

MASTER-THESIS

„Das Konzert (als musikalische Veranstaltung) und sein
Publikum: Wandel und neue Modelle“

Verfasserin

Mag. Katharina Heger

A 0506010

angestrebter akademischer Grad
Master of Advanced Studies (MAS)

Wien, September 2013

Studienrichtung lt. Studienblatt: Kulturmanagement

Betreuer: Renald Deppe

Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft (IKM), Universität für
Musik und darstellende Kunst Wien

Inhaltsverzeichnis

0 Einleitung.....	1
1 Definitionen	2
1.1 Konzert	2
1.2 Publikum	3
2 Geschichtlicher Abriss über die Entstehung des Konzerts.....	5
2.1 Früh- und Vorformen des Konzerts	5
2.1.1 Antike	5
2.1.2 Mittelalter und Renaissance.....	6
2.1.3 Barock.....	7
2.2 Musikvereinigungen.....	7
2.2.1 Collegia Musica.....	11
2.2.2 Das Große Concert.....	13
2.2.3 Dilettanten- oder Liebhaberkonzerte.....	14
2.2.4 Konzertgesellschaften.....	15
2.2.5 Konzertgärten.....	16
2.3 Das moderne Konzertwesen	17
2.4 Bau der Konzertsäle	20
2.4.1 Anfänge.....	20
2.4.2 Der Wiener Musikverein.....	23
2.4.3 Konzertsäle im 20. Jahrhundert	24
2.4.4 Konzertsäle heute	26
2.4.4.1 Kultur- und Kongresszentrum in Luzern	28
2.4.4.2 Elbphilharmonie Hamburg.....	28
2.4.4.3 Den Norske Opera & Ballett – die Norwegische Nationaloper ...	29
3 Das Konzertpublikum im Wandel	31
3.1 Aufschwung des Bürgertums und Musikvereinigungen.....	32
3.2 Das Konzertpublikum im 19. Jahrhundert.....	34
3.2.1 Die Gesellschaft.....	35
3.2.2 Das Publikum im Konzertsaal	36
3.2.3 Das Werben um Publikum	37
3.3 Das Konzertpublikum von heute.....	39
3.4 Exkurs: Rituale im Konzertsaal – Das Klatschen.....	41
3.5 Klassifikation des Publikums	44
3.6 Gründe für den Konzertbesuch.....	47

4 Das Konzert heute.....	49
4.1 Steckt das Konzert in der Krise?	49
4.2 Reaktionen und neue Modelle	51
4.2.1 Publikumsbindung (Audience Development)	52
4.2.2 Musikvermittlung	56
4.2.3 Neue Räume	62
4.2.4 Eventisierung / der Trend zum Event.....	64
4.2.4.1 Definition.....	64
4.2.4.2 Event als Werkzeug des Marketings	66
4.2.4.3 Events als Reaktion auf die Krise.....	68
5 Conclusio.....	75
6 Literatur	79

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst, noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, keine anderen als die angegebenen Quellen benutzt und wörtliche und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe.

Wien, 30. August 2013

Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen leichter Lesbarkeit die männliche Form verwendet wurde.

0 Einleitung

Spricht man vom Konzert, so stellt sich meist ein überspitztes Bild ein: viele Menschen begeben sich – festlich gekleidet – in einen Konzertsaal, um dort Werke (meist namhafter) Komponisten (der Epochen Klassik oder Romantik) zu hören. In der Pause ein Brötchen und ein Glas Sekt, auch Small-Talk darf nicht fehlen. Das Konzert gilt als gesellschaftliches Ereignis, bei dem jedoch das Hauptaugenmerk auf die Musik gerichtet ist. Dabei spielen Rituale wie Beifall oder die ungestörte Konzentration auf die vorgetragenen Werke eine tragende Rolle.

Dass das Konzert weit mehr als eine Zusammenfügung von Klischees darstellt, liegt auf der Hand. Doch wie wurde das Konzert als Ort musikalischen Geschehens zu dem, was wir heute darunter verstehen? Wie und aus welchen Gründen ist es entstanden und welche Rolle spielt(e) das Publikum dabei? Welche Veränderungen und Weiterentwicklungen haben stattgefunden und: ist das Konzert in seiner „Urform“ zeitgemäß? Ausgehend von der immer wieder genannten Krise des Konzerts, der befürchteten „Musealisierung der klassischen Musik“ und dem Publikumsschwund, soll diese Arbeit das Konzert als Ort musikalischen Geschehens untersuchen. Ein geschichtlicher Abriss wird Aufschluss über Entstehen und Wandel des Konzerts als Aufführungsform geben. Eng im Zusammenhang damit steht die Kulturgeschichte des Publikums. Folgend sollen das Publikum und seine Beweggründe ein Konzert zu besuchen beleuchtet werden. Aufbauend darauf werden neue Modelle vorgestellt und Trends diskutiert. Auf der Suche nach neuem Publikum ergeben sich unterschiedlichste Strategien. Audience Development oder Musikvermittlung stellen dabei zentrale Begriffe dar. Sind dies die richtigen Wege um junge Leute in den Konzertsaal zu holen? Braucht das Konzert neue Räume, einen höheren Erlebnisfaktor (Stichwort Event) oder gar ein komplett neues Konzept? Vorliegende Arbeit spannt einen Bogen von den Anfängen des Konzerts bis zur Gegenwart und beleuchtet dabei Entwicklungen, Trends und Expertenmeinungen.

1 Definitionen

1.1 Konzert

Allgemeine Darstellungen setzen immer einen vagen Begriff des Konzerts voraus. „Das Konzert ist der Realisierungsort autonomer Musik“¹, so Hanns-Werner Heister, dessen Publikation „Das Konzert. Theorie einer Kulturform“ eines der meist zitierten Werke zum Thema Konzert ist. Mit seiner Aussage wird der Begriff übergreifend beschrieben. Folgend werden weitere Spezifizierungen und Einschränkungen getroffen, die die Kulturform des Konzerts umschreiben und definieren. Heister spricht von der Besonderheit der Realisation von „Musik eines besonderen Typs“, der autonomen Musik: „Das Konzert entsteht und besteht, damit und weil autonome Musik – und zwar institutionell selbstständig – realisiert werden soll.“² Musik – unabhängig von Anlass oder außermusikalischem Ereignis – ist somit Kennzeichen und Teil des Konzerts. Zudem gilt als wichtiges Merkmal die allgemeine und öffentliche Zugänglichkeit. In Anbetracht der geschichtlichen Entwicklung gilt das Vorhandensein einer Öffentlichkeit als wesentlicher Entwicklungsschritt in Richtung des heute vorherrschenden Verständnisses des Konzerts als Kulturform.

Als Realisierungsform enthalte das Konzert Momente von Praxis, Produktion und Ökonomie, so Heister, der damit verbunden auch auf einen tragenden Faktor, das Publikum, hinweist und konkret Verhaltensforderungen und Normen beschreibt: konstitutiv für das Konzert sei das Publikum, das „an bestimmtem Ort und zu bestimmter Zeit sich versammelt, um am musikalischen Erlebnis teilzuhaben.“³ 1873 wird die Definition um die Dimension von sozialem Ort und Publikum von der ursprünglichen Bedeutung hin zum Konzert als „musikalische Zusammenkunft“ erweitert⁴. Walter Salmen zitiert in „Das Konzert. Eine Kulturgeschichte“ wiederum Gustav Schilling, der 1840 bereits die verschiedenen Faktoren des Konzerts in einen Zusammenhang bringt: „Das

¹ Heister, 1983, S. 42.

² Heister, 1983, S. 43.

³ Heister, 1983, S. 44f.

⁴ Heister, 1983, S. 46.

Konzert ist [...] eine Institution mit ästhetischen, sozialen und ökonomischen Aspekten, die dem Performativen Spielraum bietet und als geplantes Ereignis zumeist an Programm gebunden ist. Es ist die umfassendste Form der profanen Vermittlung von Musik auf einem in Distanz zum Zuhörer befindlichen Podium, auf dem autonom gesetzte wie auch jegliche andere Musik, vordem zweckverhaftet oder funktional determiniert erklingen kann.“⁵

Eine möglichst viele Faktoren einbeziehende Definition des Konzerts als Kulturform stammt von Heinrich Schwab, der die bereits genannten um weitere grundlegende Kriterien des bürgerlichen Konzerts folgendermaßen ergänzt und zusammenfasst: „Eine der Öffentlichkeit zugängliche, unternehmerisch organisierte und auf ein „Programm“ festgelegte Musikdarbietung, häufig repräsentativen Charakters, die im Unterschied zu dem haus- und kammermusikalischen Musizieren die gesonderte Placierung von Ausführenden einerseits und Zuhörern andererseits vorsieht, und der sich an ein interessiertes und zahlungsfähiges Publikum wendende Verkauf dieser Musikdarbietung, die dadurch auch die ideologische Seite des Konzerts und dessen gesellschaftliche Funktion in die Betrachtung einzubeziehen“.⁶

Nachvollziehbar und verständlich werden all jene Faktoren in Zusammenhang mit der Klärung des Ursprungs und der Darstellung der Aufführungsform Konzert.

1.2 Publikum

Der zweite zentrale Betrachtungspunkt der vorliegenden Arbeit ist das Publikum. Als essentieller Faktor des Konzerts sind die Zuhörer bereits definitorisch in selbigem verankert. Im Gegensatz dazu benötigt die Definition des Publikums nicht die Einschließung des Konzerts. Axel Beer verwendet in „Musik zwischen Komponist, Verlag und Publikum. Die Rahmenbedingungen des Musikschaffens in Deutschland im ersten Drittel des 19. Jahrhunderts“ einen weitläufigen Begriff des Publikums. So sei es als die „Summe derer zu verstehen, die in freilich unterschiedlicher Weise und auf der Grundlage mehr

⁵ Salmen, 1988, S. 7.

⁶ Glogau, 1989, S. 7.

oder weniger ausgeprägter Fachkenntnis mit musikalischen Werken in Berührung kamen.“⁷ Weiters unterscheidet er doch den direkten Umgang mit der Musik und andererseits die öffentliche Auseinandersetzung mit der Reflexion musikalischer Gegenstände. Dennoch zeigt jene Definition einen offenen, weitläufigen Begriff des Publikums, das hier verstärkt als Hörer bzw. Hörschaft dargestellt wird und bei Beer in Verbindung mit der Thematisierung von Verlagen einen starken wirtschaftlichen Faktor erhält.⁸ Im Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen Machtfaktor weist Beer jedoch auch auf die Gefahr hin, vom Publikum als einem einheitlichen, homogenen Gebilde zu sprechen: „verschiedene Ansprüche, nicht deckungsgleiche Artikulationsformen stehen einander gegenüber“.⁹

⁷ Beer, 2000, S. 97.

⁸ Beer, 2000, S. 97.

⁹ Beer, 2000, S. 104.

2 Geschichtlicher Abriss über die Entstehung des Konzerts

Nachdem im Kapitel „1 Definitionen“ bereits die Begriffe „Konzert“ und „Publikum“ behandelt und eingegrenzt wurden, soll nun zum näheren Verständnis des Konzerts als Ort musikalischen Geschehens die Frage nach dem Ursprung diskutiert werden. Anders als bei der Oper ist der geschichtliche Anfang des Konzerts nicht eindeutig festzulegen. Trotzdem, und ob der Eingrenzung des Begriffs Konzerts durch Charakteristika wie die räumliche Trennung von Musikern und Publikum oder einer gewissen Öffentlichkeit, beginnt die Darstellung der Geschichte bei Früh- und Vorformen des Konzerts und dient der Verdeutlichung der Entstehung und Entwicklung.

2.1 Früh- und Vorformen des Konzerts

2.1.1 Antike

Die frühesten Vorformen des Konzerts als Versammlungs- und Veranstaltungsform sind bereits im spät-antiken Griechenland und im Imperium Romanum zu finden. Seit Perikles (445. v. Chr.) errichtet man Zweckbauten, die eine Vorführsituation mit Publikum bieten. Im Griechischen nennt man Bauten wie diese Odeion (röm. Odeum), nach dem Wort Ode, das für Gesang steht. In den meist überdachten Theatern finden neben rhetorischen Veranstaltungen auch Vorführungen von Kithara- und Aulossolisten oder Auloschören statt, genauso wie Wettbewerbe (Agonen oder „certimina“). Unterstützt und organisiert werden diese damals schon von privaten Mäzenen bzw. Künstlervereinigungen oder dem Staat und gelten der Unterhaltung von Bürgern und Reisenden. Sowohl die griechischen als auch die römischen Vorformen weisen bereits wichtige Merkmale des späteren Konzerts auf. So spielen in Griechenland Musiker auf einem erhöhten Vortragspodium oder einer erhöhten Bank (Bema), die sich zudem als klangverstärkende Resonanzböden erweisen. Im alten Rom unterscheidet man zwischen offenen und kleineren geschlossenen „theatri tecti“, die schon eine hierarchische Sitzplatzgliederung

mit erhöhten Ehrensitzen für Beamte, ähnlich der im 19. Jahrhundert wieder aufgegriffenen Frontalstruktur mit der Trennung des Publikums von den Musikern, vorweisen.¹⁰

2.1.2 Mittelalter und Renaissance

Im Mittelalter ist jedes Musizieren funktional geprägt. Musikalische Vorführungen gelten dem Lob Gottes, der Repräsentation der Herrschenden oder sind Medium für öffentliche Kundmachungen. Ort des Musizierens sind neben dem Hof des Herrschers auch Straßen, Kirchen oder der Dorfplatz. Noch hat Musik keine ästhetische Funktion: Musiker sind Dienstpflichtige; im Vordergrund stehen die Liturgie und der höfische Minnedienst. Bei Aufforderung bringen Musiker ihre Stücke dar und schaffen Unterhaltung bei der Tafel oder in Tanzsälen. Das Interesse der Hofgesellschaft beschränkt sich auf das Tanzen und Betrachten.

So bleibt jede Musik bis zum 18. Jahrhundert „Gebrauchsmusik“, die im Auftrag eines Herrschers, der Kirche oder des städtischen Magistrats geschrieben wird. Musik wird nicht um ihrer selbst Willen aufgeführt, sondern dient der Unterhaltung der Hofgesellschaft, der Vertiefung der Andacht des Gottesdienstes oder der Untermalung öffentlicher Feierlichkeiten.¹¹ Auch Hofkonzerte erfahren erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts Änderungen.

Eine Veränderung der im Mittelalter gepflegten Einstellung erfährt die Musik während des 15. Jahrhunderts in den Niederlanden und in Italien. Vor allem in Norditalien wird Musik während der Renaissance als Kunst aufgewertet und in „Accademien“ durch eine starke Hinwendung zu den Werken gewürdigt. Wie schon in der Antike lauscht das (hier ausgewählte) Publikum dem von einem Podium spielenden Virtuosen.¹²

Der Begriff „concerto“ taucht erstmals im 16. Jahrhundert in italienischen Städten auf. Jedoch bezeichnet dieser Begriff nicht nur die Musikdarbietung, sondern auch ein „miteinander wetteiferndes Ensemble aus Stimmen und

¹⁰ vgl. Salmen, 1988, S. 11.

¹¹ vgl. Glogau, 1989, S. 47.

¹² vgl. Salmen, 1988, S. 12.

Instrumenten“.¹³ Wie Bilddokumente¹⁴ belegen, gibt es im 16. Jahrhundert bereits Erscheinungsformen, die dem heutigen Begriff des Konzerts nahe kommen. Entwicklungen wie diese sind unter anderem in den Niederlanden zu finden. Obwohl die Musikdarbietung noch immer eng mit dem Musizieren in Kirchen verbunden ist, gibt es erste Anzeichen autonomer Musik: Ein Organist lädt zur Darbietung außerhalb der Messe „zur Erhöhung und Ergötzung der Gemeinde und um dieselbe vermittels dieses [Spiels] mehr aus den Herbergen und Kneipen herauszuhalten...alle Tage nach dem Abendgebet soll es geschehen...und jedesmal eine Stunde lang“.¹⁵

2.1.3 Barock

In Deutschland kommt mit den geistlichen Abendmusiken im 17. Jahrhundert eine weitere Vorform des Konzerts auf. Ausgehend von der protestantischen Marienkirche der Hansestadt Lübeck veranstalten Kirchenmusiker auf Privatinitiative oder Kaufleute gemeinsam mit reichen Musikliebhabern eine Reihe geistlicher Konzerte zum „Vergnügen“ und der „Zeit-Kürzung“¹⁶ Diese Darbietungen werden ausgebaut und es kommt zur Vorführung eines gemischten Vokal-Instrumental-Programms, bei dem bis zu 40 Personen mitwirken. Wie bereits in der Antike gibt es auch hier eine hierarchische Sitzplatzgliederung des Publikums: Ratsherren und Bürgern sind Sitzplätze auf dem Lettner vorbehalten, von dem sie, einer Loge ähnlich, auf die Musiker herab blicken.¹⁷

2.2 Musikvereinigungen

Mit dem Aufkommen des Bürgertums erfährt auch das Musikleben drastische Änderungen. Der Bildungswille des Bürgertums ab Mitte des 18. Jahrhunderts hat die Gründung intellektueller, privater Zirkel und halböffentlicher Salons zur Folge, in denen man sich Themen wie Poesie, Mathematik, Rhetorik und der

¹³ Salmen, 1988, S. 13.

¹⁴ vgl. Glogau, 1989, S. 14.

¹⁵ Salmen, 1988, S. 13.

¹⁶ Salmen, 1988, S. 13.

¹⁷ Salmen, 1988, S. 14.

Musik widmete.¹⁸ Auch die bis dahin ausschließlich am Hofe ausgeübte Kammermusik erhält Einzug in die Bürgerkreise und wird von diesen weiter getragen.¹⁹

Als „von Bürgern getragenes und für bürgerliche Auditorien stattfindendes Ereignis“²⁰ ist das öffentliche Konzert zu Beginn stärker auf die Initiative der Bürger selbst angewiesen als heute. Zu diesem Zweck werden musikalische Vereinigungen gegründet, die die Entwicklung des Konzerts maßgeblich prägen. Zudem äußert sich in der Formierung von Instrumental- und Gesangsgruppen auch der Wunsch des Bürgertums, musikalisch aktiv zu werden. Während die Gruppen vorerst geschlossen sind und kein Publikum erlauben, so sind in weiterer Folge Zuhörer erwünscht, man veranstaltet Konzerte oder der Versammlungsort der Vereinigungen wird reisenden Virtuosen für musikalische Darbietungen zur Verfügung gestellt. Somit gelten Veranstaltungen solcher Vereinigungen als wichtiger Vorläufer des Konzertsaals des 19. Jahrhunderts.²¹ Hanns-Werner Heister spricht in diesem Zusammenhang von einem Übergang von „Privatheit zur selbstorganisierten Öffentlichkeit“.²²

Die frühen Musikvereine sind ohne Gewinnbestreben organisiert und halten die Musik als Sinnbild für Harmonie und Freude in die Höhe. Einige sehen auch die „Verbesserung von Sittlichkeit und Geschmack mittels gemeinsamer Anstrengungen“²³ als Ziel und musizieren mit der Überzeugung, dass Musik als „eine „holde Kunst“ Konflikte versöhnlich beheben und Eintracht entstehen lassen könne“.²⁴ Zudem werden nach eigenen Angaben sozialpolitische Ziele verfolgt, indem man auch weniger begüterten Ständen ermöglicht „mit einem sehr geringen Aufwand in eine gebildete Gesellschaft und mit dieser in Berührung zu kommen“²⁵. Andere Vereine wiederum streben nach der Öffentlichkeit und organisieren Konzerte vor zahlendem Publikum, was die Möglichkeit bot, Berufsmusiker zu verpflichten.²⁶

¹⁸ vgl. Schwab, 1971, S. 22; vgl. Röllin, 2004, S. 8.

¹⁹ vgl. Glogau, 1989, S. 22.

²⁰ Salmen, 1988, S. 68.

²¹ vgl. Schwab, 1971, S. 42.

²² Heister, 1983. zit nach Glogau, 1989, S. 73.

²³ Salmen, 1988, S. 68.

²⁴ Salmen, 1988, S. 69

²⁵ Salmen, 1988, S. 69.

²⁶ Salmen, 1988, S. 69.

Hanns-Werner Heister zählt Musikvereinigungen ansatzweise zur Kategorie dessen, was wir heute als „öffentliches Konzert“ bezeichnen und charakterisiert diese folgendermaßen:²⁷

- Die Vereinigung muss institutionell selbstständig (ohne Bindung an Zunft, Kirche, Stadt, Schul- oder Universitätswesen) sein. „Erst damit erfüllt sie die Bedingung der Unabhängigkeit von äußeren Zwecken und der Distanz zur Praxis, die sie zur adäquaten Realisierungsform autonomer Musik macht.“²⁸
- Ausschließlicher oder zumindest dominanter Zweck dieser Vereinigung ist das Musizieren. Viele musizierende Vereine wie zum Beispiel die Kapellen oder die Kantoreien, sind organisatorisch abhängig, umgekehrt gibt es organisatorisch selbstständige Vereine in denen die Musik an Dominanz gewinnt.
- Musikalische Vereinigungen müssen nach außen unbeschränkt und allgemein zugänglich sein. Vorbedingungen sind ausgeschlossen, einzig müssen die Mitglieder nach den in der Satzung definierten Zielen, Zwecken und Organisation der Vereinigung handeln.

Demnach sieht Heister musikalische Vereinigungen als Teil der bürgerlichen Öffentlichkeit.

Heister spricht von Phasen des Konzerts als bürgerliche Vereinigung mit dem Beginn gegen Ende des 17. Jahrhunderts. Glogau erweitert diese Entwicklung um die bürgerliche Musiziervereinigung, deren Beginn er um 1570 datiert.²⁹ Der Übergang zum eigentlichen Konzert wäre Heister zufolge zwischen 1720 und 1770, insbesondere zwischen 1740 und 1770. Anfang des 19. Jahrhunderts bezeichnet er die Entwicklung als abgeschlossen.³⁰

In „Das Konzert. Theorie einer Kulturform“ nennt Hanns-Werner Heister vier Typen bürgerlicher Vereinigungen, die chronologisch aufeinander folgen. Dabei

²⁷ Heister, 1983, S. 104f.

