

ZUR DISKUSSION

Agenten-
Wegbereiter
oder Hemmschuh
von Karrieren?

Der Agent mit „seinen“
Künstlern: Andreas von
Bennigsen („Artists Manage-
ment“) (Foto rechts),
Eugen Jochum (links) und
der Geiger Victor Tretjakov
(Mitte) in der Berliner
Philharmonie



MIT TALENTEN WUCHERN

Von Marie-Luise v. Schuckmann

Geht es wirklich nicht ohne sie, jene Drahtzieher im Hintergrund, die grauen Eminenzen, die als imaginärer Schatten hinter jedem Künstler zu stehen scheinen und bestimmen, wo, wann und vor allem für welche Gage er auftritt? Das Berufsbild des Konzertagenten schwankt zwischen dem des trockenen, unsensiblen Bürokraten und dem des gerissenen Geschäftemachers auf Kosten des Künstlers. Dazu kommt der oft gehörte Vorwurf, mehr oder minder schuld an dem zugegebenermaßen oft eintönigen klassischen Repertoire zu sein, das dem Konzertpublikum in aller Welt geboten wird. Bach, Mozart und Beethoven und kein Ende – die „Nummer Sicher“ auf jedem Programmzettel.

Einer der jüngeren Agenten mit Mut zum Risiko und insofern vielleicht ein heute untypischer Vertreter seines Berufsstandes ist Andreas von Bennigsen, Inhaber der Agentur „Artists Management“ mit Sitz in Vaduz und Feldkirch. Er ist seit über 12 Jahren im Geschäft und daher auch mit dem gesamten bundesdeutschen Musikmarkt eng vertraut. Zu Anfang seiner Laufbahn wollte er von Liechtenstein aus auch im süddeutschen Raum Konzerte veranstalten, kollidierte aber bald mit den örtlichen Veranstaltern und beschränkt sich seitdem auf die Betreuung einer ständig wachsenden Künstlergemeinschaft sowie auf die Organisation von Auslandstourneen, einschließlich nach Australien und Südafrika. Zwei Jahre lang manage- te er – damals noch ganz am Anfang seiner

Tätigkeit – Arturo Benedetti Michelangeli und brachte es u. a. fertig, daß „I Musici di Roma“ dank seiner Bemühungen nach 10-jähriger Abstinenz wieder eine England-Tournee unternehmen. Aufgrund seiner „neutralen“ Position in der Schweiz und Liechtenstein verfügt er außerdem über ungetrübte Beziehungen zur staatlichen Künstleragentur der UdSSR. Bennigsen erklärte sich bereit, in „FonoForum“ zu einigen Fragen seines Metiers Stellung zu nehmen.

Was den Vorwurf der einseitigen musikalischen Kost angeht, sagt Andreas von Bennigsen: „Die Programmauswahl ist für den Veranstalter ein vielschichtiges Problem. Den zahlenmäßig größten Bestandteil des Konzertpublikums stellen die Abonnenten dar,

deren Wünsche der Veranstalter natürlich nicht total übergehen kann. Zeitgenössische Musik zieht da vorläufig immer noch den kürzeren gegenüber dem klassischen Repertoire. Man kann nicht verlangen, daß der Durchschnittskonzertgänger tatsächlich beurteilen kann, ob ein zeitgenössisches Werk von erstklassiger oder mäßiger Qualität ist. Moderne Musik ist ja zum größten Teil intellektuell, abstrakt und regt die Emotionen des Zuhörers in keiner Weise an. Natürlich ist jeder Veranstalter bemüht, nicht drei Jahre hintereinander Beethovens „Appassionata“ im Abonnement zu offerieren, wenn aber einer der Weltklasse-Pianisten ausgerechnet dieses Werk im Programm haben sollte, nimmt man das in Kauf, eben weil man dem Publikum einen Künstler von Weltrang bietet, was bei den heutigen Gagen nicht jeden Tag der Fall sein kann. Normalerweise wird das Publikum diese Überlegung auch nachvollziehen können, aber die Presse wird vermutlich die Einfallslosigkeit des Programms kritisieren. Ich glaube, hier muß man unterscheiden zwischen privaten Veranstaltern, subventionierten Veranstaltern (Festivals) und den Rundfunkanstalten, die ja auch als Veranstalter fungieren, und sich bewußt mehr der zeitgenössischen Musik annehmen. Schließlich haben aber auch die Künstler selber die Möglichkeit, Programmvorschläge zu machen und Wünsche zu äußern. Als Beispiel hierfür möchte ich Gidon Kremer anführen, der ständig bemüht ist, Werke von Komponisten aufzuführen, die selten oder noch nie gespielt wurden. Ähnliches gilt z. B. für das

