetseite ausschließlich Popmusik herunterladen. Das liege daran, daß das Kodierungssystem MP3 für diese Musikrichtung am besten geeignet sei. Die dynamische Weite der klassischen Musik könne bei MP3 noch nicht adäquat eingefangen und vermittelt werden. Aber es würden gerade andere Kodierungssysteme entwickelt, so daß man schon im nächsten Jahr technisch in der Lage sein werde, ganze Sinfonien

„Toblacher Komponierhäuschen 1999“

Im Rahmen der
19. Gustav-Mahler-
Musikwoche
prämierte die Jury
am 18. Juli 1999
folgende
Aufnahmen:



Die diesjährige Mahler-Jury: (v.l.) Attila Csampai (Vorsitz, München), Fono Forum-Chefredakteur Thomas Voigt (Köln), Dietmar Holland (München), Reinmar Wagner (Zürich) und Norman Lebrecht (London).

Kategorie A (Mono-Aufnahmen)

Mahler, **Sinfonie Nr. 8**
Mimi Coertse, Hilde Zadek,
Lucretia West, Ira Malaniuk,
Giuseppe Zampieri, Hermann
Prey, Otto Edelmann, Konzert-
vereinigung Wiener Staats-
operchor, Singverein der
Gesellschaft der Musikfreunde,
Wiener Sängerknaben, Wiener
Philharmoniker, Dimitri Mitro-
poulos
Salzburg 1960 (live)
Orfeo 2 CD C 519 992 B

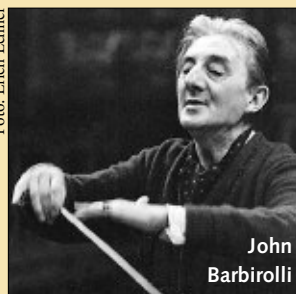


Trotz begrenzter Klangqua-
lität und einiger vokaler Unge-
nauigkeiten gehört diese Live-
Aufnahme von den Salzburger
Festspielen 1960 zu den zentra-
len Dokumenten in der Disko-
graphie von Mahlers Achter.
Fern jeder Oberflächenbrillanz
trifft diese letzte Mahler-Auf-
führung von Dimitri Mitropou-
los ganz den Nerv des Werkes.
Die unerhörte intensive, drama-
tisch impulsive Interpretation
zieht mit konsequent breiten
Tempi einen ungeheuren Span-
nungsbogen vom ersten bis zum
letzten Takt der monumentalen
Partitur.

Kategorie B (Stereo-Aufnahmen)

Mahler, **Sinfonie Nr. 3**
Kerstin Meyer, Ladies of the
Hallé Choir, Boys of Man-
chester Grammar School, Hallé
Orchestra, John Barbirolli
Manchester, 23. Mai 1969
BBC Legends/Musikwelt
2 CD BBCL 4004-7

Foto: Erich Lehner



John Barbirollis späte BBC-
Produktion von Mahlers dritter
Sinfonie mit dem britischen
Hallé-Orchester ist ein Meilen-
stein in der Mahler-Diskogra-
phie. Es ist das einzige derzeit
greifbare Dokument der Dritten
von Barbirolli und zeigt den da-
mals 69jährigen auf dem Höhe-
punkt seines gleichermaßen re-
flektierten wie ausdrucksstarken
Mahler-Stils. Die bislang unver-
öffentlichte Aufnahme unter-
streicht erneut Barbirollis tief-
schürfende Ernsthaftigkeit und
erreicht den höchsten Grad von
Authentizität: Die wunderbare
D-Dur-Schlußapotheose meidet
jede Sentimentalität und ent-
hüllt mit herbem Pathos die tra-
gischen Tiefendimensionen die-
ser Musik.