²⁸ Heister, 1983, S. 104f.

²⁹ vgl. Glogau, 1989, S. 14.

³⁰ vgl. Heister, 1983, S. 105.

setzt er – wie bereits bei der Charakterisierung von Musikvereinigungen – die Dominanz der Musikrealisierung voraus.

Als erste und früheste Entwicklung erwähnt Heister den exklusiven Zirkel. In diesem ist der Zugang beschränkt, weshalb er zwar der bürgerlichen Vereinigung, jedoch nur bedingt dem Konzert in der heutigen Definition zuzuschreiben ist. Dem exklusiven Zirkel folgt die geschlossene Vereinigung (der Verein). Auch hierbei sind die Versammlungen nur Mitgliedern zugänglich. Jedoch steht die Mitgliedschaft jedem offen, der bereit ist, sich den Vereinssatzungen zu verschreiben. Als Beispiel sind „Collegia Musica“ zu nennen. In der geschlossenen Vereinigung sind Mitglieder selbst musikalisch aktiv tätig.

Darauf folgend nennt Heister Liebhaberkonzerte. Wie der Name schon sagt, werden diese bereits eindeutig zum weiten Begriff des Konzerts gezählt. Bei einem Liebhaberkonzert treffen aktive und passive Mitglieder, also Musizierende und Zuhörer, innerhalb der Vereinigung aufeinander, wobei die Musizierenden selbst bürgerliche Liebhaber und keine professionellen Musiker sind. Wie auch schon die Collegia Musica finanzieren sich Liebhaberkonzerte zum Teil durch das Subskriptionsprinzip, mit dem Unterschied, dass die Subskription nicht wie bei den Vorgängern zeitlich, sondern nur auf ein Konzert oder eine bestimmte Anzahl von Konzerten beschränkt war. Als vierten Typ bürgerlicher Vereinigungen führt Heister Konzertgesellschaften an. Ihre finanzielle Grundlage ist das Abonnement, das im Gegensatz zur Subskription ein bereits käuflich erwerbbares Produkt anbietet. Konzerte dieser Art werden von professionellen Musikern vorgetragen, die Tätigkeit der bürgerlichen Liebhaber und Mitglieder der Konzertgesellschaften beschränkt sich auf die Organisation der Konzerte.³¹

Wie jede Typologie, trägt auch diese eine gewisse Unschärfe der Grenzen mit sich. Heister spricht von einem „übergeordneten Prinzip der Öffentlichkeit“³² aller Typen, wobei er den ersten weniger zum Konzert und den vierten Typ weniger zur bürgerlichen Vereinigung zählt.

Der Begriff der bürgerlichen Vereinigung ist jedoch mit Vorsicht zu genießen:

³¹ vgl. Heister, 1983, S. 106.

³² Heister, 1983, S. 107.

spricht man im genannten Zeitraum von der Vereinigung als Beginn oder Vorläufer des Konzerts, so gehen „Konzert“ und „bürgerliche Vereinigung“ mit dem Zeitpunkt des professionellen Konzerts wieder auseinander. Die Vereinigung gilt nicht mehr als Überbegriff für das Gesamte, sondern steht vielmehr in anderer Form für das Publikum.³³

2.2.1 Collegia Musica

Die früheste Form musikalischer Vereinigungen sind Collegia Musica, deren Entwicklung schon in der Renaissance datiert werden kann.

In dieser Zeit wird ein Stand für die Musikpflege besonders wichtig: die Studenten. Sie finden sich in den sogenannten Collegia Musica an Hochschulen zusammen um wöchentlich gemeinsam zu musizieren.³⁴ Einer der Studenten ist der berühmte Komponist Georg Friedrich Telemann, der 1701 selbst ein Collegium Musicum gründet. Auch Johann Sebastian Bach fungiert als Dirigent einer solchen Vereinigung.

In „Das Konzert. Eine Kulturgeschichte“ zitiert Walter Salmen Johann Heinrich Zedler im „Grossen Universal-Lexicon Aller Wissenschaftten und Künste“ aus dem Jahre 1739: „Musicum Collegium, ist eine Versammlung gewisser Musick-Verständigen, welche zu ihrer eigenen Übung, sowol in der Vocal- als Instrumental-Musick, unter Aufsicht eines gewissen Directors, zu gewissen Tagen und an gewissen Orten zusammen kommen, und musicalische Stücke aufführen. Dergleichen Collegia trifft man an verschiedenen Orten an. Zu Leipzig ist vor allen anderen das Bachische Collegium Musicum berühmt.“³⁵

Somit ist nicht das Konzertieren primäres Ziel eines Collegium Musicums. Vielmehr stellt dieses im 17. und 18. Jahrhundert eine private Vereinigung musikalischer Liebhaber zum Zweck des gemeinsamen Musizierens und Singens dar und folgt somit den bis in die Renaissance zurückreichenden Wurzeln der Accademien. Zunächst zählen die vorweislichen Laiengruppen ausschließlich männliche Mitglieder, um die Jahrhundertwende herum jedoch

³³ vgl. Heister, 1983, S. 107.

³⁴ Meyer, 1925, S. 84.

³⁵ Zedler, 1739 zit. nach Salmen, 1988, S. 15.

auch Frauen.³⁶ Mit dem Abstandnehmen von vokalen Werken widmet man sich vornehmlich dem instrumentalen Ensemblespielen.³⁷ Neben dem Musizieren ist es im Collegium Musicum durchaus üblich zu speisen und zu rauchen. Einen Eindruck des Zusammenkommens vermittelt ein Student 1743 mit einem Eintrag in einem Stammbuch: „Kunst, Wissen, Bier, Toback, Coffee und l'hombre Spiel,/Ein Tanz, ein schön Concert/sind meiner Lüste Ziel“.³⁸

Die Mitglieder des Collegia Musica wirken nicht nur in Lokalen oder eigenen Versammlungsräumen, sondern sind auch in städtische Feste und Kirchenmusiken involviert. Obwohl es sich dabei nur um halböffentliche Darbietungen handelt, ist dies ein erster Schritt in Richtung des heutigen Konzerts.³⁹ Erstmals kommt 1660 der Veranstaltungsbegriff im Zusammenhang mit Collegia Musica auf: „[...] Collegium Musicale öffentlich, so wol für fremde als Einheimische Liebhaber angestället [...]“⁴⁰ Die dadurch anfallenden Kosten werden durch Subskriptionsverpflichtungen der Zuhörer gedeckt. Salmen spricht in dem Zusammenhang von „funktionaler Musik, die [...] kommerziell und unabhängig vom aktuellen Anlaß“⁴¹ verwertet wird. So wenden sich die Collegia Musica zunehmend auch an die Öffentlichkeit, wenn auch nicht an ein für die Darbietung zahlendes Publikum.

Doch der Wirtschaftsfaktor gewinnt im Zusammenhang mit musikalischen Aufführungen immer mehr an Bedeutung. Es werden Konzerte veranstaltet, die von Komponisten und Musikern zum eigenen Vorteil als Erwerbsquelle organisiert werden; auch Kaufleute und Wirte profitieren vom Verkauf von Tickets.⁴²

Trotz der Darbietung von Musik vor Publikum unterscheidet sich das Collegium Musicum vom Konzert. Es wird zwar in der Öffentlichkeit gespielt, jedoch sind die Motive des Publikums nicht in der Musik-Rezeption zu finden. Vielmehr wird Musik noch als Unterhaltung und Nebensache gesehen.⁴³

³⁶ vgl. Glogau, 1989, S. 49.

³⁷ vgl. Salmen, 1988, S. 6.

³⁸ Salmen, 1988, S. 16.

³⁹ vgl. Schwab, 1971 S. 44.

⁴⁰ Salmen, 1988, S. 16.

⁴¹ Salmen, 1988, S. 16.

⁴² vgl. Salmen, 1988, S. 19.

⁴³ vgl. Glogau, 1989, S. 71.

Bis ins 18. Jahrhundert finden Zusammenkünfte der Collegia Musica statt, mit der Absicht ein „Concert“ zu halten. Dabei ist jedoch von „Concert“ als Treffen von Musikliebhabern zum Zwecke des Musizierens die Rede.

Zu Beginn des Konzerts als Ort musikalischen Geschehens laufen mehrere Entwicklungen zeitgleich und nebeneinander ab. So veranstalten die einen Privatkonzerte mit anschließendem Dinner oder Ball und richten sich damit – unter Beachtung der gesellschaftlichen Funktion – an die „Exklusivgesellschaft“, das hohe Bürgertum und durch persönliche Einladung an ausgewählte Gäste. Andere musikalische Veranstaltungen werden hingegen in Journalen angekündigt und erwarten Publikum der wenig begüterten Mittelklasse. In beiden Fällen wird die bereits seit dem 17. Jahrhundert ausgeübte Bewerbung von Konzerten gegen Ende des Jahrhunderts immer unerlässlicher und man gestaltet Annoncen um um die Gunst des Publikums zu buhlen.⁴⁴

2.2.2 Das Große Concert

Aus den Formen der Collegia Musica entwickelt sich 1743 das Große Concert. Damit entsteht eine Konzertgesellschaft, die aus Stiftern und einem musizierendem Ensemble entsteht und vorerst Konzerte in Privathäusern veranstaltet.⁴⁵ Obwohl die Musiker bereits aufgrund einer hohen Qualifikation eingestellt werden, kann man noch nicht von Berufsmusikern sprechen. Zwar verhindert die Stiftung die Auswahl des Publikums, jedoch ist aufgrund des Privathauses die für ein definitorisches Konzert notwendige Öffentlichkeit nicht gegeben.⁴⁶ Die vom Bürgertum getragene Vereinigung wird bald „Kaufmannskonzert“ genannt, da diese Gruppe im Verein stark vertreten ist. Nicht zuletzt aus ökonomischen Interessen, intendiert man die Vergrößerung der Publikumsschicht.

⁴⁴ vgl. Salmen, 1988, S. 18f.

⁴⁵ vgl. Küster, 1993, S. 12.

⁴⁶ vgl. Glogau, 1989 S. 72.

2.2.3 Dilettanten- oder Liebhaberkonzerte

Die von verschiedenen Gesellschaftsgruppen getragenen Liebhaberkonzerte siedelt Walter Salmen in der Zeit zwischen 1750 und 1813 an. Dabei handelt es sich um Vereinigungen von Musikliebhabern wie zum Beispiel in der „Accademia di dilettanti“, der „Liebhaber accademie“ oder „La Compagnie des Amateurs“.⁴⁷ Wie bereits diverse Vorgänger, formieren sich in dieser Zeit Gruppen von Musikliebhabern zur gemeinsamen Beschäftigung mit Musik.

Bei den sogenannten Liebhabern handelt es sich jedoch nicht, wie oft vermutet, um unqualifizierte Laien. Vielmehr werden sie als „Menschen, die durch ihren Beruf auf einen gewissen Mechanismus der Thätigkeit beschränkt sind, dessen ungeachtet aber nicht nur feine Empfänglichkeit, sondern auch Talent für schöne Kunst besitzen und zu dieser in den Stunden der Muse gern Zuflucht nehmen, entweder um sich an ihren Produkten zu ergötzen, oder um sie selbst auszuüben“ beschrieben.⁴⁸ Erst nach 1830 ersetzt man den Begriff „Liebhaber“ durch „Dilettanten“, welche bis heute mit einem unprofessionellen Charakter in Verbindung gebracht werden. Salmen unterscheidet den Liebhaber vom Kenner, der im Gegensatz zum Ersteren bemüht sei, ein musikalisches Werk anhand bestimmter Gründe und Kriterien beurteilen zu können, während der Andere des Vergnügens wegen und um der Kunst willen Musik höre. Zudem charakterisiert er den Liebhaber als jemanden, der Freude am Musizieren und Vortragen im Ensemble habe, jedoch nicht nach Perfektion oder finanziellem Ertrag strebe. Aufgrund seiner Einstellung und der Unterlassung vom Proben und Arbeiten am musikalischen Werk erachte er Kritik an seiner Tätigkeit als unangebracht, verzichte jedoch auch auf Honorierung, die seiner Meinung nach nur professionellen Musikern vorbehalten seien. Von diesen pflegen sich die Liebhaber auch zu distanzieren.⁴⁹

Eine wichtige Aufgabe nehmen Liebhabervereine in der musikalischen Ausbildung ihrer Mitglieder ein. Man veranstaltet Übungsdivertissements, bei denen die Mitglieder Anleitung und Hilfe erhalten. Damit etabliert sich der neue Beruf des Privatmusiklehrers. Das Aufkommen vieler für Dilettanten verfasster

⁴⁷ vgl. Salmen, 1988, S. 109.

⁴⁸ Michaelis, AMZ 1802, Sp. 209 zit. nach Salmen, 1989, S. 109

⁴⁹ vgl. Salmen, 1989, S. 109f.

Kompositionslehrbücher, Instrumentalschulwerke und Fachzeitschriften bekräftigen den steigenden Bedarf. In weiterer Folge führt dies zu Verbesserungen des musikalischen Könnens und einem größeren Angebot an Dilettanten-Konzerten.⁵⁰

Dilettanten- und Liebhabervereine dienen jedoch nicht nur der eigenen Musikausübung. Immer öfter treten deren Mitglieder als Veranstalter von Konzerten in Szene. Mit ihnen entsteht der Typ des reisenden Virtuosen als internationaler „Star“, was des weiteren zu einem Austausch im Repertoire führt.⁵¹

Die von Liebhabern organisierten Konzerte finden zunächst als Einzelveranstaltungen auf Nachfrage und über das Medium der Zeitungsannonce statt und entwickeln sich mehr und mehr zur Institution. Dennoch wird weiterhin in Lokalen, Privathäusern, öffentlichen Sälen oder Kirchen musiziert und nicht in eigens dafür errichteten Konzertbauten.

1812 gründet der Jurist und Komponist Joseph Ferdinand Sonnleithner – im Vergleich zu anderen europäischen Hauptstädten durch die in Wien so starke Präsenz der Hausmusik relativ spät – die Gesellschaft der Musikfreunde Wiens durch einen „Vorschlag zur Organisation des Dilettantenvereins“⁵² Der Begriff der Dilettanten ist auch hier irreführend, besitzen die Mitglieder doch eine hohe musikalische Kompetenz. Gepaart mit den Verbindungen zum Hof gelingt der Aufstieg der Dilettantengesellschaft, die sich die Musikpflege und regelmäßige Orchester- und Singaufführungen sowie die Errichtung einer Bibliothek (zur „Emporbringung der Musik in allen ihren Zweigen“) zum Ziel setzt. Die Hervorhebung der geistigen Durchdringung, sowie der musikalischen Reflexion spiegeln den Geist der Zeit wider.⁵³

2.2.4 Konzertgesellschaften

Die Bildung von Konzertgesellschaften geht einher mit dem immer mehr an Bedeutung gewinnenden Wirtschaftsfaktor. Die Errichtung und Anschaffung von

⁵⁰ vgl. Salmen, 1989, S. 113.

⁵¹ vgl. Salmen, 1988, S. 20.

⁵² Glogau, 1989, S. 26.

⁵³ vgl. Glogau, 1989, S. 26f.

Konzerthäusern oder Archiven machen die Unterstützung von Sponsoren unerlässlich.⁵⁴

Die von Sozialkritikern und Revolutionären geübte Kritik, sowie der Aufstieg und kommerzielle Erfolg der Schallplattenindustrie tragen schließlich zum Verfall der Musikvereinigungen bei. Nach 1900 werden nur noch wenige Gesellschaften neu gegründet, die am aktiven Musikgeschehen nicht mehr teilnehmen, sondern ausschließlich am Veranstalten von Konzerten beteiligt sind.⁵⁵ So zitiert Walter Salmen den im Jahre 1900 gegründeten Wiener Konzert-Verein bezüglich der eigens auferlegten Verpflichtung zur: „Veranstaltung von Sinfonie-Konzerten zu mäßigen Eintrittspreisen, sowie von populären Orchester-Konzerten, bei welchem letzteren klassische Werke in angemessener Vereinigung mit Werken leichter Art, jedoch von musikalischem Werte, aufgeführt werden sollen.“⁵⁶

2.2.5 Konzertgärten

Maßgeblich beteiligt an der Verbürgerlichung und Kommerzialisierung der Musikkultur ist ein Phänomen aus England: die Konzertgärten. Hier treten die besten Interpreten und Virtuosen unter den modernsten Voraussetzungen der Zeit auf. Leopold Mozart staunt 1764 über eine Veranstaltung: „etwas, dass in der ganzen Welt nicht seyn kann, als nur hier, weil täglich solche Unkosten zu machen weder die Privat Leute alleine, weder der Adl alleine zu unterhalten im Stande ist, und nirgends sind der Adl und der gemeine Mann so vereinigt als hier; folglich kann ein solche kostbares Unternehmen nirgends als in Engelland Soutinirt werden“⁵⁷

Trotz der bereits existenten Konzerträumlichkeiten, gelten die „public pleasure gardens“ als Hauptattraktion für potentiell Publikum. Angelockt durch das musikalische Programm, genauso wie kulinarische Genüße (bei Frühstückskonzerten) kann der Besucher gegen einen Eintrittspreis, der sich

⁵⁴ vgl. Salmen, 1988, S. 69.

⁵⁵ vgl. Salmen, 1988, S. 70.

⁵⁶ Salmen, 1988, S. 70.

⁵⁷ Bauer/Deutsch, 1962, S. 160 zit. nach Schwab, 1971, S. 9.

erstmal nach der Nachfrage richtet „ohne Unterschied der Person „für sein Geld alle erdenklichen Augen-, Ohren- und Gaumenfreuden genießen“⁵⁸ Bemerkenswert ist die zu dieser Zeit sehr fortschrittliche Veranstaltungskultur des freien Unternehmens, werden doch die Veranstaltungen von Privatunternehmern und Aktionären aufgezogen und orientieren sich genauso am Markt wie auch das gebotene musikalische Programm. Dies hat jedoch auch zur Folge, dass mit Sinken der Nachfrage Anfang des 19. Jahrhunderts auch der Konzertbetrieb ein Ende findet.⁵⁹

2.3 Das moderne Konzertwesen

Die Entwicklung des öffentlichen Konzerts geht einher mit dem Bestreben, Musikdarbietungen für jedermann zugänglich zu machen und Musikveranstaltungen kommerziell zu nützen. Begünstigt wird diese Phase durch das Anwachsen der Städte und den wirtschaftlichen Aufschwung durch den Handel, sowie die Abnahme des kirchlichen und höfischen Einflusses und im selben Zug die Ausbreitung der Ideen der Aufklärung und der Aufstieg des Bürgertums.⁶⁰ Entscheidend für die Datierung des Beginns des modernen Konzertwesens ist laut Definition der Umstand, dass Musikdarbietungen ab diesem Zeitpunkt sowohl öffentlich als auch gegen Eintrittsgeld (was das Konzert von Hausmusik unterscheidet) für alle Bevölkerungsschichten zugänglich sind.⁶¹

Als älteste europäische Konzertveranstaltung gilt jene von John Banister dem Älteren 1672 in seinem Haus in London errichtete. Dabei weist diese durch die räumliche Trennung von Orchester und Publikum, sowie die Entrichtung von einem Schilling Eintrittsgeld bereits Charakteristika des modernen Konzerts aus.⁶²

Mit dieser Entwicklung beginnt eine Kommerzialisierung, die von nun an bestimmend in die Musikkultur einwirkt. Es bilden sich in ganz Europa

⁵⁸ Glogau, 1989, S. 15.

⁵⁹ vgl. Glogau, 1989, S. 15f.

⁶⁰ vgl. Schwab, 1971, S. 8.

⁶¹ vgl. Schwab, 1971, S.

⁶² vgl. Schwab, 1971, S. 7ff., vgl. Glogau, 1989, S. 15.

öffentliche Konzertinstitute, Unternehmer, Komponisten, Verleger und Interpreten erkennen die Chancen am Markt und den gewinnbringenden Faktor.⁶³

Mit der Vergrößerung der Institution der Musikdarbietung wird gleichzeitig eine Professionalisierung notwendig. Nicht nur die technischen Anforderungen der Komponisten bzw. Werke an ihre Interpreten erfordern eine Spezialisierung der Musiker, nachdem diese im 17. und frühen 18. Jahrhundert vielseitig ausgebildet waren und mehrere Instrumente zu spielen hatten⁶⁴. Konzerte oder Darbietungen im kleineren Rahmen, wie sie bei Collegia Musica oder dergleichen üblich waren, gestalten sich organisatorisch leicht und man nimmt es auf sich, diese finanziell auf eigenes Risiko auszurichten. Das sich stets vergrößernde Publikum, die professionellen Musiker sowie die in Folge notwendigen angepassten Räumlichkeiten machen jedoch eine Eigeninitiative nahezu unmöglich und fordern arbeitsteilige Spezialisierungen. Ein Rückzug der Musikgesellschaften – Liebhaber und Interessierte widmen sich nun verstärkt dem „häuslichen Pianofortespiel oder geselligem Gesangsverein“⁶⁵ – beschleunigt zusätzlich das Voranschreiten der Professionalisierung. Stattdessen drängen Konzertdirektionen und Agenten auf den Markt und der Impresario tritt als Organisator in den Vordergrund. Schon die Einführung der Oper in den Bereich des Bürgertums 1637 hatte einen Einstieg ins kommerzielle Unternehmertum mit sich gebracht. Vorreiter waren dabei Geschäftsleute in Venedig, die Vorstellungen in gepachteten Theater in Konkurrenz zu einander stehend bestmöglich verkaufen zu versuchten.⁶⁶

1720 kommt es zu einer ersten Welle von Konzertgründungen: man veranstaltet wöchentliche Hauskonzerte oder Konzertreihen, die Akademien wie die „Academy of Ancient Music“ in London organisieren.⁶⁷

In Wien fungieren im 18. und frühen 19. Jahrhundert vorrangig Musiker oder Gastwirte als Konzertveranstalter. Selten aber doch wenden sich auch Musikunkundige Geschäftsmänner der Branche zu, um nach den Verfahren des damals modernen Marketings Künstler zu „verkaufen“. Dieses Modell wird

⁶³ vgl. Schwab, 1971, S. 8.