LaSalle-Quartett, das neben dem klassischen und romantischen über ein beachtliches zeitgenössisches Repertoire verfügt.“

„In einer Künstlerkarriere
gibt es keine Garantien“

Das Dilemma erstreckt sich aber nicht nur auf die Programmgestaltung. Schwierig ist der Start in eine Künstlerkarriere. Ist man erst einmal oben, wird man nur noch verwaltet und verplant. Oder, wie es Plácido Domingo einmal formulierte: „Wenn man glaubt, auf dem Höhepunkt der Karriere zu sein, hat der Abstieg bereits begonnen.“ Wie hilfreich oder wie hemmend wirkt sich der unvermeidliche Agent im Anfangsstadium einer Künstlerlaufbahn aus?

„Das hängt von vielen Faktoren ab. Wie man eine Karriere aufbaut, ist größtenteils Sache der Erfahrung und des Fingerspitzengefühls des Impresarios. Man kann einen Künstler von Null zur Berühmtheit bringen, man kann ihn kaputt machen und man kann auch gar nichts für ihn tun. Wenn ein junger, unbekannter Künstler weit über dem Durchschnitt ist, wird er früher oder später seinen Weg machen. Es besteht ja immer die Möglichkeit, ihn vor einem berühmten Dirigenten spielen zu lassen, ihm Kontakte aller Art zu verschaffen, ihn mit Schallplattenfirmen zusammenzubringen etc. Bei einer echten Begabung geht es vor allem darum, sich zu bemühen, den Künstler an den großen Orten des Musikgeschehens auftreten zu lassen. Schwierig wird es erst, wenn trotz Begabung gewisse Kriterien, wie Fleiß, Durchhaltevermögen, Fähigkeit zur künstlerischen und technischen Vervollkommenung, nicht oder nicht im genügenden Maße vorhanden sind, so daß die Entwicklung des jungen Künstlers nicht das hält, was sie einmal versprochen.“ Ein fairer Agent dürfte also nur den Künstler unter Vertrag nehmen, von dessen Qualitäten er hundertprozentig überzeugt ist und für den er sich folglich auch voll und ganz einzusetzen bereit ist?

„Ja. Allerdings ist eine solche Entscheidung nicht für alle Zeiten gültig, denn in einer Künstlerkarriere gibt es keine Garantien. Trotz Begabung und Können ist auch immer eine Portion Glück mit im Spiel. Ich denke da z. B. an den jungen, vielversprechenden Pianisten Ivo Pogorelich. Im Gegensatz dazu ist beispielsweise Van Cliburn ebenso schnell wieder aus Europa verschwunden, wie er gekommen ist. Und was den oft geschmähten finanziellen Aspekt betrifft, so muß man sagen, daß Künstleragenturen im Grunde Firmen wie jede andere sind, der Unterschied ist nur, daß ihre „Ware“ der Künstler, also ein Mensch, ist. Allerdings kann man ihnen deshalb noch nicht „Menschenhandel“ vorwerfen, wenn auch bei jedem Vertrag ein gehöriges kaufmännisches Kalkül dabei ist. Fairerweise muß man aber zugeben, daß das nicht

zum Schaden des Künstlers geschieht: Ein unbeschäftigter Künstler ist ein unbefriedigter Künstler. Zu viele Auftritte schaden ebenso wie zu wenig, was schließlich gleichbedeutend ist mit geringeren Einnahmen. Der Agent steht daher wohl fast zwangsläufig am Beginn einer Karriere, denn wenn ein Anfänger es vorzieht, keinen Agenten zu haben, muß er wohl oder übel eine Sekretärin engagieren, die letztlich dieselbe Arbeit machen würde und vermutlich mehr kostet als die üblichen 10–15% der Gage.“