Kategorie C (Neuerscheinungen)

Mahler, **Sinfonie Nr. 9**
Cleveland Orchestra, Christoph
von Dohnányi
Cleveland, Mai 1997
Decca 2 CD 458 902-2



Innerhalb der umfangrei-
chen Diskographie der neunten
Sinfonie stellt Christoph von
Dohnányis Neuaufnahme mit
dem Cleveland Orchestra einen
Qualitätssprung dar. Es gelingt
ihm, neben äußerster Transpa-
renz und Detailtreue die große
lyrische Linie herzustellen und
aus einer klassizistischen Dis-
stanz, und dennoch einfühlsam
und inspiriert, auf Mahlers Ab-
schiedsbotschaften zu blicken,
dabei jedes Pathos und jede
überbordende Sentimentalität
zu vermeiden. Man spürt die
Pionierarbeit des großen George
Szell, und so scheinen die star-
ken, expressiven Tendenzen des

Werks stets objektiv eingebun-
den in eine lichte, schlanke,
leuchtende Architektur, die den
Zuhörer aber nirgends emotio-
nal bedrängt, sondern auf eine
intelligente und noble Weise die
innere Abgeklärtheit dieses letz-
ten großen Meisterwerks der
Tonalität entfaltet. Selten klang
der Adagio-Schlußsatz der
Neunten so lyrisch-fließend, un-
präntiös und rhetorisch plausi-
bel wie in dieser natürlichen,
luftdurchlässigen Interpretation
eines wichtigen Mahler-Dirigen-
ten, der sich bestens eingestellt
hat auf Mahlers neue Rolle eines
„Klassikers“.



Für seine ungebrochene Mahler-Tradition, dokumentiert in dieser
12-CD-Box mit Rundfunkmitschnitten aus den Jahren 1948-82,
wurde das New York Philharmonic Orchestra ausgezeichnet, dem
der Komponist von 1909-11 selbst als Chefdirigent vorstand.



In dieser Hütte, die dem Preis den Namen gab, arbeitete Mahler u.a. an seiner Neunten.

Sonderpreis

an das New York Philharmonic Orchestra für seine große Mahler-Tradition und die CD-Dokumentation „The Mahler Broadcasts 1948-82“, Sinfonien Nr. 1-10, Das Lied von der Erde, Lieder eines fahrenden Gesellen; Dirigenten: John Barbirolli, Zubin Mehta, Pierre Boulez, Georg Solti, Klaus Tennstedt, Dimitri Mitropoulos, Rafael Kubelik, Bruno Walter, Leopold Stokowski, William Steinberg Special Editions 12 CD NYP 9801-9812 (in Deutschland erhältlich bei Beck, München)

Der Sonderpreis der Toblacher Jury geht 1999 an das New York Philharmonic, das traditionsreichste Mahler-Orchester Amerikas, für seinen unermüdlichen und leidenschaftlichen Einsatz für das Werk Gustav Mahlers – und dies schon lange bevor der Mahler-Boom einsetzte. Diese Tradition wird vorbildlich dokumentiert in der 1998 publizierten 12-CD-Edition „The Mahler Broadcasts“, die das Gesamtwerk Gustav Mahlers in herausragenden, bislang größtenteils unveröffentlichten Rundfunk-Konzerten des Orchesters aus den Jahren 1948-1982 vorstellt, unter so bedeutenden Mahler-Dirigenten wie Dimitri Mitropoulos, Bruno Walter, John Barbirolli, Leopold Stokowski, Klaus Tennstedt u. a. Ohne das kontinuierliche Engagement der New Yorker Philharmoniker für ihren vormaligen Chefdirigenten wäre die späte Rehabilitation des Komponisten Mahler bestimmt nicht so triumphal vonstatten gegangen.

Mit Kompetenz und Witz

Wer das Vergnügen hat, ihn aus der Nähe kennenzulernen, wird überrascht sein: Nikolaus Harnoncourt ist nicht so ernst und streng wie auf den Fotos, die man von ihm kennt. Im Gegenteil. Der Dirigent, er wird kommenden Dezember siebzig, verfügt über einen trockenen, wohlpointierten Humor.

In einer der vielen, für seine Verhältnisse erstaunlich privaten Selbstaussagen der soeben im Salzburger Residenz Verlag erschienenen Harnoncourt-Biographie von Monika Mertl beschreibt er beispielsweise einen weiteren Wesenszug, die Willensstärke: Aus Angst vor der Heftigkeit seiner Zornausbrüche schon als Kind habe er „versucht, das wegzutrainieren, wohl etwas übertrieben, denn dieser berühmte Kniereflex, der funktioniert bei mir seither nicht mehr“ [S. 29].