⁶⁴ vgl. Schwab, 1971, S. 13.

⁶⁵ vgl. Schwab, 1971, S. 13.

⁶⁶ vgl. Salmen, 1988, S. 71.

⁶⁷ vgl. Glogau, 1989, S. 22.

rasch erfolgreich und findet viele Nachahmer, was zu einer weitgehenden Kommerzialisierung des Konzertwesens führt. Tourneen und Konzerte werden nach Rentabilität gebucht und der Beruf des Agenten immer wichtiger. In diesem Zusammenhang ist die 1880 gegründete Konzertdirektion des Ehepaars Wolff in Berlin zu nennen, das Vorreiter dieser Entwicklung wird und als monopolistisches Unternehmen sogar Einfluss auf Konzertprogramme und Kritiker hat. In Wien kann sich Albert Guttman etablieren.⁶⁸

Mit diesen Vergrößerungen und dem Ansteigen der Kommerzialisierung werden Stimmen erster Kritiker wach.⁶⁹ Man tritt gegen die Institution Konzert ein und kritisiert die überladenen Bauten. Zudem befürchtet man eine Abwendung von der Musik zugunsten des vielen Prunks und verlangt eine Verdunkelung des Saals: „weg mit allem, was Auge und Ohre des Hörers stört“.⁷⁰ In der Zeitschrift „Die Musik“ fordert Philipp Wolfrum das Zurückdrängen geschäftstüchtiger Unternehmer, die Kapital aus der „unmündigen“ Menge schlagen.⁷¹

Doch trotz der kommerziellen Interessen bleibt die tragende Kraft des Konzerts das Verlangen des Volks nach Musik. Das Konzert wird als Bildungsinstitut gesehen und Konzertgründungen als notwendig erachtet. Man spricht der Musik einen guten Einfluss zu „Die Absicht der Herren Musicorum ist allein diese, sich und ihre Mitbürger unschuldig zu vergnügen, und die Sitten zu bessern, denn wer leugnet, daß nicht die Musik auf die Sitten großen Einfluß haben sollte?“⁷² Der positive Einfluss wirkt sich auch auf andere Bereiche aus: Es werden Wohltätigkeitskonzerte veranstaltet und man sieht das Konzert als Medium der Bewusstseinsbildung eines progressiven bürgerlichen Weltbildes zur Verbreitung der Ideenwelt des Bürgertums.⁷³ Diese Einstellung führt zu einem Aufeinanderprall der Meinungen: steht einerseits der Idealismus im Vordergrund, so vermuten andere einzig die Verfolgung kommerzieller Interessen unter der Ausbeutung und Ausnutzung sogenannter Wunderkinder.⁷⁴ Die Entwicklung des Konzertwesens Ende des 19. Jahrhunderts ist geprägt durch die Errichtung zahlreicher Konzertneubauten ab den 1870er Jahren in

⁶⁸ vgl. Salmen, 1988, S. 71f.

⁶⁹ vgl. Salmen, 1988, S. 32.

⁷⁰ Salmen, 1988, S. 38.

⁷¹ Salmen, 1988, S. 39.

⁷² J.A. Hiller, 1767, S. 163 f. zit. nach Schwab, 1971, S. 9.

⁷³ Schwab, 1971, S. 9.

⁷⁴ Schwab, 1971, S. 9.

den Metropolen Europas und der Einrichtung ständiger Orchester mit Berufsmusikern.⁷⁵

Das im 19. Jahrhundert stets anwachsende und vielfältige Konzertleben der größeren Städte verändert sich schlagartig mit Beginn des ersten Weltkrieges, währenddessen die Planung und Lenkung des Musikbetriebs von staatlicher Seite ausgeht.

Die Zeit danach steht im Zeichen des Wirtschaftsfaktors Musik: Verwertungsgesellschaften und Interessensverbände werden gegründet, Konzertbüros und internationale Künstlervermittlungen florieren. In Folge der Sozialpolitik einiger Länder kommt es zu Subventionen an Konzertbetriebe.⁷⁶

1933 wird der zentralistische Reichsverband für Konzertwesen gegründet. Ab nun überwacht die Reichsmusikkammer die Konzertwirtschaft und setzt es sich zum Ziel, das Musikleben „in eine nationalsozialistische Neuordnung überzuleiten“.⁷⁷ Nach Ende des zweiten Weltkrieges zerfällt jedoch auch diese Organisationsform und es kommt zur erneuten Gründung von Konzertdirektionen.

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts hat sich die Struktur des bürgerlichen Konzertbetriebs im Kern nicht wesentlich verändert. Verbesserungen in Organisation und Technik, Expandierung der etablierten Konzertformen sowie die Akustik betreffende Überlegungen gestalten den Konzertbetrieb und entwickeln ihn weiter. Das Konzertwesen heute steht unter einem hohen Professionalisierungsgrad.

2.4 Bau der Konzertsäle

2.4.1 Anfänge

Bis ins 18. Jahrhundert ist die öffentliche Musikausübung gekennzeichnet durch außermusikalische Zweckgebundenheit und Funktionalität. In Kontakt mit Musik kommt man am ehesten bei Gottesdiensten und höfischer Repräsentation;

⁷⁵ vgl. Glogau, 1989, S.

⁷⁶ vgl. Salmen, 1988, S. 72f.

⁷⁷ Salmen, 1988, S. 73.

Musikveranstaltungen finden in der Kirche, Ritter- und Rathaussälen statt. Musik um ihrer Willen ist hingegen nur in kleinen, privaten Kreisen vorzufinden. Öffentliche Räume zur Musikausübung sind primär an andere Funktionalitäten gebunden: in der Kirche und im Theater erfüllt die Musik ihren Zweck, ist aber nicht Subjekt.

Belege von ersten eigenen Räumlichkeiten für musikalische Aktivitäten gibt es ab 1470 mit der Entstehung von Musiksälen in Schlössern oder Palästen. Ein erster Entwurf eines Grundrisses eines „Musick Rooms“ (der Begriff „Concert Room“ wurde noch nicht gebraucht) existiert von Thomas Mace aus dem Jahr 1676. In seine Planung sind bereits Zuhörer, Ausführende, Instrumente und die klangliche Realisierung der Musik mit einbezogen. Die von Mace als störend empfundenen Geräusche des Publikums veranlassen ihn, bei der Planung eines Musick Rooms eine Trennung von Auditors in Dinstinct Rommes vorzunehmen. Erstmals wird der „akustische Vorteil“ thematisiert und ein kalkulierter Zu- und Abgang über Treppen geplant. Weiters sind Anforderungen an das Publikum gestellt, das sich des „Talking, Crowding, Sweating and Blustering“⁷⁸ zu enthalten habe. Zu der Ausführung des Planes kommt es jedoch nie.⁷⁹

Ein weiteres Raumkonzept geht aus der Anlage von Musikantenemporen hervor, bei denen die Musikanten auf angehobenen Galerien platziert sind. Der für das Publikum vorgesehene Platz ist ebenerdig angelegt und weist eine deutliche räumliche Trennung von den Musizierenden auf, die als wesentliches Merkmal und Eingrenzung des Begriffs „Konzert“ gilt.

Doch trotz einiger Pläne und Konzepte für Konzertsäle zur Veranstaltung von Orchester- oder Solistenkonzerten wird der autonome Konzertsaal, der nicht zugleich noch Ballsaal oder öffentliches Versammlungslokal ist, erst gegen Mitte des 19. Jahrhunderts Realität. Dennoch werden die bisher genutzten Theater- und Opernhäuser, sowie Gesellschaftsräume weiterhin als

⁷⁸ Salmen, 1988, S. 22.

⁷⁹ vgl. Schwab, 1971, S. 46; vgl. Salmen, 1988, S. 22.

Konzertstätten genutzt.⁸⁰

Obwohl es im 18. Jahrhundert zur Einrichtung von „Pleasure Gardens“ in England für Freiluftkonzerte kommt und Musikzimmer in Schlössern für Hofkonzerte zur Verfügung gestellt werden, bleibt es bei der stände- und gebrauchsspezifischen Gestaltung der Konzert- und Vortragssäle.

Demnach erfolgt in solchen Räumen die Raumeinteilung statt nach akustischen, vielmehr soziologischen Überlegungen. In vielen anfänglich für Musikveranstaltungen genutzten Räumen wie Rathaus- oder Ballsälen fehlen zwar die für die Trennung von Publikum und Musikern notwendigen Podien oder Emporen, jedoch zeigen Bilddokumente, dass das dem Publikum vorbehaltene Parterre die Zuschauer durch unterschiedlich bequeme und repräsentative Sitz- und Stehplätze doch zu separieren weiß.⁸¹ In den Theater- und Opernhäusern dieser Zeit nimmt man ebenfalls Bezug auf die Standesunterschiede. Auch hier spiegelt die Platzzuteilung mehr die gesellschaftliche Stellung des Publikums wider. So ist die Akustik im obersten, den niedrigen Ständen vorbehaltenen, Rang besser als in der Mittelloge des Balkons, der für die Herrscher reserviert ist.⁸²

Mit dem Aufkommen des Bürgertums und der damit einhergehenden Gründung von Vereinen für Musikliebhaber und Collegia Musica gegen Anfang des 18. Jahrhunderts wird die Finanzierung von Musikern und die Darbietung von Musik auch außerhalb der höfischen Kreise und somit die Praktizierung autonomer Musik ermöglicht. Erstmals in der Geschichte bilden sich professionelle Orchester, die gegen Entgelt ihre Leistung darbieten.

Damit wird nach und nach werden das Bedürfnis und der Ruf nach Konzertsälen oder einem repräsentativen Konzerthaus wach. Die neugegründeten Orchester benötigten Platz und eine Bleibe für Proben und Aufführungen, insbesondere da das Publikum wächst und immer mehr Bürger zu den Konzerten strömen. Um 1750 errichten bürgerliche Liebhaber Gebäude für 600 oder mehr Besucher. Dabei verlässt man sich vorerst auf die Intuition

⁸⁰ vgl. Schwab, 1971, S. 66.

⁸¹ vgl. Schwab, 1971, S. 56.

⁸² vgl. Lichtenhahn in: Morawska-Büngeler, 1989, S. 10.

oder orientiert sich an bewährten Mustern ohne akustische Parameter einzubeziehen.⁸³

Anfang des 19. Jahrhunderts entsteht in Wien die erste Singschule, ein Jahr später eine Geigenklasse. 1822 finden „Unter den Tuchlauben“ die ersten Konzertaufführungen statt, die später als der erste öffentliche Konzertsaal Wiens gelten, wenn dieser auch nur Platz für wenige Besucher bietet. Die politischen Unruhen der Revolution 1848 machen sich auch in der Musik bemerkbar und bringen einen starken Rückgang an Konzerten mit sich.

Ab 1866 führt die institutionelle Entwicklung von Konzert und Konzertwesen in dichten zeitlichen Abständen zum Bau der ersten Konzertsäle unter Beachtung raumakustischer Aspekte wie Wandstrukturen und Deckenbeschaffenheit in den Metropolen Europas.⁸⁴ Die damit einhergehenden Investitionen leiten zudem eine noch stärkere Kommerzialisierung des Konzertwesens ein – eine Entwicklung, die in England zu dieser Zeit schon abgeschlossen war.

2.4.2 Der Wiener Musikverein

Als erster für öffentliche musikalische Darbietung geschaffener Neubau gilt der 1870 fertiggestellte Wiener Musikverein. Erstmals gibt es Häuser, die nur im Dienste der weltlichen Musik stehen und „vornehmlich der Symphonik und den Oratorien vorbehalten“⁸⁵ waren. Diese Gebäude und Säle, die auch mehr Platz für Orchester und Publikum zulassen, inspirieren Komponisten wiederum zu Werken mit größeren Besetzungen. Man wendet sich von den im bescheidenen Zeitalter des Biedermeier eng konzipierten Sälen ab und läutet das neue Zeitalter der Gründerzeit mit ihren prunkvollen Bauten ein. Im Zuge der Stadterweiterungspläne von Franz Joseph I sollte Wien als Weltstadt präsentiert werden und mit den Metropolen Berlin und Paris mithalten können. So entstehen neben dem Wiener Musikverein auch andere Prachtbauten wie das Burgtheater oder die Votivkirche an der Ringstraße.⁸⁶

Nach Vorbild des von Theophil von Hansen entworfenen Musikvereins entsteht

⁸³ Salmen, 1988, S. 26.

⁸⁴ Salmen, 1988, S. 27.

⁸⁵ Salmen, 1988, S. 32.

⁸⁶ vgl. Glogau, 1989, S. 29.

auch in vielen anderen europäischen Städten eine Reihe gleichartiger Konzertneubauten. Die meisten Häuser verfügen über zwei Säle: einen großen und einen kleinen. Je nach Aufführungszweck und Werk kann somit der Raum optimal genutzt werden und ist Ausdruck einer entwickelten Konzertform sowie einer bereits vorhandenen Spezialisierung.⁸⁷ Der Musikvereinssaal ist der erste, der sich in seiner Form durchsetzen kann und gilt damit als klassischer Konzertsaal. Umgangssprachlich werden Säle wie dieser „Schuhschachteln“ genannt, da sie wie jene ein Verhältnis von 2:1:1 aufweisen.⁸⁸ Mit einer hohen Decke, einem schmalen Grundriss und einer erhöhten Bühne bietet dieser Konzertsaaltyp ausgezeichnete akustische Eigenschaften.

Die Planung und Durchführung von Konzertsälen dieser Art übernehmen Aktionäre von Musikvereinen, Mäzene, sowie Virtuosen oder erfolgreiche Instrumentenbaufirmen.⁸⁹ Vor allem Klavierfirmen wie Pleyel in Paris, Steinway in New York, Bechstein in London oder Andreas Streicher und Ludwig Bösendorfer in Wien sind am Markt aktiv. Aber auch Musikverlage wie Breitkopf & Härtel in Berlin steigen ins Geschäft ein.

2.4.3 Konzertsäle im 20. Jahrhundert

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts hat sich die Struktur des bürgerlichen Konzertbetriebs nicht wesentlich verändert.

Die Ablösung des Konzerts als vorherrschende Form von Musikdarbietung und -realisierung Anfang des 20. Jahrhunderts durch Entwicklung und Fortschritt in Rundfunk, Schallplatte und visuellen Reproduktionsmitteln bringt einen Umschwung. Nicht zuletzt durch den Rückzug privater Musikgesellschaften zugunsten städtisch kommunaler Trägerschaften sind die finanziellen Mittel beschränkt und verhindern eine Weiterführung des Baubooms von Konzertsälen.⁹⁰

⁸⁷ vgl. Glogau, 1989, S. 37.

⁸⁸ vgl. Röllin, 2004, S. 11.

⁸⁹ vgl. Salmen, 1988, S. 32.

⁹⁰ vgl. Röllin, 2004, S. 11.

Eine zweite Zäsur im Konzerthausneubau wird erst mit der von Herbert von Karajan eingeläuteten neuen Akzeptanz musikalischer Aufführungspraxis nach 1950 gesetzt. Die 1963 erbaute konzentrische Orchesterbühne in der neuen Philharmonie Berlin gilt als Vorbild für darauffolgende Konzertbauten. Im Gegensatz zum klassischen Konzertsaal der bewährten Konzerthäuser des 19. Jahrhunderts (siehe Musikvereinsaal) orientieren sich die Bauten des 20. Jahrhunderts bei der Orchesterbühne an frühesten Vorgängern in der Mitte des Auditoriums und erhalten die Bezeichnung „Circus Karajani“.⁹¹

Die Beschaffenheit von Konzertsälen dieser Art ist jedoch bald überholt. Die Anforderungen an die Bauten durchleben nach und nach Veränderungen und bringen einen Aufschwung von Mehrzweckhallen mit sich. Im Konzertsaalbau vor dem Ersten Weltkrieg geht man vor allem pragmatische Wege und versucht den Forderungen der Massenkultur nachzukommen. Aus Kostengründen werden nun Mehrzweckbauten nach Art der Royal Albert Hall in London errichtet. Stadthallen, Festspielhäuser oder Art Centers sind multifunktional für Großveranstaltungen aller Art einsetzbar.⁹²

Diese kostensparende Bauweise setzt sich nach dem Ersten Weltkrieg fort, mit dem Ziel das Kulturbedürfnis Aller befriedigen zu können.⁹³ Die Zuwendung zur Massenkultur bringt eine Änderung im Kulturbegriff mit sich. Man verabschiedet sich zunehmend von der Vorstellung einer musikalischen Hochkunst und unterzieht diese einer radikalen ästhetischen Wandlung.⁹⁴

Konzertgebäude werden eingebettet in das urbane Leben und man demonstriert die allgemeine Zugänglichkeit der Häuser durch das Anschließen von Einkaufszentren, Cafeterien und Geschäften, sowie durch Konzerte bei offener Tür.

Um den immer höheren Ansprüchen des Publikums gerecht zu werden entwickeln sich weitere Bauformen. Neben den bereits erwähnten klassischen (Musikverein Wien) und runden (Philharmonie Berlin) entstehen weitere

⁹¹ vgl. Röllin, 2004, S. 11.

⁹² vgl. Salmen, 1988, S. 40.

⁹³ vgl. Salmen, 1988, S. 40.

⁹⁴ vgl. Salmen, 1988, S. 40.

Saaltypen in Form von einer Ellipse (Albert Hall, London), eines Rechtecks mit konkav gekrümmten Seitenwänden (Philharmonic Hall, New York) oder eines Fächers (Gasteig, München).⁹⁵ Doch gehen oft die Ansprüche des Publikums und der Musiker auseinander und die Akustik der Konzertsäle wird unterschiedlich beurteilt.

2.4.4 Konzertsäle heute

Konzertsäle im 21. Jahrhundert suchen nach Besonderheit. Hinsichtlich Architektur und Akustik will man ideale Bedingungen für Konzerte schaffen, man sieht Chance in neuen Räumen und hofft auf Publikumszuwachs durch das Bieten eines Erlebnisfaktors.

Nichts desto trotz richten sich die meisten Häuser immer noch nach dem symphonischen Standardrepertoire aus. So finden sich Konzertgebäude nach den erwähnten Typen der „Schuhshachtel“, der Arena oder dem Opernhaus in nahezu identischer Ausformung in mehreren Städten wieder.

Das Konzert wie wir es heute kennen ist immer noch auf „Stillsitzen und Zuhören“ ausgerichtet. Doch nicht nur die gängigen Konventionen, sondern auch die Architektur der Konzertsäle unterstreichen und führten die Rituale weiter.

Nachdem musikalische Darbietungen vor dem 19. Jahrhundert oft noch an nicht einzig der Musik gewidmeten Orten stattfanden, brachte die Macht des Bürgertums und eine neue „Sakralisierung“ der Musik auch einen Umschwung der Raumsituationen mit sich. Der Saal selbst ist ausgerichtet auf ein starres Ausharren und Zuhören: Verdunklung und Bestuhlung in Richtung Bühne weisen bereits auf die Sprechverbote hin. In „Annäherung an die Konzertstätte. Eine Typologie der (Un-) Gewöhnlichkeit“ beschreibt Volker Kirchberg drei Typen von Konzertsälen. Jenen eben erwähnten Konzertsaal ordnet er dem Typen des „traditionell gewöhnlichen Konzertsaals“ zu und beschreibt somit klassische Musik und ihre Aufführungsorte als „ein Produkt bürgerlicher Autonomie“.⁹⁶

Als zweiten Typ definiert Kirchberg den „außer-gewöhnlichen Konzertsaal“, dem

⁹⁵ vgl. Röllin, 2004, S. 12.

⁹⁶ Kirchberg in: Tröndle, 2009, S. 158.

er einen fremden oder exotischen Standort und eine ähnliche Raumgestaltung zuordnet. Jedoch bezweifelt Kirchberg, dass sich durch solche Orte eine neue Hörschaft nachhaltig erreichen lässt. Darum gilt es die geographische und soziale Distanz zu verringern um den Konzertbesuch – ähnlich einem Kinobesuch – barrierefrei zu gestalten und somit für eine große Breite zugänglich zu machen. Ein außer-gewöhnlicher Konzertsaal kann demnach ein Einkaufszentrum, ein Altenheim, ein Gefängnis, ein Sportstadion oder ein öffentlicher Platz sein.⁹⁷

Der „über-gewöhnliche Konzertsaal“ definiert sich in erster Linie durch seine Über-Konventionalität und steht oft in Zusammenhang mit Städtemarketing. Das Gewöhnliche wird ins Spektakuläre umgesetzt ohne ersteres zu verlassen. Konkret meint Kirchberg neue Konzertsäle und Operngebäude, die ab dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts einen regelrechten Boom auslösen. Oft mit dem Gedanken der Stadtentwicklung und Imagegestaltung verbunden sollen Bauten wie diese Gegenden und Regionen aufwerten, andere Schichten anlocken und für ein junges Publikum attraktiv wirken. Als Beispiel kann die Norwegische Nationaloper in Oslo angesehen werden, die sich durch eine Spektakuläre Außenerscheinung genauso wie einen schlichten, gewöhnlichen Zuschauerraum auszeichnet.⁹⁸

Volker Kirchberg setzt die drei Typen der Konzertstätten auch miteinander in Beziehung und erklärt die außer-gewöhnliche als jene die traditionell-gewöhnliche abwehrend, und die über-gewöhnliche als die selbe fortführend.⁹⁹

Folgende Beispiele sollen einen Überblick über die Möglichkeiten und Ausformungen des modernen Konzertsaalbaus und einen kleinen Überblick über Modelle des in den letzten Jahren verstärkten Bau von über-gewöhnlichen Konzertsälen bieten. Auf Beispiele des außer-gewöhnlichen Konzertsaals soll nachfolgend näher eingegangen werden.

⁹⁷ Kirchberg in: Tröndle, 2009, S. 159f.

⁹⁸ Kirchberg in: Tröndle, 2009, S. 160ff.