Der Agentenberuf:
nicht frei von Schattenseiten

Das routinemäßige Vermitteln von Künstlerengagements und die Organisation von Tourneen sind noch die harmloseste Seite des Agenturbetriebes. Wie überall herrschen auch hier Angebot und Nachfrage. Allerdings nicht immer ganz freiwillig. Feilschen und Ausübung eines gewissen Drucks sind an der Tagesordnung. Topkünstler werden als Trumpfkarte gehandelt, und man bekommt sie nur, wenn man auch weniger gefragte „Ware“ abnimmt. Noch bedenklicher sind allerdings der Verschleiß an Künstlern und der ständige Total Einsatz, der von ihnen gefordert wird. Wer diesen Streß nicht durchsteht, bleibt auf der Strecke, wenn er auch ein überragender Musiker ist.

Durch diesen Aspekt ist der Agentenberuf nicht ganz frei von Schattenseiten. Wie der Börsenmakler, so spekuliert auch der Agent – mit den Talenten seiner Vertragskünstler. Er kann gewinnen und verlieren, wobei der Faktor „Zeit“ eine wichtige Rolle spielt. Zudem gilt es, der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus zu sein und das Gras wachsen zu hören. Da der Markt im Grunde ausgereizt ist, sind Informationen aus erster Hand wichtig. Und die bekommt man nur, wenn man zu den Künstlern einen guten Draht hat, auch wenn man sie selbst nicht vertritt. Der Beruf verlangt also zugleich Flexibilität und Härte. Dazu ein sicheres Urteilsvermögen, das einen vor teuren Fehlentscheidungen bewahrt. Daß dieser Beruf seine Reize hat, ist unbestritten. Andreas von Bennigsen formuliert das so: „Das Faszinierende des Berufes liegt außerhalb dessen, was man lernen kann, also der geschäftlichen Routine. Es ist der Spürsinn, die gute Nase, die man immer wieder beweisen muß, wenn man eine Situation oder einen Künstler richtig beurteilen will; übrigens eine Parallele zum Verlegerberuf. Daneben muß es einem liegen und Freude machen, Schaltstelle und Angelpunkt vielfältiger internationaler Kontakte und Interessen zu sein und verschiedenartige Partner unter einen Hut zu bringen. Eine oft nervenaufreibende, aber nie langweilige Tätigkeit.“

Worte
sind
schön,
doch
Hühner
legen
Eier.

Ein afrikanisches Sprichwort, das man ohne Mühe auf viele internationale Entwicklungskonferenzen beziehen kann: Geredet wird genug, doch Taten wären besser. – Man kann es aber auch wörtlich nehmen. „Brot für die Welt“ fördert zum Beispiel in vielen Ländern der Dritten Welt Projekte der Kleintierzucht. Ergebnis: Arme Leute haben mehr zu essen und gleichzeitig eine zusätzliche Einnahmequelle. Zuvor werden die Dorfbewohner in das ABC der Kleintierhaltung eingeführt, denn nur gute Vorbereitung führt zum Erfolg. 7500 Familien, die Kleintierzucht betreiben, wurden allein im indischen Bundesstaat Tamil Nadu gefördert. Oder: Vor Jahren half „Brot für die Welt“ mit, die Hühnerhaltung in Kamerun bekanntzumachen. Inzwischen wird sie dort vielerorts erfolgreich betrieben. Dadurch kann sich ein Großteil der Bevölkerung mit Eiern selbst versorgen oder sie zu erschwinglichen Preisen kaufen.

Brot
für die Welt

...daß alle leben

Spendenkonto 500 500-500
bei Landesgirokasse Stuttgart
und Postscheckamt Köln