

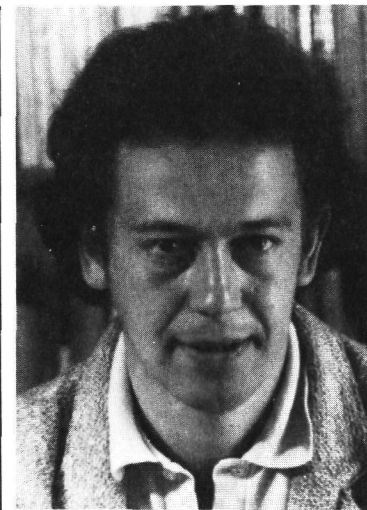
Etikettenschwindel

Franzpete Messmer

Alte Musik verkauft sich offenbar besonders gut unter dem Etikett „mit Originalinstrumenten“. Dem gläubigen Schallplattenkäufer suggerieren die Werbestrategen damit, daß hier die originale Einspielung vorliege. Denn wer verbindet nicht sofort die „Originalinstrumente“ mit der „Historisch-authentischen Aufführungspraxis“? Ein kritischer Blick in das Schallplattenbeheft zeigt allerdings häufig, daß hier nicht nur eine Verführung, sondern noch mehr vorliegt. Etikettenschwindel. Der Beweis ist einfach zu erbringen: So firmiert beispielsweise der „Concentus musicus Wien“ zwar unter dem in Klammer hinzugefügten Siegel „mit Originalinstrumenten“, verwendet aber Clarinhörner, die Heinrich Thein 1978 in Bremen nach einem Instrumentenpaar von Friedrich Ebe aus dem Jahr 1730 gebaut hat, oder eine Oboe d'amore von Paul Hailperin aus dem Jahr 1975. Die Instrumente, die hier gespielt werden, sind also keine Originalinstrumente, sondern das Gegenteil: Kopien. In einer Zeit der „Originalausgaben“, „Original“- bzw. „Urtexte“ wiegt dieser Etikettenschwindel schwer, denn ein Wort, das nur aus philologischer Akribie seine Autorität bezieht, wird zum Kundenfang mißbraucht.

Sicher, man könnte diesen Vorwurf als Buchstabenkrämerei abtun. Man könnte darauf verweisen, daß doch jeder wisse, worum

es geht: um den originalen Klang – und da sei es dann doch auch nicht ausschlaggebend, ob originale alte Instrumente oder Nachbauten, die diesen entsprechen, gespielt würden. Die Bedeutung alter Instrumente für die Aufführung Alter Musik soll hier keineswegs unterschätzt und muß hier auch nicht besonders dargelegt werden. Dennoch beruht dieses Argument auf einigen Trugschlüssen: Ganz abgesehen davon, daß die Klangqualität von Neubauten nie völlig der der alten Instrumente entspricht – im Fall der Violine beispielsweise wurde nach Stradivari vergeblich versucht, klanglich gleichwertige Geigen herzustellen –, besteht ein weiter Weg zwischen dem Instrument und der Musik, die erklingt: Artikulation, Intonation, Verzerrungen und manches andere kommen hinzu – und genügen auch noch nicht, wenn den Musikern Einfühlungsvermögen und Verständnis für die Alte Musik fehlen. Um auf die Werbestrategen zurückzukommen: Sie folgen einem Zug unserer Zeit, wenn sie auf den Schallplattenhüllen die Instrumente in den Mittelpunkt stellen. Was dem Rennfahrer sein Porsche und dem Tennisprofi sein Schläger, das ist den Interpreten Alter Musik ihre Jakob-Stainer-Geige: ein Fetisch für den sportlichen Erfolg bzw. für den Originalklang. Hierbei tritt ein allgemein gültiges Phänomen zu Tage: Wir vertrauen heute nicht so sehr auf die Persönlichkeit, auf das Geistige, sondern vielmehr auf das Handfeste, eben das Materielle, das uns die Qualität einer Sache – auch der Musik – viel eher zu garantieren scheint. So



wie es hervorragende Stereoanlagen gibt, die High-Fidelity – das heißt: originalgetreue Wiedergabe! – versprechen, so gibt es eben auch diese sogenannten Originalinstrumente für den Originalklang Alter Musik. Zur Ironie dieses Phänomens gehört, daß dieses blinde Vertrauen in die Apparate gerade besonders im Bereich der Alten Musik gepflegt wird, die so mehr zu einem Symptom unserer Zeit als zur Rückwende in die Vergangenheit wird. Damit hat die Alte Musik sogar den herkömmlichen Musikbetrieb, wie er sich aus der Romantik entwickelt hat, an „Modernität“ übertroffen: bei einem Heifetz, Perlman oder Zukerman spielt, was den Schallplattenhüllentext anbetrifft, das „Werkzeug“ nicht eine so zentrale Rolle. Obwohl auch hier ein altes Originalinstrument – freilich durch die Veränderung der Mensur auf Lautstärke getrimmt – verwendet wird, bleibt es ungenannt. Den Pionieren der Alten Musik, wie beispielsweise Nikolaus Harnoncourt oder Gustav Leonhardt, geht es sicherlich um mehr als die „Originalinstrumente“: um „Wege zu einem neuen Musikverständnis“ (Harnoncourt: „Musik als Klangrede“). Aber sie sind gleichzeitig den Mechanismen der modernen Welt ausgeliefert, wollen sie Erfolg haben – und diese Mechanismen verkehren oft die Bemühungen um das Alte in allzu Modernes, und zwar im schlechten Sinn. Dies gilt es zu beklagen.

Ein Jahr lang FonoForum. Eine wirklich glänzende Idee für ein Weihnachtsgeschenk.

Popfreunde finden ihre Informationen heutzutage reichlich in allen Medien. Der Klassik-Liebhaber hat es da schon etwas schwerer. Ein Glück, daß es FonoForum gibt, die Zeitschrift für klassische Musik und ihre adäquate HiFi-Wiedergabe. Das FonoForum-Einjahres-Abo ist ein geradezu ideales Weihnachtsgeschenk für jemanden, den dieser Themenbereich interessiert. Es kostet nur DM 66,- und macht zwölfmal Freude.

COUPON Bitte liefern Sie FonoForum für 12 Monate (beginnend mit Heft 1/84) frei Haus an:

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Schicken Sie mir die Zahlungsunterlagen über den Gesamtpreis von DM 66,- sowie einen geschmackvoll gestalteten Geschenk-Gutschein, damit ich dem Beschenkten etwas Greifbares unter den Christbaum legen kann. Meine Adresse:

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Die erste Lieferung erfolgt nach Eingang meiner Zahlung. Das Abonnement endet automatisch nach einem Bezugsjahr, wenn es nicht verlängert wird.

Bitte abschicken an:
JV Journal Verlag, Leserservice
Postfach 1123, 8057 Eching

Vertrauensgarantie

Diese Vereinbarung kann innerhalb einer Woche widerrufen werden. Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs an:
J.V. Journal Verlag, Leserservice, Postfach 1123, 8057 Eching

Daß ich diese Garantie zur Kenntnis genommen habe, bestätige ich durch meine Unterschrift.

Unterschrift _____

Datum _____