⁹⁹ Kirchberg in: Tröndle, 2009, S. 166.

2.4.4.1 Kultur- und Kongresszentrum in Luzern

„Wunderbar ist die Akustik, wunderbar das Haus, eines der schönsten Häuser der Welt“, schwärmt Claudio Abbado nach der Eröffnung des Kultur- und Kongresszentrums in Luzern (KKL) 1998. Ihm zufolge vereinigt es wie kein anderes zeitgenössische Architektur und Akustik.

Einem der zahlreichen Ausflugsschiffe auf dem Vierwaldstättersee in Luzern gleich lockt das KKL Besucher durch enge Gangways und einen „Schiffsbauch“ hinab in einen „Maschinenraum“. Entworfen vom französischen Architekten Jean Nouvel, sorgte der Amerikaner Russel Johnson für die optimale Akustik des Konzertsaals.¹⁰⁰ Das 2000 fertiggestellte KKL Luzern gehört heute zu den spektakulärsten modernen Bauwerken der Schweiz.

Hinter der Errichtung dieses Baus stehen jedoch vielfältige Interessen. Allen voran forderten Bürger sowie kommunale Politiker und Hoteliers ein zeitgemäßes Haus für das Luzern Festival. Michael Haeflinger dazu: „Ein neues Gebäude belebt und entwickelt einen Ort, gibt ihm künstlerische Lebendigkeit. Das Luzerner Symphonieorchester hat mit dem neuen Konzertsaal ein völlig neues Programm entwickelt: Plötzlich wurden sie modern. Wir haben im Jahr an die zehn Uraufführungen gemacht. Sie hatten in jedem Programm zeitgenössische Inhalte gehabt, und das Echo beim Publikum war sehr groß. In neuen Räumen sind die Leute mehr dazu bereit, auch Neues zu erleben [...]“¹⁰¹ Haeflinger sieht demnach neue Räume für Musik als Faktor für Publikumszuwachs.

2.4.4.2 Elbphilharmonie Hamburg

Als „größte Kulturbaustelle Europas“ wird die Elbphilharmonie in Hamburg bezeichnet. Das Vorhaben: „Die Elbphilharmonie wird ein Gesamtkunstwerk sein, ein einzigartiges Erlebnis aus Architektur, Musik und der Lage am Wasser.“¹⁰² Seit 2007 in Bau befindlich, zögert sich die Fertigstellung mittlerweile seit einiger Zeit hinaus. Auf dem Kaispeicher A im Hamburger

¹⁰⁰ vgl. <http://www.kkl-luzern.ch/boxalino/files/BXDownloadFiles1009fileLX01.pdf>, 27.02.2012

¹⁰¹ zit. nach Kolb, 2002.

¹⁰² www.elbphilharmonie-erleben.de, 7.12.2012

Hafen gebaut, soll auf einer Gesamtfläche von 120.000 m² neben drei Konzertsälen auch ein Hotel, Gastronomiebereiche, Eigentumswohnungen und eine öffentlich zugängliche Plaza sowie ein Parkhaus enthalten sein. Der gläserne Aufbau mit geschwungener Dachform mit einem Zugang über eine lange, konkav gebogene Rolltreppe trägt schon jetzt wesentlich zum Stadtbild bei und soll ein neues Wahrzeichen für Hamburg und die HafenCity schaffen.

Ein großer Konzertsaal mit rund 2150 Sitzplätzen für Veranstaltungen klassischer Musik, sowie Jazz und Weltmusik ausgerichtet und ein kleinerer mit 550 Plätzen für Kammermusikkonzerte stehen zur Verfügung. Die Errichtung des großen Saals folgt dem Prinzip der Weinberg-Architektur: eine zentrale Bühne wird umschlossen von nach ringsum oben ansteigenden Rängen, ähnlich den Weinberg-Terrassen. Der kleine Saal ist in der klassischen „Schuhkarton-Architektur“ gehalten. Das sogenannte Kaistudio mit 170 Sitzplätzen ergänzt als dritter Saal die anderen und soll als Aufführungsort für zeitgenössische und experimentelle Musik bzw. Kinderkonzerte dienen und für Proben zur Verfügung stehen. Für das moderne Akustikkonzept zeichnet der renommierte Akustikspezialist Yasuhisa Toyota verantwortlich, der einen einzigartigen Klang gewährleisten soll.¹⁰³

Ähnlich der Elbphilharmonie in Hamburg, ist auch in Paris das Projekt „Philharmonie de Paris“ im Gange. Nach neuesten akustischen sowie statischen Technologien und unter Einbindung von Büros, Ausstellungsflächen, einer Bibliothek, einem Restaurant genauso wie Übungs- und Verwaltungsräumen soll die Philharmonie de Paris 2014 eröffnet werden.

2.4.4.3 Den Norske Opera & Ballett – die Norwegische Nationaloper

Ein Wahrzeichen für die Stadt wurde auch mit der Norwegischen Nationaloper in Oslo 2008 geschaffen. Nicht nur mit ihrem Standort am Oslo-Fjord trägt sie bedeutend zum Stadtbild bei. Schneeweiß und wie ein Eisberg ragt die Oper aus dem Wasser und wird zum Erlebnis für Musik-, Kunst- und Architekturbegeisterte. Besondere Attraktion ist das Dach, das nicht nur

¹⁰³ www.elbphilharmonie-erleben.de, 7.12.2012

aufgrund des weißen Marmors optisch gelungen scheint: Es kann bestiegen werden und gibt somit auch nicht musikinteressierten Osloer Steuerzahlern etwas zurück, so der Architekt Kjetil Trædal Thorsen vom Architekturbüro Snøhetta: „Hier auf dem Dach ist nichts zu verkaufen“.¹⁰⁴

Wie die Elbphilharmonie Hamburg bietet auch die Norwegische Nationaloper drei Bühnen. Der Große Saal, der in seiner Architektur an die Dresdner Semperoper angelehnt ist, bietet Platz für 1369 Zuhörer, der Kleine Saal für 400 und die Probebühne, das Studio, für 200 Besucher. Zusätzlich stehen auch das imposante Foyer bzw. das Dach für Konzerte offen.¹⁰⁵

¹⁰⁴ http://www.art-magazin.de/architektur/5607/nationaloper_oslo_norwegen, 7.12.2012

¹⁰⁵ <http://www.operaen.no>, 7.12.2012

3 Das Konzertpublikum im Wandel

Stillsitzen und Zuhören - eine Anleitung zum Konzertbesuch? Was gehört zu den Pflichten und Erwartungen, die an das Publikum gestellt werden? War der Applaus stets ein Zeichen des Zuspruchs und der Anerkennung? Dieses Kapitel soll Aufschluss über all diese Fragen geben. Anhand einem kurzen Abriss der Geschichte des Publikums werden dessen Zusammensetzung, sowie die Gründe oder erst die Möglichkeit ein Konzert zu besuchen von Beginnzeiten der Aufführungsform bis heute erläutert. Weiters wird näher auf das Verhalten des Publikums im Konzertsaal, insbesondere die Beifallsbekundungen in Form des Klatschens, eingegangen. Inwiefern sich das Publikum des klassischen Konzerts über die Jahre hinweg verändert hat und ob das Publikum Macht über die Programmplanung hat – diesen Fragen wird anschließend nachgegangen.

Das Konzertpublikum unterscheidet sich per definitionem von der reinen Zuhörerschaft durch das käufliche Erwerben einer Eintrittskarte. Damit können Zuhörer der kirchlichen, höfischen, städtischen oder privaten Musikaufführungen der Vor- und Frühformen des Konzerts noch nicht als Publikum bezeichnet werden. Auch in linguistischer Hinsicht wird eine Trennlinie gezogen indem in Zusammenhang mit frühgeschichtlichen Musikdarstellungen sehr bezeichnend von „Zuschauern“, später von „Zuhörern“ und schließlich erst mit Aufkommen des Konzerts vom „Publikum“ die Rede ist.¹⁰⁶ Die Geschichte des Konzertpublikums beginnt somit mit den Anfängen des (halb-) öffentlichen Konzerts. Dennoch können geschichtliche Vorbilder bereits in der venezianischen Oper gefunden werden, bei der fahrende Komödiantengruppen gegen Eintritt ihre Leistungen darboten.¹⁰⁷

Eines der frühesten Beispiele kommerzieller Musikdarbietungen stellen die englischen Konzertgärten dar. Schon Mitte des 18. Jahrhunderts organisieren Privatunternehmer und Aktionäre Veranstaltungen, die heute als Event bezeichnet würden. Der sich nach Angebot und Nachfrage richtende und variierende Eintrittspreis lässt jeden, der es sich leisten kann „für sein Geld alle

¹⁰⁶ vgl. Glogau, 1989, S. 74.

¹⁰⁷ vgl. Schwab, 1971, S. 24.

erdenklichen Augen-, Ohren- und Gaumenfreuden genießen [...]“¹⁰⁸.

3.1 Aufschwung des Bürgertums und Musikvereinigungen

Im Zuge des Aufschwungs des Bürgertums wird die Musik – bisher dem höfischen Adel vorbehalten oder funktional ausgerichtet gepflegt – von Bürgerkreisen entdeckt und weitergetragen. Dies zeigt sich in der Gründung von Musikgesellschaften sowie in der immer beliebter gewordenen privaten Musikausübung. Man entdeckt Musikveranstaltungen als Freizeitvergnügen: „Dass man mit Kind und Kegel zu den Konzerten erschien, war nichts Seltenes. Es mutet uns heute so an, als habe an den Konzertsälen das Schild gestanden: Hier können Familien Musik hören.“ schreibt Eberhard Preußner.¹⁰⁹ In Anbetracht der Tatsache, dass der Konzertsaal zur alleinigen Musikausübung zu diesem Zeitpunkt noch nicht existiert, soll jedoch der Veranstaltungscharakter der Musikdarbietung nicht verwundern, finden doch diese in Kaffeehäusern, Gasthäusern oder Gärten statt und bieten sich somit als Familienausflugsziel an. Historisch gesehen stellen Darbietungen von bürgerlichen Musikvereinigungen wie hier beschrieben nicht nur Vorreiter des autonomen Konzerts dar, sondern sind auch Basis einer erstmaligen Bildung eines spezifischen, abgrenzbaren Konzertpublikums.¹¹⁰

Trotz einiger Bemühungen sind die Unterschiede der Vereinigungen erheblich. Zwar bemüht man sich um eine antiständische Gleichheit, dennoch bleibt vielen der Zugang zu den teils halböffentlichen Vereinen verwehrt. So richten sich einige an die „noble Gesellschaft“, andere urteilen nach musikalischer Eignung.¹¹¹ Auf der einen Seite veranstaltet man in London „Gentlemen's Concerts“ und „Concerts of Nobility“, andererseits richtet sich ein Inserat in Magedeburg 1764 an „alle gesitteten Stände der Stadt, ohne Unterschied zwischen Adel- und Bürgerstand“.¹¹²

Bei den öffentlichen und für jedermann zugänglichen Konzerten der Münchner Musikalischen Akademien ist beispielsweise der königliche Hofstaat vertreten,

¹⁰⁸ Glogau, 1989, S. 15f.

¹⁰⁹ Preußner, zit. nach Glogau, 1989, S. 24

¹¹⁰ vgl. Heister, 1983, S. 104.

¹¹¹ vgl. Glogau, 1989, S. 23.

¹¹² Salmen, 1989, S. 21.

was die Standesunterschiede folglich sogar betont.¹¹³ Auf den Wiener Walzerböden hingegen regiert das Volk, wie ein bayrischer Reisender berichtet: „Sie sind die Plätze, wo Abstammung und Rang vergessen scheinen und der aristokratische Stolz abgelegt ist. Hier sieht man Handwerker, Künstler, Kaufleute, Ratsherren, Barone, Grafen, und Excellenzen mit Kellnerinnen, Frauen aus dem Mittelstande und Damen tanzen. Jeder Fremde, der eine Zeitlang hier verweilt, wird von dieser Tanzkrankheit angesteckt.“¹¹⁴

Während in den frühen Opernhäusern mit Rängen und Logen die Standesunterschiede deutlich werden, weisen die ersten Säle für Konzertveranstaltungen nichts dergleichen auf, da durch die anderwertige Nutzung Podien und Emporen fehlen. Dennoch belegen Bilddokumente, dass die Differenzierung des Publikums durch unterschiedlich bequeme Sitz- und Stehmöglichkeiten vorgenommen wird. Anders als vermutet, sind die Privilegiertenplätze nicht direkt vor den Musikern situiert, was einerseits durch die bessere Akustik und andererseits durch die Möglichkeit der ungestörten Konversation zu erklären wäre.¹¹⁵

Schließlich werden die Standesschranken auch aufgrund von ökonomischen Gründen annähernd aufgehoben, was eine Vergrößerung des Publikums und somit auch eine Maximierung der Einnahmen bedeutet.¹¹⁶ Trotzdem bleibt zwischen Besitz und Nichtbesitz zu unterscheiden, da das Errichten eines Eintrittsgeldes nicht allen möglich war.

Neben der ständischen Differenzierung können auch Unterschiede im Verhalten des Publikums und dem zufolge in der Motivation, ein Konzert zu besuchen, gezogen werden. In einer Aufzeichnung über eine Aufführung 1753 sind es vornehmlich Frauen, die als Zuhörerschaft dem Konzert lauschen. Die meisten Männer sind von der Musik abgewandt und es scheint, als würden sie Geschäften nachgehen, während ihre Frauen unterhalten werden.¹¹⁷ Friedrich Johann Reichardt beschreibt bei einem „Großen Concert“ das Leipziger

¹¹³ vgl. Glogau, 1989, S. 24.

¹¹⁴ Carner, 1968 zit. nach Glogau, 1989, S. 24

¹¹⁵ vgl. Glogau, 1989, S. 56.

¹¹⁶ vgl. Glogau, 1989, S. 23.

¹¹⁷ vgl. Glogau, 1989, S. 48.

Publikum, das „...übrigens aber die schöne Gabe des Plauderns und Geräusches mit allen übrigen Concertgesellschaften gemein hat“¹¹⁸ Bestätigt wird dieses Verhalten des Publikums durch ein Zitat Fritz Hennenbergs, der beschreibt, dass „ein Kaufmann, den man jeweils zur Wache aufstelle, und der, wenn gar zu laut geschwätzt werde, mit einem großen Ladenschlüssel ans Clavecin klopfte“.¹¹⁹ Generell kann im 18. Jahrhundert beobachtet werden, dass das Plaudern während des Konzerts durchaus üblich ist. Berichte belegen, dass Konversationen so konzentriert stattfanden, dass Herren ihre Stühle den Damen zugewandt haben, dass sie somit dem Orchester den Rücken zuekehrten.¹²⁰ In „Reise ins Concert“ 1755 schildert man: „Die Weibsbilder erscheinen, sich sehen zu lassen; die Mannsbilder, sie zu sehen. Viele auch schämen sich, nicht vom Concerte zu sein, damit sie ja auch unter die schöne Welt gezählt werden.“¹²¹ Als weitere Quelle kann ein Bild herangezogen werden, auf dem neben dem Konzertpodium das Publikum in Gespräche verwickelt ist und ein Diener während der Darbietung Getränke und Speisen serviert.¹²²

3.2 Das Konzertpublikum im 19. Jahrhundert

Die Eröffnung von Sing- und Musikschulen sowie die eigens für Musikdarbietungen angemieteten Säle bringen nicht nur einen weiteren Entwicklungsschub für das autonome Konzert mit sich, sondern für Bürger auch neue Möglichkeiten zur Beschäftigung mit Musik.¹²³

Zeiten politischer Unruhen machen sich auch im Musikleben bemerkbar. Die französische Revolution 1789 bringt einen Rückgang an Konzerten mit sich, Revolutionsmärsche entstehen und auch Musiker richten sich verstärkt nach dem Volk: Volksmusikkonzerte sollen dem Ausdruck verleihen.¹²⁴ Die darauf folgenden Änderungen zeichnen sich verstärkt in der Zusammensetzung des

¹¹⁸ Reichardt, 1776 zit. nach Glogau, 1989, S. 74.

¹¹⁹ Hennenberg, 1984, S. 11 zit. nach Glogau, 1989, S. 74.

¹²⁰ vgl. Schwab, 1971, S. 56.

¹²¹ o.O. „Reise in's Concert“, 1755 zit. nach Schwab, 1971, S. 56.

¹²² vgl. Schwab, 1971, S. 56.

¹²³ vgl. Glogau, 1989, S. 27.

¹²⁴ vgl. Glogau, 1989, S. 28.

Konzertpublikums ab. Wird 1715 in einem Reisebericht erwähnt, dass „bürgerliche Gäste auf besondere Empfehlung hin gelegentlich bei Privatkonzerten geistlicher und weltlicher Potentaten zugelassen wurden“¹²⁵, taucht nun rund ein halbes Jahrhundert später die Aristokratie als Besucher der bürgerlichen Konzerte auf.

3.2.1 Die Gesellschaft

Mit Beginn des Konzerts als Aufführungsform entstehen auch die ersten Aufzeichnungen über das Publikum und deren Zusammensetzung. Exemplarisch für mehrere Publika europäischer Großstädte dieser Zeit zitiert Hans-Ulrich Glogau Arnold Schering in seiner Darstellung des Leipziger Publikums: „Der gebildete Mittelstand setzte sich, auf seine künstlerischen Neigungen hin betrachtet, aus zwei Schichten zusammen, einer unteren, die dem Mittelmaß huldigte, sich an guter Modemusik ergötzte..., und einer oberen, deren Glieder den höheren, geistigen Berufen angehörten. Hier, in den Familien der Gelehrtenschaft, des gehobenen Beamten- und Kaufmannsstandes, der repräsentativen Künstler einer Stadt, herrschte bei allem Liberalismus in politischer Beziehung, ein gut konservativer Geist...und das Bestreben, das tägliche Leben durch Pflege idealistischer Gesinnung so wertvoll wie möglich zu gestalten“.¹²⁶ Auf welcher der beiden Seiten der Autor steht, ist wohl nicht zu übersehen. Dennoch ist aus diesem Zitat einiges über die gesellschaftliche Funktion des Konzerts herauszulesen. Das Konzert, speziell von seinen Anfängen an bis zu seinem Kulminationspunkt kurz nach 1900, besitzt einen bildenden und erzieherischen Wert – es gehört zum guten Ton ein Konzert zu besuchen, solange es nicht der „Ergötzung an guter Modemusik“ dient, sondern das Streben nach geistigem und gesellschaftlichen Fortschritt im Vordergrund steht. Der Besuch eines Konzerts gilt somit als Muss für gebildete Menschen oder solche die sich dafür halten. Als Konzertbesucher möchte man „dazugehören“ und Teil der eleganten Gesellschaft sein, die sich als (musikalisch) gebildet gibt.¹²⁷ Der Besuch und die Teilnahme an kulturellen

¹²⁵ Schwab, 1971, S. 11.

¹²⁶ Schering, 1940, S. 156 f. zit. nach Glogau, 1989, S. 81.

¹²⁷ vgl. Glogau, 1989, S. 81.

Veranstaltungen werden zur Grundvoraussetzung für den Eintritt in die sogenannte bessere Gesellschaft.¹²⁸ Obwohl der Eintrittspreis auf den ersten Blick Standesunterschiede aus dem Weg räumt und aus allen Schichten gleichrangige Konzertbesucher macht, wird in vorangegangener Definition nur zwischen unterem und oberem Mittelstand differenziert. 1874 schreibt die Leipziger Illustrierte Zeitung: „Nur wenige haben Zeit und Geld genug, um an Wochentagen zur Mittagszeit, in Fest- oder doch in gewählter Toilette, vor den Concertsälen vorzufahren und die oft hohen Eintrittspreise zu zahlen“¹²⁹ Zudem stellen oft das Fehlen an Vorbildung oder Zeitmangel aufgrund von Arbeit auf dem Land zusätzliche Hindernisse für die weniger wohlhabenden Stände, vor allem aber Arbeiter oder Bauern, beim Konzertbesuch dar. Schon ab 1830 haben diese Probleme sowie das Bedürfnis von Kleinbürgertum und Arbeiterschaft nach Musik, die der Erholung dient, zu der Abspaltung der aufkommenden Unterhaltungsmusik und somit einer Trennung in E- und U-Musik geführt.¹³⁰

Erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts haben Bestrebungen, Alternativen abseits der reinen Unterhaltung für Schüler, Arbeiter oder mittellose Bürger anzubieten Erfolg. So organisiert man sogenannte Volks-, Jugend- oder Arbeiterkonzerte, die teilweise sogar unentgeltlich oder auch für die erwähnten Gesellschaftsgruppen leistbar sind.¹³¹

3.2.2 Das Publikum im Konzertsaal

„Die Herren plaudern oder spazieren umher, und die Damen gähnen“.¹³² Kartenspielen, Essen, Trinken und Kindergeschrei: was heutzutage undenkbar ist, stellt bei Konzerten Anfang des 19. Jahrhunderts keine Seltenheit dar. Bildzeugnisse des Konzertpublikums der Jahrhundertwende existieren dank der Karikaturisten René Reinicke (der eine Reihe mit dem Titel „Concertpublikum“ anfertigte) und Werner Zehme oder Edward Cucuel jede Menge, die auch heute noch Aufschluss über das Publikumsverhalten im Konzertsaal dieser Zeit

¹²⁸ vgl. Zemanek, 2004, S. 92.

¹²⁹ Schwab, 1971, S. 25.

¹³⁰ vgl. Schwab, 1971, S. 11.

¹³¹ vgl. Schwab, 1971, S. 25.

¹³² Beer, 2000, S. 105.

geben. Auch viele andere Künstler und Karikaturisten lassen sich vom Konzertpublikum inspirieren: John Nixon, Honoré Daumier, Adolph von Menzel oder Oskar Kokoschka sind nur einige von ihnen.