„Ich bin nicht engagierbar“ heißt es leitmotivisch auf Seite 264. Seit Beginn seiner Musikerlaufbahn im kriegszerstörten Wien 1947 (er trug „aus dritter Hand erworbene Tennisschuhe, die er, statt mit Schuhbändern, mit gerissenen Saiten zubündet“ [S. 54]) hat er nie eine feste Stelle als Dirigent angenommen („Es ist die große Gefahr in diesem Beruf, daß man über den Tageskonflikten den Realitätssinn verliert und sich selbst falsch einschätzt“ [S. 108]). Wohl saß er 17 Jahre als Cellist an den Pulten der Wiener Symphoniker („Abstumpfen ist fast unvermeidlich“ [S. 105]) und leitet seit nun 45 Jahren eines der wichtigsten Kammerorchester der Klassikwelt, den Modellfall der historischen Aufführungspraxis Concentus Musicus Wien („Das einzig Authentische im Concentus Musicus ist das Erleben“ [S. 130]).

Richtig gepackt haben ihn aber immer nur Vorhaben, Ideen,

komplexe Arbeitsgebiete wie die Rekonstruktion des Monteverdi- oder Bach-Klangs, die Entdeckung des „eigentlichen“ Haydn oder Mozart oder Beethoven, die Freilegung Schumanns oder Brahms' im Licht der aufführungspraktischen Erkenntnisse, die er allerdings überwiegend mit den geliebten alten Instrumenten sammelte. Be-

„Ich bin nicht engagierbar“

flügelt haben ihn dabei die Orchester, die er jeweils gefunden hat, als ideale Partner – neben dem orchestralen Zuhause des Concentus das Züricher Opernorchester, das Concertgebouw Orkest, das Chamber Orchestra of Europe und zuletzt die Berliner Philharmoniker.

„Ihm waren äußerliche Dinge nicht wichtig“, resümiert Musikerfreund Alfred Altenburger diese Karriere. „Er hat sich auch nie rasiert, wenn's nicht nötig war“ [S. 54]. Von den unvermeidlichen „karierten Flanellhemden“, die Nikolaus Harnoncourt trägt, wenn er keinen Frack anziehen muß, ist gleichfalls die Rede [S. 91]. Dahinter steckt äonentiefes Unverständnis für Marketingstrategien, Moden und Eitelkeiten.

Er ist in vielem das Gegenmodell zu Herbert von Karajan, der, selber Chefdirigent, den jungen Harnoncourt 1952 bei den Wiener Symphonikern engagierte („Ich habe ihn unheimlich bewundert“ [S. 100]), ihn später argwöhnisch beäugte und schließlich verhinderte, wo immer er konnte. Vergeblich.



Monika Mertl erzählt diese Musikerbiographie mit viel Witz, Sympathie und einer Sachkenntnis, die aus jahrelanger freundschaftlicher Nähe zu den Harnoncourts kommt. Im Untertitel taucht Alice Harnoncourt als gleichberechtigte Partnerin noch auf. Im Text sind ihr leider nur 15 der 275 Textseiten eigens gewidmet („Eine Fülle von Macht, die sie nie ausspielt [...] Ihrer Bescheidenheit fehlt der Beigeschmack der Selbstverleugnung“ [S. 82]). Immerhin wäre Nikolaus Harnoncourts Lebensleistung ohne sie, die Managerin, Redakteurin, Mutter vierer Kinder und langjährige Konzertmeisterin des Concentus, nicht möglich gewesen.

Den distanzierten Blick hat die Biographin über ihre Nähe zum Gegenstand nicht verloren. Das Konzept für eine übersichtliche Abfolge ihres Materials indes auch nicht recht gefunden. Einige, nicht gravierende, Wiederholungen und leicht verwirrende Zeitsprünge sind die Folge. In summa ist ihr eine nach Lebendigkeit, Kompetenz und Witz sehr angemessene Darstellung gelungen.

Stefan Siegart

Monika Mertl: Vom Denken des Herzens. Alice und Nikolaus Harnoncourt. Eine Biographie. Residenz Verlag, Salzburg und Wien 1999, 299 S., mit CD, DM 54,80