Es werden Publikumsstudien angefertigt auf denen die „verschiedenen Schichten der Gesellschaft mit ihren charakteristischen Übergängen von glänzenden Aeusserlichkeit und Blasirtheit der vornehmen Kreise bis zum Ernst und der begeisterten Hingebung wahrer Zuhörerschaft“¹³³ abgebildet sind. In der Illustrierten Zeitung Leipzig veröffentlicht man Studien, die das Publikum beim „entrücktem Meditieren sowohl, bei dem man die Augen zu schließen pflegte, als auch von dem abschätzenden Lorgnettieren, dem Begutachten und Vorführen neuester „Theater- und Concerttoiletten“ zeigen.¹³⁴ Man kann das Publikum beim Studieren des Programmzettels oder dem Verfolgen des Stückes im Klavierauszug oder der Partitur betrachten. In einer Zeichnung Cucuels lässt sich erkennen, dass letztere vornehmlich dem Stehpublikum zuzuordnen sind.¹³⁵ Die Darstellung einer Generalprobe der Berliner Philharmonie zeigt, wie kommentiert wird, „ergraute Herren, denen man das musikalische Temperament sofort ansieht; junge Schwärmerinnen, denen bei den Tränen der Musik Lust und Leid der Welt offenbar wird, der Kampf und die Sehnsucht, das Glück und die hehre Schönheit. Andere verfolgen Note für Note die Musik im Klavierauszug, Musikstudenten wol auch in der Partitur; diese gehen mit dem Orchester strenger ins Gericht als der gestrengste Dirigent, den ihre Kritik übrigens keineswegs verschont. In den Pausen entspinnen sich erbitterte Debatten über das Tempo, das Herr Nikisch „sich erlaubt hat“, oder sie jubeln über die geistreiche Auffassung, über die Verve, mit der der Dirigent alles aus dem Orchester herausgeholt hat.“¹³⁶

3.2.3 Das Werben um Publikum

Obwohl das Konzert Anfang des 19. Jahrhunderts einen aufblühenden Wirtschaftszweig darstellt, ist dies noch lange keine Garantie für volle Konzertsäle. Konzertveranstalter müssen, wie zu heutigen Zeiten, um ihr

¹³³ Schwab, 1971, S. 180.

¹³⁴ vgl. Illustr. Ztg. Leipzig, 1899, S. 736 zit. nach Schwab, 1971, S. 180.

¹³⁵ vgl. Schwab, 1971, S. 180.

¹³⁶ Kommentar in: Illustr. Ztg., Leipzig, 1902, zit. nach Schwab, 1971, S. 180.

Publikum werben und mit attraktiven, günstigen und exklusiven Angeboten locken. So werden Virtuosen-, Abonnement-, oder Benefizkonzerte bereits damals in der Zeitung angekündigt. Jedoch sind diese nicht im Anzeigenteil, sondern zwischen den aktuellen Nachrichten zu finden. Durch die große Reichweite übersteigen Beiträge wie diese die Wichtigkeit diverser Fachzeitschriften. Nicht nur Ankündigungen sondern auch Konzertberichte finden mit dem Einzug in bürgerliche Kreise Eingang in Zeitungen. Im Laufe der Zeit und mit dem Aufkommen des Star- und Virtuosenkults konzentriert sich das Interesse der Leser und des Publikums auf Großereignisse der Musikzentren. Nachdem schon seit der Jahrhundertwende die Nachfrage nach Musik und Konzerten sehr groß ist, will man nun in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts Berichte über Konzertreisen der berühmten Künstler und Stars lesen.¹³⁷ Auch Lesezirkel und -gesellschaften dienen der Informationsübermittlung.

Bei der Bewerbung von Musikveranstaltungen wird nicht nur auf künstlerische und kulturelle Werte geachtet. Vielmehr entdeckt man das Bedürfnis nach musikalischer Unterhaltung und die Möglichkeit, diese für wirtschaftliche Interessen zu nützen. So werden in Berlin in den Pausen Erfrischungen, Schokolade und Eis gereicht um die Attraktivität der Veranstaltung zu erhöhen. Auch in Wien entdeckt man die Wirkung von Zusatzangeboten: „Jetzt sind die Concerte hier an der Tagesordnung, und die verschiedenen Mittel: sie zu füllen, reitzen oft zu Spott und Lachen [...] Ist die Einrichtung getroffen und manche Unterstützung zugesagt, so erinnt man noch irgendwas Lockendes, wenn auch die Kunst dabei herabgewürdigt wird, das thut nichts, denn die Welt will es so haben [...]“¹³⁸ Wie heute so oft kritisiert, war das Ereignis oft Hauptmotivation und Grund, ein Konzert zu besuchen. Nicht immer richtet sich das Interesse nach der erwarteten künstlerischen Leistung: man will etwas Besonderes erleben und erwartet sich ein einzigartiges – um es mit einem zum damaligen Zeitpunkt im deutschen Sprachgebrauch noch nicht vorhandenen Wort auszudrücken – „Event“. Zudem ist das Musikangebot noch nicht so verbreitet wie in unserer heutigen Erlebniskultur. In kleineren Regionen finden sich somit auch Laienorchester zusammen, die das Volk zu deren Begeisterung

¹³⁷ vgl. Beer, 2000.

¹³⁸ Der Sammler (Wien) 4, Nr. 40, 2.4.1812, S. 164 zit. nach Beer, 2000, S. 107.

unterhalten.¹³⁹

3.3 Das Konzertpublikum von heute

So selbstverständlich das Essen, Trinken und Plaudern während des Konzerts in der Vergangenheit waren, so verpönt ist es heute. Das Bild von anfänglichen Entwicklungen haben wir vergessen und uns stattdessen ein neues „allgemein gültiges“ aufgebaut, das für uns allumfassend und der Inbegriff des klassischen Konzerts bzw. von Verhaltensregeln wurde. Heute gilt Großteils: still sitzen und zuhören.

Bemühungen einer Zuhörerdisziplinierung reichen zurück bis in das 18. Jahrhundert, konnten sich vorerst jedoch nur selten durchsetzen.¹⁴⁰ Schweizer Aufzeichnungen belegen, dass bereits Ende des 18. Jahrhunderts Publikum und Musizierende ermahnt werden, sich ruhig zu verhalten. Stimmen wie solche gehen nicht nur vom Veranstalter, sondern auch vom Publikum selbst aus, was bei manchem Besucher auf heftigen Widerstand stößt, will man doch Kontakte knüpfen.¹⁴¹ Um die ungeteilte Aufmerksamkeit auf die Musik zu lenken, formulieren Veranstalter jedoch sogar Gesetze, die vom Publikum zu unterschreiben sind und in denen diese sich erklären „in anständiger Kleidung zu erscheinen, sich still und sittsam zu verhalten, sich währenden Concerts alles Geträncks und Tobakrauchens, und Spielens zu enthalten, niemanden von andern Persohnen männlichen oder weiblichen Geschlechts mitzubringen“.¹⁴² Auch das „Tactschlagen oder Tacttreten, sonstige auffällige Bewegungen und insbesondere das Beifallklatschen oder ähnliche Kundgebungen“ sollten dringend unterlassen werden, ebenso wie man auch keine Zugabe herausfordern soll, wird 1897 in München geschrieben.¹⁴³ Heute hat sich die Verhaltensnormierung in Form eines ungeschriebenes Gesetzes eingeprägt, wenngleich zahlreiche (nützliche sowie weniger ernsthafte) Ratgeber(-foren) zum Verhalten während eines Konzertes existieren. So gibt unter anderem Christiane Tewinkel Tipps für den Besuch eines Konzertes und

¹³⁹ Beer, 2000, S. 108f.

¹⁴⁰ vgl. Salmen, 1989, S. 63.

¹⁴¹ vgl. Salmen, 1989, S. 63.

¹⁴² Lockemann, 1930, S. 227 zit. nach Salmen, 1989, S. 64.

¹⁴³ vgl. Salmen, 1989, S. 64.

ist bemüht, den Laien und „Musikunkundigen“, an die Materie heranzuführen. In „Bin ich normal, wenn ich mich im Konzert langweile? Eine musikalische Betriebsanleitung“ klärt sie Fragen wie „Kann wirklich nur der zuhören, der vorab gut informiert wurde?“ oder „Warum soll man zwischendurch nicht klatschen dürfen?“. In einer leicht humoristischen Art mit anklingender Kritik am Konzertwesen werden sogenannte Laien über die (Un-) Wichtigkeit des Programmheftlesens und das Verhalten im Konzertsaal sowie die Gründe für die kollektive Angst vor Neuer Musik aufgeklärt.¹⁴⁴

Auch das Brucknerhaus präsentiert auf seiner Homepage einen von der Carnegie Hall übernommenen Leitfaden mit Insider-Tipps für den Konzertbesuch. So werden unter anderem Fragen wie „Wann darf ich husten?“ oder „Was mache ich in der Pause?“ geklärt.¹⁴⁵ Ein „Konzert-Knigge“ wird auch in Internetforen heftig diskutiert. So bietet mancher User eigens zusammengestellte Regeln für das Verhalten bei einem Konzertbesuch, während für andere die auferzwungene Disziplinierung ad absurdum führt. So schreibt User Klee: „Wer soll das denn lesen? Ich fände es gut, wenn man selbst ein paar Fragen zu Benimm in Oper hat, dieses einfach nachzufragen: Wie verhalte ich mich, wenn mir aus Reihe drei Trude Zisselmeier zuwinkt? Darf ich meiner direkten Sitznachbarin sagen, dass mir ihr Parfum angenehm auffällt oder muss ich befürchten, dass sie das als Distanzlosigkeit wertet [...]? Ist es ein Zeichen von Kunstverstand, wenn mir das Pärchen mit den Bluejeans den Abend verderben kann und wenn nein, was kann ich gegen dieses Gefühl tun? Was tun wenn ich Angst habe, zu früh, zu spät oder zu laut oder zu leise zu klatschen?“¹⁴⁶

Den Verhaltensnormierungen – wie heute fast überall gültig – versucht so mancher (zeitgenössische) Komponist entgegen zuwirken. Gerade in der Neuen oder zeitgenössischen Musik gibt es Bestrebungen, das Publikum zu re-mobilisieren und als aktiven Kontrapart in das musikalische Geschehen miteinzubeziehen. So soll das traditionelle Konzert durch eine gemeinsame musikalische Feier abgelöst werden oder das Publikum, wie bei Karlheinz Stockhausens „Gruppen“ von 1958, aktiv an der Realisation des Stückes

¹⁴⁴ vgl. Tewinkel, 2005.

¹⁴⁵ <http://www.brucknerhaus.at/www1/de/service/insider.php#08>, 10.8.2012

¹⁴⁶ <http://bfriends.brigitte.de/foren/wie-denken-sie-ueber-umgangsformen/110563-benimmfuehrer-fuer-klassisches-konzert-oper-ballett.html>, 10.8.2012

beteiligt sein.¹⁴⁷ Eine Vorreiterrolle nimmt dabei John Cage ein, der mit Happenings die gewohnten (Hör-) Muster zerbricht. Heute werden Verhaltensmuster vorwiegend mit der Wahl der Aufführungsorte gebrochen oder verändert. So wirkt sich die Verlegung eines Konzerts in einen Club oder in die freie Natur auch auf die Anforderungen an das Publikum aus, die somit auf vielfältige Weise vor neue Herausforderungen gestellt werden. Auch Events, bei denen das Publikum auf Matratzen liegt oder gemeinsam einen Berg besteigt, zielen auf ebendiese Auflösung von Normen ab.

3.4 Exkurs: Rituale im Konzertsaal – Das Klatschen

Der Applaus bei einem Konzert ist der Lohn und die Anerkennung der musikalischen Leistung und steht stellvertretend für einen Händedruck oder ein persönliches Lob an die Musiker und Künstler. Das Klatschen und Applaudieren stellt eine Ritualhandlung bei (Musik-) Veranstaltungen dar. Ob als „Willkommensgruß“ beim Auftritt des Orchesters oder des Dirigenten, oder nach der Aufführung eines Werks, gilt das Klatschen als ungeschriebenes Gesetz.

Das globale Phänomen des Klatschens hat sich in einem über Jahrhunderte andauernden Prozess entwickelt. Bereits in der Antike wedelte man mit den Zipfeln der Toga und schnippte wohlwollend mit den Fingern. Völlige Begeisterung äußerte man im antiken Rom durch Klatschen in die Hände. Im Mittelalter brachte man seine Anerkennung durch das Schlagen mit der flachen Hand auf den Tisch zum Ausdruck.¹⁴⁸

Vielfältige Formen nimmt die Beifallsbekundung auch heute noch an: in akademischen Kreisen ersetzt das Klopfen mit den Fingerknöcheln auf Tische das Klatschen, im Orchester äußern Streicher ihr Wohlwollen durch ein leichtes Schlagen des Bogens auf den Notenständer.

Obwohl das Klatschen seit Beginn des Konzerts Teil davon ist, gibt es verhältnismäßig wenig Bildmaterial vom klatschenden Publikum. Aus

¹⁴⁷ vgl. Salmen, 1989, S. 65f.

¹⁴⁸ vgl. <http://www.br-online.de/kinder/fragen-verstehen/musiklexikon/2010/02899/>, 30.08.2012

diversen Berichten und Schriften geht hervor, dass die Beifallsformen in Europa anfangs differenzierten.¹⁴⁹ In einem Bericht über ein Oratorienkonzert in Rom 1715 erwähnt Johann Friedrich Uffenbach die „hizigen Italiener“, die „in die Hände [klopfeten] wenn etwas zu Ende ging doch auf den dazwischen gelegten vielmahl doppelten Mantel, damit man es nicht hörte, und solches gegen den Respect wäre, und nur in Teatris erlaubt“ sei.¹⁵⁰ Zur selben Zeit werden in der Schweiz bloß die mitwirkenden Dilettanten beklatscht, erhalten doch die Musiker ihre Anerkennung als Bezahlung und tun lediglich ihre Pflicht. Vom Pariser Publikum weiß man, dass dieses oftmals mitten von Sätzen oder Passagen, die besonders zusagten, geklatscht wird, auch in Spanien ist dies Ende des 19. Jahrhunderts üblich. Von St. Petersburg berichtet Hector Berlioz von „Beifallssalven, Hervorrufe und Geschrei und Getrampel, wie man es nur in Wien hört“.¹⁵¹ In England hingegen fällt der Applaus kühler und leiser aus, wie Eduard Hanslick 1862 berichtet.¹⁵²

Aus Berichten weiß man, dass bereits um 1800 eine breite Diskussion um die Beifallsbekundung bei Konzerten entsteht und das Klatschen im Konzertsaal kritisiert wird. Im Laufe des Jahrhunderts kommt es dann erstmals zur Beifallsenthaltung während der einzelnen Sätze einer Symphonie, da der Applaus als störend empfunden wird.¹⁵³ Dennoch entdeckt man schon damals die Macht des Beifalls. Speziell in den Theatern Frankreichs wirkt sich dies in Form von „Berufs-Klatschern“ aus. Sogenannte „Claquers“ sollen vor, während und nach der Vorstellung Stimmung erzeugen und so das gesamte Publikum mitreißen. Da gibt es „Lacher“, „Weiner“ und „Johler“, genauso wie „Bravo-“ und „Zugabe-Rufer“.¹⁵⁴

Mit der langsam einkehrenden Uniformität in der Beifallsbekundung

¹⁴⁹ vgl. Schwab, 1971, S. 86f.

¹⁵⁰ Preußner, 1949, S. 78 zit. nach Schwab, 1971, S. 86.

¹⁵¹ Berlioz, 1914, S. 457 zit. nach Schwab, 1971, S. 86.

¹⁵² Hanslick, 1870, S. 514 zit. nach Schwab, 1971, S. 86.

¹⁵³ vgl. Schwab, 1971, S. 86f.

¹⁵⁴ vgl. <http://www.br-online.de/kinder/fragen-verstehen/musiklexikon/2010/02899/>, 30.08.2012

entstehen auch die Gegenaktionen. So empfindet der Komponist Arnold Schönberg den Lärm im Publikum als so störend, dass er Anfang des 20. Jahrhunderts einen Verein gründet, deren Mitglieder sich zu Konzerten treffen, bei denen jegliches Applaudieren untersagt ist. Auch der Dirigent Fabio Luisi knüpft daran an und veranstaltet 2011 mit den Wiener Symphonikern ein „Stilles Konzert“, das das Publikum einlädt „in aller nur möglichen Ruhe Stücken zuzuhören, darauf nicht mit dem gewohnten Applaus zu antworten“.¹⁵⁵

Mittlerweile herrscht (im westlichen Raum) Einklang über die Beifallsbekundung im Konzertsaal, Unkundige werden in Ratgebern über Einzelheiten aufgeklärt.¹⁵⁶

Bei einer Definition des „Konzertpublikums von Heute“ wird man mit einigen Schwierigkeiten konfrontiert und muss sich mit einer enormen Menge unterschiedlicher Ansichten und Ergebnissen auseinandersetzen, die nicht zuletzt ihren Grund in der großen Stilvielfalt trägt. Das Bild des Konzertpublikums des 20. und 21. Jahrhunderts ist deswegen auch geprägt von Klischees, da das Konzert für viele Assoziationen mit den Anfängen des „klassischen“ Konzerts hervorruft.

Während eine Beschreibung des Publikums einerseits – wie soeben geschehen – über das Verhalten im Konzertsaal passieren kann, so erfolgt der andere Teil über die Beantwortung der Frage „WER geht ins Konzert?“. Was für das frühe Publikum mittels Karikaturen und Zeitungsberichten oder Kritiken nun nachvollziehbar wird, schaffen heute Studien, die versuchen, das Publikum in Gruppen oder Typen zu klassifizieren. Folgendes Kapitel soll Aufschluss über den Versuch der Auswertung diverser Publikumsstrukturen geben. Folgend sollen Gründe und die Motivation ein Konzert zu besuchen – damals und heute – beleuchtet werden.

¹⁵⁵ „Die Presse“, Print-Ausgabe, 17.02.2011

¹⁵⁶ vgl. Hope, 2009

3.5 Klassifikation des Publikums

Seit Anbeginn des Konzerts und in Folge dessen der Bildung einer Publikumsschicht gibt es Klassifikationen letztere betreffend. Wer ist das Publikum? Oder genauer: wer sind die Leute, die ins Konzert gehen? Welcher Schicht sind sie zuzuordnen? Welche Berufe üben sie aus? Und: warum gehen sie überhaupt ins Konzert, was ist ihre Motivation? Wie verhalten sie sich während der musikalischen Darbietung? All diese Fragen wurden seit Existenz eines Konzertpublikums, speziell aber in der Blüte des klassischen Konzerts, im 19. Jahrhundert, gestellt und teils unterschiedlich, teils sehr ähnlich beantwortet.

So teilt 1801 Ludwig Anton Siebigk¹⁵⁷, Prediger an der reformierten Kirche zu Breslau das Publikum in drei Klassen: als erste nennt er die gebildete Klasse, die an den Klassikern orientiert ist. Darauf folgt jene, die weder einen „ganz schlechten, noch ganz geläuterten Geschmack“¹⁵⁸ haben, und an „Neuem und Brillantem“ interessiert sind. Schließlich sieht Siebigk jene, die Musik vorrangig in Verbindung mit Tanz und Bewegung schätzen als dritte Klasse. Siebigk teilt das Publikum also in erster Linie nach Interesse; die Klassifikation in gesellschaftliche Schichten schwingt jedoch im Hintergrund mit.

Neben Darstellungen wie dieser, gibt es auch jede Menge graphischer Klassifikationen des Publikums. Die Leipziger Illustrierte Zeitung veröffentlichte 1874 A. Pals graphische Humoreske „Concerttypen“¹⁵⁹, in der dieser das Publikum in „Kunstjünger und Enthusiasten“, „Kenner und Kritiker“, „diejenigen die sehen und sehen lassen“ sowie die „Pietätlosen“ einteilt. Über die Kunstjünger und Enthusiasten schreibt Palm poetisch: „Glückliche Menschen! Sie sind alle jetzt in den Zustand versetzt, in welchem Gefühl und Einbildungskraft concentrisch-wirksam nur nach einer Idee hinstreben; die Musik erhebt sie jetzt über die Außenwelt, ja über sich selbst; sie tauchen in ihren rein- oder trübwogenden Strom; sie trinken die Töne, sie stillen und

¹⁵⁷ vgl. Salmen, 1988, S. 58.

¹⁵⁸ vgl. Salmen, 1988, S. 58.

¹⁵⁹ Salmen, 1988, S. 59ff.

reinigen sich in ihren harmonischen oder disharmonischen Fluten und vergehen in Seligkeiten und Wonne. Auf sie übt die Musik ihre volle Wirkung...“¹⁶⁰ Den Kennern und Kritikern schreibt er hohe Ansprüche zu. Sie seien schwer zu befriedigen und hörten nur mit dem Verstand, ohne Herz und Seele. Palm trifft eine weitere Unterscheidung innerhalb der Kategorien, bei der er die Beweggründe ein Konzert zu besuchen beim Kenner (oder Scheinkenner) einzig darin sieht, ein Urteil abzugeben und sich selbst zu profilieren, und beim Kritiker darin, seinen Beruf auszuüben (weshalb dieser ungern Konzerte besuche). Die dritte genannte Gruppe bezeichnet er als „elegante Modewelt“, zu der schöne Frauen genauso zählen, wie eingebildete Männer oder solche, die sich am Anblick der schönen Frauen erfreuen. Da sie der Kunst nicht schaden und diese mit dem bezahlten Eintrittsgeld sogar fördern, gelten sie für Palm als harmlos. Ebenso die vierte Klasse: die Pietätlosen. Provokant schreibt Palm: „Sie kommen nur, weil sie auch mit dabei sein wollen, weil sie eben nichts besseres zu thun haben. Sie könnten ebensogut zu Haus bleiben, um zu schlummern, zu gähnen oder zu schwatzen. Allein die Mode verlangt es und ruft sie in den Kunsttempel, um dort andere Leute gelegentlich niederzurennen oder sonst im Kunstgenuß zu stören.“¹⁶¹

In anderen Karikaturen ist wiederum die Rede von Dilettanten, Enthusiasten, Hustern und Taktschlägern.¹⁶²

Auch Theodor W. Adorno lässt sich die Klassifikation des Konzertpublikums nicht nehmen. In „Einleitung in die Musiksoziologie. Zwölf theoretische Vorlesungen“¹⁶³ teilte er 1962 die Zuhörer in „Acht Typen musikalischen Verhaltens“.

Hanns-Werner Heister, dessen „Theorie einer Kulturform“ zu den wichtigsten Quellen der Entwicklung des Konzerts gilt, bestimmt 1983 drei Hauptgruppen des Bürgertums¹⁶⁴, das in diesem Sinne nicht als Publikum gilt, jedoch trotzdem im Zusammenhang mit dem Konzert steht und ihren Beitrag zum Musik- und

¹⁶⁰ Leipziger Illustrierte Zeitung Nr. 1614, 6.6.1874 zit. nach Salmen, 1988, S. 61.

¹⁶¹ Leipziger Illustrierte Zeitung Nr. 1614, 6.6.1874 zit. nach Salmen, 1988, S. 61.

¹⁶² Salmen, 1988, S. 59.

¹⁶³ vgl. Adorno, 1975.

¹⁶⁴ Heister, 1983, S. 101f.

Konzertleben der Stadt beiträgt. Angefangen bei den klein- und mittelbürgerlichen Sozialgruppen, geht er über zum großen Bürgertum. Dieses sei durch ihre wirtschaftliche Machtstellung auch kulturell führend und in der Lage ein Orchester bzw. ein Konzert zu finanzieren (was es selten in Realität umsetze). Vielmehr beteilige sich der Einzelne an bürgerlichen Musikvereinigungen). Die dritte Gruppe ist laut Heister die „Intelligenz“, die er als inhomogene Zwischenschicht sieht. Diese Gruppe verfügt zwar über den Geist, nicht jedoch über materielle Mittel. Nichtsdestotrotz bringe sie die konsequentesten Bürger im Zusammenhang mit dem Konzert hervor.

Heute gibt es viele Methoden, das Publikum zu klassifizieren. Die heutige Publikumsforschung, bei der die Untersuchung von Konzertpublika einen Teil darstellt, bedient sich dabei (meist telefonischer) Umfragen oder solcher, die vor Ort stattfinden. Eine erste Unterscheidung erfolgt nach Konzertbesucher und Nicht-Konzertbesucher.

Zahlreiche Studien und Forschungen teilen die Zuhörerschaft anschließend in Kategorien wie Alter, Geschlecht und Ethnie. Zentrale Untersuchungsperspektive ist außerdem die soziale Ungleichheit, so rücken Einkommen, Ausbildung oder Berufsprestige in die Mitte des Interesses. Weitere Parameter für die (Konzert-) Publikumsforschung sind auch Lebenslage und Lebensführung (Lebensstil), Werte und Mentalitäten.¹⁶⁵

Ein Parameter, der oft in Zusammenhang mit der Publikumsforschung der „klassischen Musik“ gebracht wird, ist jener der Bildung. Bekanntlich und in mehreren Studien und Untersuchungen bewiesen, weisen Konzertbesucher der so genannten klassischen Musik eine über dem Durchschnitt liegende Bildung auf. In seiner Studie geht Hans Neuhoff noch einen Schritt weiter und klassifiziert auch noch Berufsgruppe bzw. Erwerbstätigkeit. So dominieren in der Klassik akademisch qualifizierte und gehobene Tätigkeiten, während nahezu keine Handwerker oder Arbeiter anzutreffen sind. Populäre Genres locken wiederum Personen, die in nicht akademischen oder prestigieniedrigen Berufen tätig sind. Neuhoff ortet gar typische Verdichtungen bestimmter Berufsgruppen in den Genres: So ordnet er Künstler der Neuen Musik zu,

¹⁶⁵ vgl. Neuhoff, S 3ff.

soziale und wirtschaftliche Berufe Musicals oder Liedermachern und Ingenieure dem Jazz. Überdurchschnittlich in der Klassik vertreten wären Ärzte, Lehrer, Juristen, geistes-, sozial- und politikwissenschaftliche Berufe oder leitende Angestellte etc. Bei jüngeren Konzertbesuchern handle es sich in erster Linie um Studierende.¹⁶⁶

Stets stellt sich jedoch die Frage nach der Sinnhaftigkeit diverser Klassifizierungen. Als essentiell stellen sich Klassifizierungen für Zwecke der Publikumsbindung und des Marketings heraus. Die Ortung und Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen der Interessensgruppen – in diesem Fall des Publikums als Kunde – lässt sich somit konkretisieren.

Es bleibt zu diskutieren, inwieweit sich Maßnahmen wie diese auf den Konzertbetrieb bzw. die Zusammensetzung des Publikums oder Programmplanung auswirken können.

3.6 Gründe für den Konzertbesuch

Im Zusammenhang mit der Motivation ein Konzert zu besuchen, reicht es nicht, einzelne Gründe aufzuzählen. Eine große Rolle spielen dabei stets das Umfeld und die gesellschaftliche Situation, somit sind die Gründe immer im zeitlichen und sozialen Kontext zu sehen.

Schon in der frühen Entwicklung des Konzerts ist die Musik selbst nicht der einzige Grund, es zu besuchen. Schon lange gilt es als Muss für gebildete Menschen, in ein Konzert zu gehen. Man besucht Musikveranstaltungen, um zur besseren Gesellschaft zu gehören, sich mit Leuten über Neuigkeiten auszutauschen, eventuell Geschäfte zu machen, oder gesehen zu werden. Schon damals haben viele Konzerte Eventcharakter und locken mit Zusatzangeboten, die auf das potentielle Publikum attraktiv wirken.

Als vorrangige Gründe, ein Konzert zu besuchen, können eine gute Kritik, bevorzugte Interpreten, Dirigenten oder ein Orchester gelten. Ein zusätzlicher Anreiz wären besondere Räumlichkeiten oder die Atmosphäre, sowie Neugierde. Es kann aber auch das Gefühl des Dazugehörens sein, der Sinn

¹⁶⁶ vgl. Neuhoff, S 6ff.

von Gemeinschaft. Bei einem Konzert kommt Gruppendynamik auf, durch Ritualhandlungen wie das Klatschen und Beifall wird diese gar gestärkt. In ein Konzert geht man auch, um Neues zu hören, oder um zu Vertrautem zurückzukehren.

Walter Salmen¹⁶⁷ sieht die Motivationen der Konzertgeher in der Flucht aus dem Alltag, der gesuchten Entspannung oder der Sensationslust; Außerdem im Wissensdurst und der Suche nach etwas Neuem. Auch der soziale Faktor spiele eine wichtige Rolle, schließlich ist aber die Liebe zur Sache als Hauptfaktor zu nennen. Um es zu komplettieren, fügt Salmen den beruflichen Zwang des Kritikers zur Liste hinzu. Damals wie heute gilt das Konzert auch für Salmen als Freizeitangebot, das für viele als Teilersatz für ein unbefriedigendes, unerfülltes Arbeitsleben angesehen wird.¹⁶⁸

Heinrich Schwab sieht im Bau großer Konzertsäle und damit der Schaffung eines immer glanzvolleren Rahmens das zusätzliche Bedürfnis des Publikums nach Luxus, Genuss und Zeitvertreib. Das festliche Ambiente und das feierlich gekleidete Publikum lassen das Konzert zu einem gesellschaftlichen Ereignis werden.¹⁶⁹

Trotz der vielen genannten Gründe, ist es schwierig, die genaue Motivation statistisch zu analysieren und auszuwerten. Speziell beim Publikum aus früheren Zeiten ist die Handlungsforschung schwierig, ist doch das emotionell und kognitiv Aufgenommene der Zuhörer schwer nachvollziehbar. Eine Methode ist daher, Schlüsse aus den äußerlichen Reaktionen zu ziehen und Verhaltensmuster herauszulesen. Dies bringt jedoch eine äußerst vage Klassifikation mit sich, die sich im Bereich der Schematisierung bewegt.

¹⁶⁷ vgl. Salmen, 1988, S. 56.

¹⁶⁸ vgl. Salmen, 1988, S. 8.

¹⁶⁹ vgl. Schwab, 1971, S. 9.

4 Das Konzert heute

4.1 Steckt das Konzert in der Krise?

Eine Aufforderung: „[...] in anständiger Kleidung zu erscheinen, sich still und sittsam zu verhalten, sich währenden Concerts alles Geträncks und Tobakrauchens, und Spielens zu enthalten [...]“¹⁷⁰ Was hier in erster Linie veraltet wirkt, ist im übertragenen Sinn auch heute in den Konzertsälen gültig. Es gehört zu den ungeschriebenen Regeln des Konzerts, sich passend zu kleiden und sich während der Darbietung ruhig zu verhalten. Das Klischee „dunkler Anzug, graues Haar“ wird mit einem Blick in den Konzertsaal immer wieder bestätigt. Das Publikum der sogenannten klassischen Musik wird älter. Seit langem bestehende Konzertreihen werden wegen schrumpfender Nachfrage eingestellt. Der Arbeitsmarkt für die von den Hochschulen ausgebildeten Instrumentalisten und Sänger verengt sich bei gleichzeitig sinkenden Einkommen. Die Hörerzahlen klassischer Kulturprogramme fallen. Der Tonträgermarkt boomt nicht mehr so wie in früheren Zeiten. Gründe für die Krisenmeldungen werden gesucht und Abwehrstrategien entwickelt. Dramatisch wird in einem Beitrag zum 2008 abgehaltenen Symposium „Zukunftskonzert“ in Wolfenbüttel zur Musikvermittlung und Aufführungskultur die Situation des Konzerts beschrieben. Seit Jahren wird von einer Krise des Konzerts und der Musealisierung des Konzertwesens gesprochen. Doch ist es die klassische Musik, die sich hier in der Krise befindet? Was steht hinter der Entscheidung gegen einen Konzertbesuch? Experten sprechen vielmehr von einer Krise der Aufführungskultur und einer verpassten Angleichung an die sich wandelnden Rezeptionsbedingungen.¹⁷¹ „Die Liebe zur Klassik ist keine Alterserscheinung. Beschränken sich Aufführungsstätten in ihrer Jugendarbeit darauf, das Publikum zu vorhandenen Konzert- und Inszenierungsformen heranzuführen, so schaffen es am Ende vielleicht einige Jugendliche, eine ‘Zauberflöte’ durchzustehen. Es gelingt aber kaum, dass das Angebot gerne und freiwillig angenommen wird,“ meint Markus Rhomberg, Autor der Studie „Klassische

¹⁷⁰ Salmen, 1988, S. 64.

¹⁷¹ vgl. Tröndle, 2009.

Musik ist blind für Zukunftssorgen“ und fordert die Neuerfindung des Konzerts.¹⁷²

Zahlreiche Methoden zur Publikumsgewinnung und -bindung sind fixer Bestandteil von Konzertbetrieben. Wird Musikvermittlung im Bereich der Pädagogik angesiedelt, so spricht man bei Konzepten des Marketings auch von Audience Development oder Audiencing. Davon nicht zentral betroffen ist in beiden Fällen die Aufführungskultur, die Konzentration liegt auf dem Publikum. Sollte die Krise des Konzerts eine Krise der Darbietungsform sein, so gilt es, auch hier anzusetzen und neue Möglichkeiten und Anpassungen zu schaffen. Die nötigen Transformationen zur Rückgewinnung der Akzeptanz der Kunstform Konzert werden speziell in „Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form“, herausgegeben von Martin Tröndle, diskutiert.¹⁷³ In den folgenden Kapiteln soll auf die Inhalte noch näher eingegangen werden.

Dass sich in Aufführungsform und Ablauf des Konzerts seit Anbeginn der Kunstform kaum etwas geändert hat, ist der allgemeine Eindruck: es gelten die selben Regeln. Sogar das Konzertprogramm scheint oft und mancherorts eine Dauerschleife zu sein. Doch wie bereits in den vorigen Kapiteln dargestellt, wurden im Laufe der Geschichte stets Anpassungen und Adaptierungen vorgenommen – sowohl in der Aufführungskultur als auch in der Verhaltensweise des Publikums. „Manche Verhaltensweisen, die heute gängig sind in der Rezeption des Jazz, waren in der europäischen Kultur früher selbstverständlich. Dass man während des Konzertes trinkt und isst, ist nicht neu. In der barocken Oper war das künstlerische Ereignis zugleich ein kulinarisches Ereignis. Es wird klischeehaft der Jazzszene zugeschrieben, dass in die Aufführung „hinein“-applaudiert, als „spontan“ reagiert wird. Auch dieses spontane Reagieren war bis zum 20. Jahrhundert in den Konzertsälen nicht unüblich. Man kann nachlesen, wie bei Konzerten mit Musik von Schumann oder Bruckner vom Publikum manchmal während der Aufführung verlangt wurde, dass ein Satz wiederholt wird.“, so Wolfgang Gratzer in „Der Trend zum

¹⁷² <http://www.nmz.de/kiz/nachrichten/studie-klassische-musik-ist-blind-fuer-zukunftssorgen>, 7.12.2012

¹⁷³ vgl. Tröndle, 2009.

Event“.¹⁷⁴ Auch in der Programmgestaltung gab es stets Tendenzen, Neues darzubieten. „Im 18. Jahrhundert dachte man nicht daran, dass ein Werk in dem Bewusstsein geschaffen werde, es solle über den bestimmten einmaligen Anlass, den auch die Veranstaltung des Konzertes bieten konnte, hinausreiche.“, schreibt Heinrich Schwab.¹⁷⁵ Ins Konzert ging man, um Neues zu hören. Eine Umkehr fand jedoch im 19. Jahrhundert statt, als das Bildungsbürgertum bevorzugt auf das klassische Repertoire zurückgriff. Bereits Werke von Bruckner und Mahler waren vergleichsmäßig schwierig zu vermitteln.¹⁷⁶ Hungerte man davor nach Zeitgenössischem, Neuem, so verlangt man heute nach alter Musik und alten Formen. Als Knackpunkt setzt Renald Deppe die Zeit der Jahrhundertwende und an. „Im lokalen Rahmen neue Strömungen hörbar zu machen, ist für mich ein ganz großes Anliegen. Und zwar nicht wie bei Schönberg unter Fastausschluss der Öffentlichkeit, wo nur für Vereinsmitglieder Zutritt war, wo Applaus verboten war, wo man, wenn man Gäste hinzugebracht hat, vorher ansuchen musste, ob das überhaupt zugelassen wurde. Ich finde, da fing ein Prozess der Entfremdung der E-Musik vom Publikum an.“¹⁷⁷ Der Beginn einer immer größer werdenden Isolation und Kluft zwischen der Musik für die Massen und einer Musik für eine elitäre Bildungsschicht wirkt zusätzlich auf die Trennung und Veralterung des Publikums.

Axel Beer sieht den Beginn und Grund der Krise des Konzerts eher im Vordringen „dilettantischer Musikausübung“, die mit 1800 ihren Höhepunkt erreichte, für ihn jedoch nicht negativ behaftet ist.¹⁷⁸

Nicht zuletzt gilt die Krise des Konzerts auch als Folge des Entstehens einer Überschussgesellschaft, die, überladen vom vielfältigen Freizeitangebot, in Richtung Eventkultur rückt.

4.2 Reaktionen und neue Modelle

Im Sinne der Kritik an der fehlenden Innovation und Anpassung an die

¹⁷⁴ Gratzer, 1998, S. 69.

¹⁷⁵ Schwab, 1971, S. 18.

¹⁷⁶ vgl. Schwab, 1971, S. 18.

¹⁷⁷ Deppe in: Tröndle, 2009, S. 79.

¹⁷⁸ vgl. Beer, 2000, S. 110f.

vorherrschenden, sich stets wandelnden Gegebenheiten, tauchen immer neue Reaktionen und Modelle auf, um die sogenannte Krise des Konzerts zu beenden und das Konzert in einen zeitgemäßen Rahmen zu bringen – nicht zuletzt um das Publikum wieder in die Konzertsäle bzw. Aufführungsorte zu locken. Einige Modelle setzen beim Publikum an und versuchen, durch gezielte Marketing-Maßnahmen aber auch pädagogische Konzepte neue Publikumsschichten zu schaffen und alte an die Institutionen zu binden. Andere Experten führen, wie oben bereits erwähnt, die Krise auf die wenig zeitgemäße Aufführungskultur zurück und proklamieren Änderungen im Bereich der Rahmenbedingungen wie dem Aufführungsort. Folgendes Kapitel soll Reaktionen auf die Krise des Konzerts behandeln und die verschiedenen Modelle aufzeigen und betrachten. So werden Methoden der Publikumsbindung vorgestellt, genauso wie Systeme der Musikvermittlung im Konzertwesen. Weiters wird auf neue Räume und Aufführungsorte eingegangen und schließlich der Trend zum Event diskutiert.

4.2.1 Publikumsbindung (Audience Development)

Während das Konzert im ursprünglichen Sinn die strikte Trennung von Publikum und Musikern vorsieht, bringt der Rückgang des Publikums eine immer stärkere Fokussierung auf den Besucher und das Rücken des Publikums ins Zentrum des Interesses mit sich und schafft somit Veränderungen im Konzertleben.

Der Begriff des Audience Developments wurde Mitte der 1990er Jahre in angelsächsischen Ländern eingeführt und beschreibt die strategische Entwicklung neuen Publikums für Kultureinrichtungen.¹⁷⁹ Audience Development gilt als Feld des Kulturmanagements, „das in Form von flexiblen und vielschichtigen Programmgestaltungen unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen und Szenen erreichen möchte und in Verbindung mit Maßnahmen der Besucherbindung Projekte der Musikvermittlung und Konzertpädagogik

¹⁷⁹ Mandel in: Siebenhaar, 2009, S.9.

befördert.“¹⁸⁰

Dass der Begriff gerade in einem Land wie Großbritannien entstanden ist, hat den Hintergrund der dort praktizierten Kulturpolitik, die – im Gegensatz zu den deutschsprachigen Ländern – deutlich am Kulturpublikum ausgerichtet ist, während hierzulande die Autonomie der Kunst einen höheren Stellenwert einnimmt. Das aktive Werben um neue Publikumsschichten, das in Großbritannien an öffentliche Förderungen geknüpft ist, stellt damit eine größere Notwendigkeit dar.¹⁸¹ Dennoch wird die Strategie, die mit Kulturmarketing, -PR und der Besucherforschung genauso arbeitet wie mit Vermittlungsangeboten, gerade in Zeiten des Publikumsrückgangs bzw. der Alterung des Publikums auch im deutschsprachigem Raum angewandt. Das Ziel: die Erschließung neuer Zielgruppen für Kunst und Kultur. Doch geht es nicht um eine Profiterhöhung durch kurzfristige Begeisterung mittels eventisierter Veranstaltungen sondern um das Erzeugen einer gewissen Nachhaltigkeit und bereichernden Wirkung auf das Leben aller Menschen: „Audience development is based on the same principles as marketing, but it is about increasing the range of audiences not just increasing the numbers of attendees. By understanding and knowing your existing and potential audience, you can develop a relationship with them and communicate effectively with them.“¹⁸² heißt es in einer Beschreibung des Arts Council England.

Somit kann Audience Development nicht nur als Instrument zur Verfolgung von Marketingzielen, sondern auch als bildungs- und kulturpolitische Strategie gesehen werden. Audience Development soll dafür sorgen, dass „sich das Bildungspotential in der Bevölkerung durch Kultur- und Bildungsinstitutionen weiterentwickelt, sich die Standards von Kultureller Bildung und Kulturvermittlung erhöhen, sodass jedem die Möglichkeit gegeben wird, seine künstlerischen Talente zu entfalten und Kunst und Kultur insgesamt dazu beitragen, soziales Ungleichgewicht zu verringern.“¹⁸³

¹⁸⁰ Wimmer, 2010, S. 59.

¹⁸¹ vgl. Mandel in: Siebenhaar, 2009, S. 23.

¹⁸²

http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/gfta_info_sheets_nov_2012/Audience_development_and_marketing.pdf, 14.4.2013

¹⁸³ Wimmer, 2010, S. 57.

Als Voraussetzung für ein funktionierendes Audience Development gilt die Publikumsforschung, der die Fragen „Wer ist das Publikum?“, „Welche Erwartungen stellt es an die Kulturinstitution?“ zugrunde liegen. Aber auch: Wer gehört aus welchen Gründen nicht zum Publikum, was verhindert einen Konzertbesuch. Wie bereits erläutert, ist die Motivation, ein Konzert zu besuchen, oft durch den Unterhaltungs- und Gesellschaftsfaktor beeinflusst – die Gründe sind jedoch zahlreich. Untersucht man diverse Barrieren, so kommt man zum Schluss, dass Kunst oft als langweilig angesehen wird. Die Angst, Kunst nicht zu verstehen oder der „fremde“ Lebensstil stellen weitere Hindernisse dar.¹⁸⁴ Die Rezeption von Kunst wird oft als Anstrengung empfunden und schreckt damit viele Menschen ab. Diese Anstrengung ist jedoch notwendig, wenn eine echte Auseinandersetzung mit der Kunst stattfinden soll. Denn nur mittels dieser kann eine nachhaltige Bildungswirkung erzielt werden. „Im Audience Development geht es darum, einen angenehmen und aktivierenden Rahmen zu bereiten, damit Menschen zu dieser Anstrengung bereit sind,“¹⁸⁵ beschreibt Birgit Mandel die Intention von Audience Development.

Mittels verschiedener Strategien sollen das genannte Ziel erreicht und neue Publikumsschichten, die nachhaltig für Kultur gewonnen werden können, angesprochen werden.¹⁸⁶ Birgit Mandel nennt als erste die Aufmerksamkeitsstrategie. Damit sollen nicht nur Erwartungen gelenkt, sondern vor allem auch Images aufgebrochen werden, die vom Kulturkonsum abschrecken können. Die Entwicklung einer Marke kann ebenfalls Mittel zur Besuchergenerierung sein. Eine starke Marke schafft Vertrautheit und steht für Qualität; potentiell Publikum kann sich damit identifizieren. Weiters schaffen Verbundenheitsstrategien wie Mitgliedschaften ein Gemeinschafts- und Zugehörigkeitsgefühl. Das Gefühl, etwas exklusiv zu erleben, sei es durch Autogrammstunden, Publikumsgespräche oder exklusive Angebote für Mitglieder, machen längerfristige Bindungen an eine Institution möglich. Das Schaffen von angenehmen Rahmenbedingungen zählt ebenso zu den Strategien des Audience Development, wie auch Irene Knava in „Audienicing“

¹⁸⁴ vgl. Mandel in: Siebenhaar, 2009, S. 27f.

¹⁸⁵ Mandel in: Siebenhaar, 2009, S. 29.

¹⁸⁶ vgl. Mandel in: Siebenhaar, 2009, S. 29ff.

betont: „Zur guten Atmosphäre zählen Ihre Spielstätte, also alle Räumlichkeiten von den Foyers bis zum Zuschauerraum und Ihre Service-Angebote.“¹⁸⁷ Darin eingeschlossen sind ebenso freundliches Service-Personal, Parkmöglichkeiten, ein Café oder unkompliziertes Kartenbuchen.

Eine weitere Strategie des Audience Developments ist die Event-Strategie. Diese schließt Veranstaltungen wie Konzerte im Freien, die man essend auf einer Picknickdecke verbringen kann mit ein und zielt auf die Besonderheit und Einmaligkeit eines Konzerts, einer Veranstaltung, ab. In den Bereich der neuen Modelle und neuen Räume für Konzerte, sowie auch das Feld der Musikvermittlung fällt die Outreach strategy, die nicht nur gewohnte Rezeptionsrituale verlässt, sondern Leute dort abholt wo sie sich befinden. So begibt man sich gemeinsam mit der potentiellen Publikumsschicht auf die Suche nach Gemeinsamkeiten und Konzerte finden ihren Aufführungsort in Clubs, Schulen oder Fabriken. Eng zusammenhängend damit ist auch das Modell des Arts Ambassador, der als Multiplikator wirken soll. Zuletzt nennt Birgit Mandel die direkte Vermittlungsstrategie. Das Ziel des Audience Developments schließt neben der Bindung eines neuen Publikums und der damit verbundenen Erhöhung des Absatzes auch nachhaltige Bildungsinteressen ein. Dies können nicht nur veränderte Rahmenbedingungen gewährleisten, vielmehr wird die direkte Vermittlung benötigt um eine Auseinandersetzung mit der Kunst zu unterstützen. Audio Guides, Programmtexte, Führungen u.ä. sollen dabei begleiten und das nötige Wissen und spezifische Codes vermitteln.¹⁸⁸

Zusammenfassend lässt sich Audience Development grob in zwei Bereiche teilen: den Bereich des Marketing und jenen der kulturellen Vermittlung. Beide sind aufeinander angewiesen, um das definierte Ziel von Audience Development zu erfüllen. Zusätzlich spielen weitere Faktoren und Werkzeuge wie die Programmierung oder Kundenbetreuung ebenso in das Konzept hinein. Mittels Marketing wird versucht neues Publikum zu generieren, mit dem Hintergrund den Absatz zu erhöhen. Um eine gewisse Nachhaltigkeit gewährleisten zu können gilt es, Möglichkeiten zu finden, das Publikum an die

¹⁸⁷ Knava, 2009, S. 51.

¹⁸⁸ vgl. Mandel in: Siebenhaar, 2009, S. 33.

Institution zu binden. Diese kann in der Kulturvermittlung gefunden werden, die zur Auseinandersetzung mit der Kunst anregt und die Zielgruppen – ausgehend von deren Interessen – an die Kunst heranführt und Zugänge vermittelt.¹⁸⁹

Während Audience Development bei der Erschließung neuer Publikumsschichten in erster Linie auf Themen des Kulturmarketings zurückgreift, sieht die Musikvermittlung die reine Vermittlung künstlerischer Inhalte als prioritär und formuliert pädagogische vor ökonomischen Zielen. In beiden Fällen jedoch wird die klassische Aufführungsform meist beibehalten und nicht grundlegend verändert.¹⁹⁰

4.2.2 Musikvermittlung

Veränderungen in Gesellschaft und Kultur stellen den Musikbetrieb im 21. Jahrhundert vor neue Aufgaben und Herausforderungen; gerade in Zeiten von Publikumsschwund und Alterung des Publikums lassen Reaktionen nicht lange auf sich warten.

Musikvermittlung ist ein mittlerweile inflationär verwendeter Begriff in der heutigen Zeit, denn längst gilt sie als fester Bestandteil des Konzertlebens. Der stetige Wandel der Musik, der veränderte Umgang mit der sogenannten klassischen Musik in der Gesellschaft, genauso wie das Festhalten an Traditionen bieten Rahmen und Spielfeld für die Musikvermittlung und damit die Möglichkeit, etwas Neues zu schaffen und Beziehung zur Musik zu stiften.¹⁹¹ Workshops mit Musikern, Inszenierte Konzerte oder Jugendprojekte in Kooperation mit Schulen haben im Laufe der letzten 20 Jahre ihren Platz gefunden und bringen mit einem musikpädagogischen Ansatz, dem eine vielfältige Kommunikation mit dem Publikum zugrunde liegt, eine Veränderung des Konzertwesens mit sich.¹⁹²

Musikvermittlung soll Neugier auf Musik erwecken, neue Hörerfahrungen

¹⁸⁹ vgl. Mandel in: Siebenhaar, 2009, S. 34.

¹⁹⁰ vgl. Tröndle, 2009, S. 9.

¹⁹¹ vgl. Allwardt, 2012, S. 1f.

¹⁹² vgl. Wimmer, 2010, S. 17.

ermöglichen und Bewusstsein für Musik als Kulturgut schaffen. Dies alles unabhängig von Alter, Herkunft, Sozialisation und Bildung des (potentiellen) Publikums.¹⁹³ „Musikvermittlung baut eine kommunikative Brücke zwischen Publikum und Ausführenden. Als ästhetische Praxis in Form von moderierten und inszenierten Konzerten, konzertpädagogischen Einführungen und Workshops oder konzeptueller Arbeit an der Schnittstelle von Kunst und Bildung kommt sie den Bedürfnissen des jungen und älteren Publikums nach kultureller Bildung und neuen Formen der Auseinandersetzung im Rahmen musikalischer Aufführungen entgegen. Darüber hinaus knüpft sie ein partnerschaftliches Netz zwischen Kultur- und Bildungsinstitutionen.“¹⁹⁴ schreibt Constanze Wimmer, Leiterin des Master-Lehrgangs „Musikvermittlung – Musik im Kontext“ und Forscherin/Projektentwicklerin in der Musikvermittlung. Die Begriffe der Kommunikation und des Brückenbauens sind auch Ingrid Allwardt, Geschäftsführerin des „netzwerks junge ohren“, wichtig im Hinblick auf Musikvermittlung. Allwardt spricht dabei vom Bauen von „Verständnisbrücken“ durch das Entwickeln neuer Formate.¹⁹⁵ Abzugrenzen sei die Musikvermittlung jedoch von der Musikpädagogik wie sie an Schulen oder Musikschulen angewandt wird, konzentriere sich die Musikvermittlung doch auf die Annäherung an ein Rezeptionsverhalten und weniger auf das aktive Musizieren. Dennoch befindet sich die konzertbezogene Musikvermittlung „in einem Spannungsfeld von Marketing (Audience Development) und kultureller Bildung.“¹⁹⁶

Musikvermittlung bedient sich zur Realisierung von Projekten Methoden des Kulturmanagements oder des Audience Developments zur Erschließung neuer Publikumsgruppen. Grenzen verlaufen fließend und schließen auch die kulturelle Bildung als Teil der Vermittlung ein. Mögliche Zugangsbarrieren zur (Hoch-) Kultur sollen – wie im Audience Development – durch Kommunikationskanäle beiseite geräumt werden und langfristige, nachhaltige, Beziehungen zu Organisationen und Musikinstitutionen geschaffen werden. Die Kulturelle Bildung stellt den Zugang von Kultur für alle in den

¹⁹³ vgl. Allwardt, 2012, S. 1.

¹⁹⁴ Wimmer, 2010.

¹⁹⁵ vgl. Allwardt, 2012, S. 2.

¹⁹⁶ vgl. Allwardt, 2012, S. 2.

Vordergrund.¹⁹⁷ „Kulturelle Bildung bietet in und außerhalb der Schule Anlässe, ästhetische Erfahrungen anhand kultureller und künstlerischer Inhalte und Formen zu machen und sucht dabei nach Orten, Räumen und persönlichen Begegnungen zwischen Künstlern und Publikum, die diese Auseinandersetzung ermöglichen.“ schreibt Constanze Wimmer.¹⁹⁸ Als Vorbilder dafür können Formate aus dem angloamerikanischen Raum gesehen werden, bei denen Konzertveranstalter bereits seit den 1980er Jahren verstärkt ihren Fokus auf musikalische Bildung setzen. Diese Idee entspringt einer Reaktion auf ein Versäumnis, das in drastischen Kürzungen der künstlerischen Fächer in den Schulen zu sehen ist.¹⁹⁹

Mit dem Einbeziehen von Methoden des Marketings und der kulturellen Bildung treffen Gegensätze mit dem Ziel, einerseits die Interessen des Anbieters, und andererseits des Publikums zu wahren, aufeinander und ergänzen und wirken aufeinander im Feld der Musikvermittlung, die dennoch pädagogische Ziele voranstellt.

Neben den genannten Zielen und formuliert Musikvermittlung auch soziokulturelle Anliegen. Die Vernetzung und das Implizieren von Städten, Regionen oder Bevölkerungsgruppen, Alters- oder Berufsgruppen ist ebenso Teil von Musikvermittlungsprojekten. Somit definieren Musikvermittler neben der Pädagogik auch das Umsetzen von gesellschaftlichen Impulsen in einer Stadt oder einer Region als Ziel ihrer Arbeit.²⁰⁰

In der Studie „Exchange – die Kunst Musik zu vermitteln. Qualitäten in der Musikvermittlung und Konzertpädagogik“ geht Constanze Wimmer der Frage nach den Qualitätskriterien von musikalischen Vermittlungsangeboten für Kinder, Jugendliche und Familien nach und befragt dabei zahlreiche Experten im Bereich der Musikvermittlung nach den in ihrer Institution oder ihrem Projekt definierten Zielen. Neben den bereits genannten Zielen wie dem Setzen von gesellschaftlichen Impulsen und dem Erschließen neuer Publikumsschichten, gilt auch das Schaffen eines Fundaments für die künstlerische Arbeit des

¹⁹⁷ vgl. Wimmer, 2010, S. 58.

¹⁹⁸ Wimmer, 2010, S. 17.

¹⁹⁹ vgl. Wimmer, 2010, S. 17.

²⁰⁰ vgl. Wimmer, 2010, S. 114.

Orchesters oder der Konzertinstitution als prioritär. Weitaus allgemeiner möchte man durch Musikvermittlung auch Sinn stiften, für das Hören sensibilisieren und Musik im Alltag und Leben der Menschen verankern.²⁰¹

Die Art der Umsetzung von Musikvermittlungsprojekten ist vielfältig - die Methode gibt es nicht. Das Angebot reicht vom Projekten für ganz junges Publikum bis hin zu Erwachsenen oder Gruppen und schließt dabei eine bunte Palette an aufbereiteten Zugängen und Konzepten ein. So gelten Familienkonzerte als Treffpunkt für Generationen und Kinderkonzerte greifen Themen und Methoden auf, die voll und ganz auf ihre Zielgruppen abgestimmt sind. Genauso werden Konzerte für Schulklassen veranstaltet, deren Themen altersgerecht zum Reflektieren animieren. Zentrales Thema von Kinder- und Jugendkonzerten stellen oft Instrumentenvorstellungen dar.

Konzerte an Orten wie Kindergärten, Jugendzentren, Krankenhäusern, Altenheimen oder gar Gefängnissen sollen das Publikum dort abholen, wo es sich befindet und von dort aus einen Zugang zur Musik schaffen. Dabei geht es nicht immer nur um die einfache Rezeption, sondern soll auch zum Mitmachen animieren – der Klang und die Musik können entdeckt und nicht gelehrt werden. Workshops und Gruppenangebote sollen dazu motivieren und ermuntern. Neben moderierten und inszenierten Konzerten sowie Workshops ergänzen auch konzertpädagogische Einführungen die musikvermittlerische Arbeit.

Vielfältiges Angebot benötigt stets auch einen fundierten Hintergrund. So steht auch das Ausbildungsangebot im Bereich der Musikvermittlung in engem Zusammenhang mit der Weiterentwicklung in diesem Bereich.

Ursprünglich ging die Musikvermittlung von England und von der Überlegung wie Musiker ihre Musik idealerweise positionieren können aus – ganz nach dem Motto: Veränderung im Musikbetrieb beginnt beim Künstler selbst. Im deutschsprachigen Raum nahm Detmold eine Vorreiterrolle ein – allerdings mit einem anderen Hintergrund. Anders als im England stand hier der Nachwuchs in den Konzerthäusern im Zentrum des Interesses, weshalb die Konzentration auf Kinderkonzerten lag. Ähnlich wie sich das Angebot in der Ausbildung an

²⁰¹ vgl. Wimmer, 2010, S. 110ff.

Hochschulen und Universitäten verbreitete, wurden auch Projekte der Musikvermittlung auf immer ältere Publikumsschichten ausweitet.²⁰²

Musikvermittler – das sind heute nicht nur Musiker auf der Bühne sondern auch solche im Klassenzimmer, Moderatoren und Pädagogen, Lehrende an Schulen und Hochschulen und viele mehr.

Vor dem Hintergrund des Angebots und der Ausbreitung der Ausbildungsmöglichkeiten stellt sich die Frage „Muss Musik vermittelt werden?“ Dazu gibt es ebenso viele eindeutige Bejahungen wie Kritiker. Musik sei selbsterklärend und bedarf keiner Vermittlung – dieser (immer leiser werdenden) Kritik stehen zahlreiche Verfechter der Musikvermittlung gegenüber. Das „netzwerk junge ohren“ bietet Experten und Praktikern der Musikvermittlung ein Forum zum Austausch von Information, zur Kommunikation und Präsentation. Auf der Website wird Musikexperten die Frage nach Sinn und Ziel von Musikvermittlung gestellt die schließlich vielfältige Antworten vorfindet.²⁰³

Wenig Bedarf für Vermittlung sieht Michael Kaufmann, ehemaliger Intendant der Philharmonie Essen: „Nach meiner Überzeugung kann man Musik genauso wenig vermitteln, wie man die Faszination für Fußball vermitteln kann.“²⁰⁴ Musik sei überall präsent: nicht die Vermittlung sondern vielmehr die Ermöglichung von Berührungspunkten zur Musik, genauso wie die Begleitung dieser Erfahrungen wären gefragt.

Die Frage, ob Musik vermittelt werden muss, stellt sich für Constanze Wimmer nicht mehr, denn: „Musik *wird* vermittelt“.²⁰⁵ Zudem stehe die Musikvermittlung in einem ständigen Austausch zur sich wandelnden Aufführungskultur und passe sich den an das Publikum gestellten Anforderungen an.

„Musik muss nicht vermittelt werden, aber sie kann mehr Menschen erreichen, wenn sie vermittelt wird,“ ist Arend Herold (Orchestre philharmonique du Luxembourg) überzeugt. Dem schließt sich Susanne Keuchel vom Institut für Kulturforschung, Bonn, an: „Musik muss vermittelt werden, wenn sie nicht

²⁰² vgl. <http://oe1.orf.at/artikel/214862>, 7.3.2013

²⁰³ vgl. http://www.jungeohren.com/netzmagazin_beitrag.htm?ID=81&rubrik=6#collage1, 7.3.2013.

²⁰⁴ http://www.jungeohren.com/netzmagazin_beitrag.htm?ID=81&rubrik=6#collage1, 7.3.2013.

²⁰⁵ http://www.jungeohren.com/netzmagazin_beitrag.htm?ID=81&rubrik=6#collage1, 7.3.2013.

selbstverständlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens ist.“²⁰⁶ Mit klassischer oder zeitgenössischer Musik seien aber heutzutage viele Menschen nicht vertraut, weshalb der Zugang – ähnlich wie bei Musik aus fernen Kulturkreisen – erst gefunden, bzw. gestiftet werden müsse.

Auch Peter Schleunig hebt die Wichtigkeit der Vermittlung von Musik hervor und vergleicht die Musik mit der bildenden Kunst. Der Umgang mit älterer Kunst in anderen Kunstarten sei selbstverständlich, genauso wie der Kauf von kommentierten Bildbänden oder Ausstellungskatalogen. Doch: „Ein Buch mit Notenbeispielen ist praktisch unverkäuflich. Und ein Buch ohne Notenbeispiele müsste in einer Sprache verfasst sein, die, entsprechend dem, was in anderen Künsten möglich und üblich ist, im Wesentlichen mit Alltagsbegriffen arbeitet.“²⁰⁷ Die Starre und die Publikumsflucht des Publikums der klassischen Musik führt Schleunig auf die sogenannte Begriffslosigkeit der (sinfonischen) Musik zurück und plädiert für ein System von Bildungskursen zur Vermittlung der genannten Musik.²⁰⁸

Ein veränderter Umgang mit klassischer Musik in der Gesellschaft, die Veralterung der gängigen Aufführungsformen und die damit zusammenhängende Transformierung selbiger, sowie bildungspolitische Änderungen und Neuerungen, die den Musikunterricht und die künstlerisch-musikalische Bildung immer mehr aus den Schulen verschwinden lässt und die („klassische“) Musik „entfremdet“ – dies alles steht in engem Zusammenhang mit dem regelrechten Boom von Musikvermittlung und Education-Formaten und macht die Vermittlung in Augen von Experten notwendig. Verschiedenste Formate sollen das Publikum wieder zurück zur Musik (oder in den Konzertsaal) begleiten und/oder neue Schichten an neuen Aufführungsorten erschließen. Damit sollen Menschen dort abgeholt werden, wo sie sind und, in einem anderen Kontext, an die Musik herangeführt werden: ohne Belehrung, sondern vielmehr in ständiger Kommunikation und Interaktion.

²⁰⁶ http://www.jungeohren.com/netzmagazin_beitrag.htm?ID=81&rubrik=6#collage1, 7.3.2013.

²⁰⁷ Schleunig in: Tröndle, 2009, S. 202ff.

²⁰⁸ Schleunig in: Tröndle, 2009, S. 205.

4.2.3 Neue Räume

Eine Diskussion über eine Erneuerung der Aufführungskultur birgt auch die Installation neuer Räume in sich. Zurecht wird die Frage nach der Zukunft der Konzertsäle gestellt, entspricht doch das gängige Model oft nicht den heutigen Normen. Wie soll der Konzertsaal der Zukunft beschaffen sein, um allen Ansprüchen gerecht zu werden und als zeitgemäß zu gelten? Parameter wie Volumen, Form, Materialien, ideale Akustik und vieles mehr müssen geplant und berücksichtigt werden. Gerfried Stocker, Leiter des Ars Electronica Centers in Linz legt das Hauptaugenmerk weniger auf architektonische Elemente als auf die Akustik. „Elektronische, multimediale Kunst ist immer mit Raumproblemen konfrontiert. So wie im Museum nicht länger Tafelbilder dominieren, sondern begehbare interaktive Werke die Architektur herausfordern, so ändern sich auch akustische Gegebenheiten in Museum und Konzertsaal.“²⁰⁹

Doch Akustik ist nicht der einzige Parameter, den es hinsichtlich der Zukunft des Konzertsaals zu bedenken gilt. Vielmehr wird mit dem Umdenken und Sprengen der Vorstellungen des klassischen Konzertwesens auch die Notwendigkeit veränderter oder zumindest angepasster Räumlichkeiten deutlich. Dazu kommt die große Bandbreite der Musik ab dem 20. Jahrhundert, die es nahezu unmöglich macht, allen Ansprüchen architektonisch gerecht zu werden.

In „Musik und Architektur“ beschäftigen sich Christian Z. Müller und Julia Jedelhauser mit der Errichtung neuer Gebäude für Musikaufführungen. Dabei stellt sich als große Herausforderung der oftmalige Konflikt zwischen Architekten, Raumakustikern und Bühnenplanern, der meist in einem Kompromiss endet, heraus. So gilt als akustisch vorteilhafteste Form jene der „Schuhschachtel“, während diese architektonisch als wenig reizvoll für die heutige Zeit gilt. Eine häufige Lösung stellt dabei der „harte Kern“ mit dem Aufführungsraum und die „weiche Außenhaut“ als ästhetische Entfaltung dar.²¹⁰ Als Gegenmodell wird die zweckentfremdete Nutzung schon bestehender Bauwerke genannt. Besonders die experimentelle Musik ab den 1960ern war

²⁰⁹ Zit. nach Kolb, <http://www.nmz.de/artikel/drei-schuhschachteln-und-eine-aeltere-arena>, 27.02.2012

²¹⁰ vgl. Müller/Jedelhauser, 2007, S. 69.

Anlass für den Wunsch nach räumlichen Veränderungen und der Adaptierung und Umfunktionierung von Bahnhöfen, Industriehallen, Parks, Kirchen oder Wasserspeicher, die mit ihrer eigenen Akustik und den räumlichen Gegebenheiten einen weiteren musikalischen Parameter bilden, der ins Werk einfließt.²¹¹ Nicht nur die neue musikalische Aufführungssituation, sondern besonders veränderte Wahrnehmungsmöglichkeiten stehen im Fokus der Überlegungen. Räumliche Veränderungen sind ebenso Voraussetzungen für die Komposition von Raummusik, die die Gegebenheiten des Raums nützt um neue Klänge und Klangerfahrungen entstehen zu lassen. Der gewohnte Raum wird mitgestaltet oder zu etwas Virtuellem verfremdet. Auch Klanginstallationen und –performances nützen und benötigen Räume, die ein selbstbestimmtes Hören im Gegensatz zum konventionellen Konzertsaal erst möglich machen²¹² und dem Zuhörer eine neue Rolle zusprechen. Verschiedene Termini vom Raum reichen vom rein physikalisch akustischen Schallraum über virtuelle Innenräume einer Komposition oder die Wahrnehmung des Hörers bis hin zum Klangraum in der Vorstellung des Komponisten.²¹³ Modelle und Überlegungen für neue Räume sind unterschiedlichster Art und betreffen den Raum als Sachbegriff, Metapher, Synonym oder „Verlegenheitslösung“.²¹⁴ So beschäftigt sich zum Beispiel Dieter Schnebel mit dem Raum als experimentellem Ort, Karlheinz Stockhausen, als wohl berühmtestes Beispiel, mit der Aufteilung der Musiker im Raum oder Luigi Nono mit der Entstehung von neuen Klang-Räumen durch Studioteknik innerhalb alter Räume. Doch trotz der Bemühungen, die neuen Konzepte und Modelle von Raummusik zu etablieren und ob des Eintretens für zeitgemäßere Raummöglichkeiten wurden die Vorschläge nicht aufgegriffen und in diesem Zusammenhang auf Festivals Neuer Musik verwiesen.²¹⁵

Ein Grund dafür kann in der Abspaltung der Neuen Musik vom klassischen Konzertwesen sein. Martin Tröndle dazu: „Die Komponisten interessieren sich zwar für neue Settings und entwickeln neue Aufführungskonzepte, was auch zu einer spezifischen Aufführungskultur geführt hat. [...] Eine Rückwirkung der

²¹¹ vgl. Müller/Jedelhauser, 2007, S. 73f.; vgl. Nauck, 1997, S. 15.

²¹² vgl. Nauck, 1997, S. 15.

²¹³ vgl. Nauck, 1997, S. 24ff.

²¹⁴ Kategorisierung nach Nauck, 1997, S. 22ff.

²¹⁵ vgl. Nauck, 1997, S. 15.

Arbeit der Komponisten im 20. Jahrhundert, die mit Aufführungsformaten experimentiert, auf den Klassikbetrieb fand allerdings kaum statt.“²¹⁶ Diese Spezifität habe nichts mit dem klassischen Konzertbetrieb zu tun und betreffe nur den Bereich der Neuen Musik. So beschäftigt sich die Neue Musik kontinuierlich mit Räumen und Aufführungsorten, während dem klassischen Betrieb greifende Entwicklungen verwehrt bleiben. Ausbrüche der Klassik aus dem Konzertsaal gibt es dennoch zu Hauf, jedoch sind Überlegungen dazu oft weniger der Akustik oder der Auflockerung der Aufführungspraxis zuzuordnen, sondern folgen vielmehr dem Ruf nach Eventcharakter und Erlebnisfaktor.

4.2.4 Eventisierung / der Trend zum Event

4.2.4.1 Definition

„Events (...) sind (...) in der Regel aus kommerziellen Interessen organisierte Veranstaltungen, deren primäres Ziel die Herstellung eines alle Teilnehmer umfassenden „Wir-Gefühls“ ist. Dieses Ziel soll erreicht werden durch die Vernetzung unterschiedlichster interaktiver Unterhaltungsangebote, durch die Verschmelzung multinationaler Kulturelemente in allein nach ästhetischen Kriterien konstruierten Spektakeln, so dass der Eindruck eines „totalen“ Erlebnisses entsteht. Als solche bilden sie die „ideale“ Voraussetzung für die Entstehung dessen, was derzeit unter den Begriffen „ästhetische“, „imaginierte“ oder „posttraditionale“ Gemeinschaften diskutiert wird.“²¹⁷ So lautet der Definitionsversuch von Winfried Gebhardt, Ronald Hitzler und Michaela Pfadenhauer, zusammengestellt anlässlich der Tagung „Soziologie des Events“. Was hier in einigen Sätzen auf den Punkt gebracht wird, existiert in unterschiedlichen Arten und Ausformungen – die Kennzeichen sind dieselben, doch werden sie in verschiedenen Definitionen unterschiedlich gewichtet und man setzt andere Schwerpunkte.

Das Entstehen eines Wir- und Gemeinschaftsgefühl ist ein Grundgedanke, der von Gebhardt hervorgehoben wird. Er spricht von der Besonderheit des Abzielens auf die Gemeinschaft bei gleichzeitiger individualistischer

²¹⁶ Tröndle, 2009, S. 22.

²¹⁷ Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer, 2000, S. 53.

Selbstverwirklichung.²¹⁸ Das Event möchte durch das Ansprechen einer Szene die gefühlte Zusammengehörigkeit wecken und zieht daraus seine Vorteile.

Peter Kemper stellt den Aspekt der Besonderheit in den Vordergrund: „Events wollen demnach multisensiv sein, möglichst alle Sinne ansprechen und dadurch gleichzeitig Information, Kommunikation, Motivation, Weiterbildung, Unterhaltung und Imageförderung vermitteln. Events sind die verlockenden Leuchttürme im Warenmeer der Unverbindlichkeit.“²¹⁹

Events suggerieren etwas Außergewöhnliches, Einmaliges, sie sollen die Routinen des Alltags brechen und alles bisher Erlebte übertreffen und übersteigen. Versprochen wird ein einzigartiges Erlebnis, das die Auswahl unter einem enorm großen Freizeitangebot rechtfertigen und ausschlaggebend machen soll.

Das Event, nach dem englischen „event“, Ereignis, Vorfall, ist als Veranstaltung keineswegs eine zufällige Begebenheit. Vielmehr wird es als „planmäßig erzeugtes Ereignis“²²⁰ angesehen, das keinerlei Spielraum, sowohl im Ablauf, als auch im vermittelnden Sinn zulässt und doch – oder gerade deshalb – eine Garantie für das Erlebnis, den Spaßfaktor bietet.²²¹ So schreibt Peter Kemper „Unter Events werden inszenierte Ereignisse verstanden, die durch erlebnisorientierte Veranstaltungen emotionale und physische Reize darbieten und einen starken Aktivierungsprozess auslösen.“²²²

Inszenierte Zusammenkünfte, die durch das Suggestieren von Einmaligkeit und etwas Außergewöhnlichem ansprechen und mit dem Erlebnis- und Genussfaktor Publikum anlocken, sind in diesem Sinn nichts Neues und wurden bereits in der Vergangenheit veranstaltet. In ihrer heutigen Ausformung, von Sport- bis zu Musikveranstaltungen sind Events jedoch dem Marketingbegriff zuzuordnen und gelten als Trend, dem bereits vor einigen Jahren, mithilfe der Medien, sein Durchbruch gelang. Somit geraten jedoch auch etablierte Anbieter von Veranstaltungen unter den Druck, ihren Bereich einer Eventisierung zu unterziehen, um am Markt bestehen zu können.²²³ Anders als konventionelle Veranstaltungen gilt nicht der Verkauf eines Produkts, sondern das Aufbauen

²¹⁸ Gebhardt in: Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer, 2000, S. 54.

²¹⁹ Kemper in: Pühl/Schmidbauer, 2007, S. 7.

²²⁰ Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer, 2000, S. 19.

²²¹ Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer, 2000, S. 19.

²²² Kemper in: Kemper, 2001, S. 188.

²²³ vgl. Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer, 2000, S. 10.

einer emotionalen Bindung an selbiges als Ziel und rückt somit den Konsumenten mehr in den Mittelpunkt.²²⁴ In dieser Funktion ruft das Modell auch einige Kritik hervor, die mit dem Gegenwurf des Elitarismus zurückgewiesen wird.²²⁵ Doch ohne Zweifel können Kritiker recht behalten, die das Versprechen von etwas Besonderem, das Anlocken durch Vorgetäushtes hinterfragen und ein Untergehen der wahren Inhalte befürchten. Im Rahmen der Saalfeldner Musiktage zum Thema „Der Trend zum Event“ bezeichnet Matthias Osterwold das Event als „marktstrategischer Kampfbegriff, der die organisierte, inszenierte und normierte Erlebniskultur meint, der gewissermaßen das um die Kunstdarbietung Herumdrapierte für das Wichtigste nimmt...“²²⁶ Osterwold spricht auch vom „vorgetäuschten Einmaligen“²²⁷, das lediglich eine Aura von Ereignissen beschreibe.

Der Trend geht Richtung Event – und macht auch vor der Kultur und der Musik nicht halt. Kritik ruft dies insbesondere bei Konzertveranstaltungen hervor, denn befürchtet wird ein Verdrängen der Inhalte zugunsten einer effekthaschenden Marketingaktion.

4.2.4.2 Event als Werkzeug des Marketings

Musik als Erlebnis. Geworben wird für Sektempfang, Schlemmermenü, Schifffahrt oder Luxushotel...und Musik. Denn Musikveranstaltungen sind zu Events geworden. Erlebnisfaktor, Einzigartigkeit und Unmittelbarkeit. Dass Erlebnispackages wie Musiktouren und Gourmetabende dem eigentlichen Eventcharakter per definitionem nicht entsprechen, darf ignoriert werden. Peter Kemper zeigt den Widerspruch auf, denn Erlebnis zielt auf Unmittelbarkeit ab und verweise auf das Erlebnis als ein erst in unserem Inneren entstehendes psychophysisches Konstrukt, das nicht gegen Veranstaltungen, Dinge und Dienstleistungen aufgerechnet werden könne. Dabei entstehe auch ein gewisser Unsicherheitsfaktor, sei doch das individuelle Empfinden nicht planbar. Als Package werde jedoch ein Service Paket angeboten, das eine

²²⁴ vgl. Gebhardt/Hitzler/Pfadenhauer, 2000, S. 9.

²²⁵ Pühl/Schmidbauer, 2007 S. 9.

²²⁶ Osterwold in: Eder/Gratzer, 1998, S. 74.

²²⁷ Osterwold in: Eder/Gratzer, 1998, S. 74.

gewisse Sicherheitsgarantie biete und nicht kalkulierbare Risiken des Erlebens ausschalte.²²⁸ Kemper spricht hierbei vom Marketing-Mantel des Events: Veranstaltungen die ein Ereignis versprechen und die „Aura der Einmaligkeit“ mit sich tragen. Sie suggerieren das Durchbrechen des Alltags und erleichtern die Besucher um unvorhergesehene Probleme in der Organisation.²²⁹ Der Kauf eines Tickets erlöst vom Suchen eines passenden Restaurants, bringt den Luxus eines Sektempfanges (eventuell gar im Beisein der „Stars“) mit sich und lockt mit einem „Zuckerl“ wie einer Schifffahrt. Nebenbei: der Konzertbesuch. In einem Gesamtpaket wird die Einmaligkeit versprochen – der Genuss steht im Vordergrund. „Events gaukeln vor, dass sie als inszenierte Ereignisse das Erlebnis garantieren sollen,“²³⁰ schreibt Kemper. Das Ansprechen aller Sinne ist das Ziel, denn damit würden mehrere Faktoren gleichzeitig in Fluss kommen: Information, Kommunikation, Motivation, Weiterbildung, Unterhaltung und Imageförderung.²³¹ Nicht der Inhalt selbst, sondern Design und Produktimage werden zu Subjekt und Kaufmotivation der Kulturkonsumenten. Ein wesentlicher Faktor ist dabei in der Ästhetik zu suchen, denn gerade in Zeiten der Modernisierung der Gesellschaft und der Ästhetisierung des Alltagslebens verschiebt sich die Aufmerksamkeit oft weg vom eigentlichen Produkt. Erlebniswert und -faktor werden neu definiert und finden ihren Platz in Marketingkonzepten. Sie übertrumpfen den Gebrauchswert und stellen einen wesentlichen Grund und oftmals die Motivation für den Konsum dar.²³² Erlebnis und Genuss als primärer Attraktor – eine Tendenz die bereits seit den 1980ern existiert und sich angesichts der heute vorherrschenden Multioptionalität stets zunehmend bewegt. Alles ist verfügbar, das große Angebot lässt einzelne Angebote untergehen und die Auswahlkriterien verschwimmen. Was bleibt, sind die Ästhetik und der Erlebnisfaktor, der auf die Befriedigung eigener Bedürfnisse und Ansprüche abzielt.²³³ Diese subjektbezogene Haltung lässt Kemper Events und „die Feier der Musik“ als „Feier der Besucher“ selbst darstellen. Weiters wirft er den Begriff der Spektakelkultur auf. Das einzigartige Erlebnis, das von Events versprochen wird, lässt sofort Sehnsucht nach

²²⁸ Kemper, 2001, S. 184.

²²⁹ vgl. Kemper, 2001, S. 184.

²³⁰ Kemper, 2001, S. 188.

²³¹ vgl. Kemper, 2001, S. 188.

²³² vgl. Kemper, 2001, S. 185ff.

²³³ vgl. Kemper, 2001, S. 185ff.

weiteren Ereignissen entstehen und führt zu einer Eventisierung der Gesellschaft. Geleitet davon sehen sich Veranstalter und Produzenten gezwungen, diesem Wunsch nachzukommen und erhoffen sich durch die Reaktionen Gewinne. Beliebtes Mittel dabei sind unkonventionelle Aufführungsorte, die Einmaligkeit und Erlebnis suggerieren. Kemper geht sogar soweit, das Ergebnis des Musikkonsums nicht mehr in der Bedürfnisbefriedigung, sondern in der Unbefriedigung zu sehen. Die Masse an Angebot kann nicht mehr wahrgenommen werden und man muss sich für ein Produkt entscheiden.²³⁴

Kemper trennt in seiner Darstellung autonome Kunstwerke von jenen, die massenkulturellen Regeln folgen und demnach auf die Wünsche der modernen, erlebnishungrigen Gesellschaft reagieren und nennt dies als Gründe für negative Konsequenzen im Bereich der Musik. Denn während Events boomen, wären autonome Kunstschaffende auf Subventionen in einer Nischenkultur angewiesen. Kürzungen dieser Subventionen und eine immer teurer werdende Aufführungspraxis, beispielsweise in der neuen Musik, hätten eine Krise des gesamten Bereichs zur Folge und würden einen Popularisierungsdruck erzeugen.²³⁵

Das Event als Werkzeug des Marketings steht in engem Zusammenhang mit der Ästhetisierung der Gesellschaft und der am Markt vorherrschenden Multioptionalität in allen Bereichen. Während Marketing-Experten die Eventisierung als Chance sehen, kritisieren andere die Popularisierung aller Sparten und fürchten das Aussterben von Nischenprodukten, die sich den Trends verweigern und als autonom angesehen werden wollen.

4.2.4.3 Events als Reaktion auf die Krise

„[...] ein Event bedeutet nicht einen Eingriff in den „Ernst“, sondern der Öffentlichkeit zu erklären, dass hier etwas Besonderes stattfindet“²³⁶, so der

²³⁴ vgl. Kemper, 201, S. 193ff.

²³⁵ vgl. Kemper, 2001, S. 190ff.

²³⁶ Oswald in: Eder/Gratzer, 1998, S. 31.

Kulturmanager Peter Oswald bei den Saalfeldner Musiktagen zum Thema Eventisierung der Musikkultur. Ähnlicher Meinung ist Markus Hinterhäuser: „(...) ist ein Event ein Ereignis. Das ist nicht negativ. Es ist nur dann negativ besetzt, wenn man den Event als Verkaufsstrategie benutzt.“²³⁷ Es gehe um Identitätsstiftung und das Gefühl einem Ereignis beizuwohnen. „[...] Eventcharakter, Singularität dadurch, dass sie nicht reproduzierbar sind. Wirklich nur in diesem Moment erfassbar und erlebbar. Man muss als Veranstalter einen bestimmten Raum suchen, eine bestimmte Konstellation suchen, eine bestimmte Art, diesen Raum akustisch zu besetzen, etwas findet ein einziges Mal statt. Das ist das Event“.²³⁸ An ebendieser Singularität der Veranstaltungen zweifelt Renald Deppe, denn heute bleibe es nicht bei einer einzigen Aufführung – Erfolg werde definiert durch die Globalität einer Veranstaltung und das mehrmalige Aufführen. Als Komponist und besonders als freischaffender Musiker sei dieses Denken zu hinterfragen.²³⁹

Auch die Medienindustrie sieht sich gezwungen auf die boomenden Events zu reagieren. Joachim Kaiser, ehemals leitender Redakteur der Süddeutschen Zeitung, sieht einen Teufelskreis in der Situation: „Die Öffentlichkeit, Kulturdezernenten und andere Entscheider bilden sich kaum mehr ihr eigenes Urteil und verabsolutieren die Presse als Maßstab. Die Veranstalter richten sich immer mehr nach der Presse, weil der Konkurrenzkampf um die Finanzierung von Projekten stetig grösser wird. Am meisten hilft den Intendanten natürlich Lob, zumindest aber brauchen sie eine gemischte öffentliche Reaktion [...] Und das ist eine gefährliche Situation: Über Herrn x, der solide Sachen macht, steht fast nie etwas in der Zeitung. Herr y mit seinen sensationellen Events aber kommt dauernd in den Feuilletons vor. Also setzen auch wir auf Herrn y. [...] Wenn Tageszeitungen nicht mehr ausführlich über Streichquartett-Aufführungen diskutieren, dürfte sich das Publikum weniger dafür interessieren als zu Zeiten, da engagiert darüber geschrieben wurde. Nun werden Kammermusik-Veranstaltungen gegenwärtig tatsächlich schlechter besucht. Kulturpolitiker könnten daher zu Recht sagen, elitäre Veranstaltungen ohne lebendige Publikumsresonanz unterstützen wir nicht mehr finanziell. Und

²³⁷ Hinterhäuser in: Eder/Gratzer, 1998, S. 31.

²³⁸ Hinterhäuser in: Eder/Gratzer, 1998, S. 31.

²³⁹ Deppe in: Eder/Gratzer, 1998, S. 32.

die Blattmacher könnten wiederum folgern, was nicht besucht wird, muss bei uns nicht erwähnt werden. Ein abscheulicher Circulus Vitiosus.“²⁴⁰

Betrachtet man das Event im Zusammenhang mit der thematisierten Aufführungskultur des (klassischen) Konzertbetriebs, so bekommt der Begriff Eventisierung wiederum eine neue Bedeutung. Das Event als Chance für die Krise des Konzerts bzw. der Aufführungsform – so lautet eine These von Martin Tröndle und schließt die Herausforderung neue Veranstaltungsformate und Bildungsangebote zu entwickeln und die Leute dort abzuholen wo sie sich befinden mit ein.²⁴¹ Die Multioptionalität und das große Angebot, würden nicht nur zur Überforderung, sondern auch zu veränderten Wahrnehmungserfahrungen und einer verminderten Aufmerksamkeitsspanne führen. Produkte der Unterhaltungs- und Spaßgesellschaft bringen eine Reduzierung auf kurze Botschaften mit sich und stehen im Gegensatz zu einem zweistündigen Konzert, das allein durch die Zeitspanne und das „Stillsitzen und leise sein“ nicht mehr als zeitgemäß betrachtet werden kann, sind sich Martin Tröndle und Susanne Keuchel in „Der Trend zum Event“ einig. Das Ritual des klassischen Konzerts schrecke junge Menschen ab und führe dazu, dass das Publikum immer mehr altere.²⁴² Keuchel liefert dabei einige Empfehlungen, wie dieser Prozess gestört und das Interesse der Jugend auf Musik gelenkt werden könnte.²⁴³ Als Basis nennt sie die kulturelle Bildung. Musizieren in der Jugend sei eine Investition in das Konzertpublikum von morgen. Zu beachten sei auch der Bedarf an kombinierten Freizeitangeboten, die eine Reaktion verlangen: gesellschaftliches Beisammensein bei kulinarischen Genüssen widerspricht nicht der Musikaufführung und behindert diese nicht. Weiters erwähnt Susanne Keuchel die durch Medien und Freizeitindustrie veränderten Seh- und Erlebnisgewohnheiten, die den Wunsch nach optischen Reizen und ungewöhnlichen Veranstaltungsorten mit sich brächten und das Konzert zeitgemäßer machen könnten. Generell sei am Veranstaltungsformat anzusetzen was den Gesellschaftsfaktor betonen und das Publikum herausheben soll. Es gelte jedoch, spezielle Formate nicht oft zu wiederholen,

²⁴⁰ <http://freigeist.raetia.net/2010/06/12/>, 11.11.2012.

²⁴¹ vgl. Keuchel in: Tröndle, 2009, S. 96ff.

²⁴² vgl. Keuchel in: Tröndle, 2009, S. 96f.

²⁴³ vgl. Keuchel in: Tröndle, 2009, S. 96ff.

um den Reiz des Besonderen zu erhalten.

Vor dem Hintergrund der geschichtlichen Entwicklung des Konzerts betrachtet, stellen kombinierte Freizeitangebote keine Neuigkeit dar. Das Essen und Trinken während eines Konzerts ist heute zwar unvorstellbar und würde den Zorn einiger Besucher hervorrufen, doch: Verhaltensweisen wie diese, waren zu Beginnzeiten des Konzerts selbstverständlich. Dennoch galt das Konzert als gesellschaftliches Ereignis, als Treffpunkt zum Austausch von Neuigkeiten. So wird 1783 in einem Bericht ein Konzertunternehmer erwähnt, der sich viel Mühe gebe: „[...] um die Beförderung der Kunst und das gesellschaftliche Vergnügen in seiner Stadt. [...] und sorgt sogar dafür, dass die auswärtigen Musici das Entreegeld erhalten, dass ein benachbarter Büttner den Trankverlag über sich nehme, dass es an Ruheplätzen und Kanapees nicht fehle und sogar unweit des Gartenhauses eine Eisgrube sey, worin die Getränke aufbewahrt werden können.“²⁴⁴ Gratis Getränke und eine gemütliche Atmosphäre lockten also zum Konzertbesuch und gestalteten die Aufführung mit. Das Publikum als Subjekt und die Musik als Objekt, das zur Vergnügung und Bildung dargeboten wurde – diese Einstellung änderte sich spätestens gegen Ende der Wiener Klassik und brachte das heute bekannte Format des Konzerts mit sich. Keuchel dazu: Das Konzertformat des konzentrierten, analytisch hörenden Konzertbesuchers, der den Blick schweigend und sitzend über einen längeren Zeitraum frontal zur Bühne richtet, ist also nur ein Modell unter anderen und sollte durchaus im Rahmen sich wandelnder gesellschaftlicher Bedingungen auch in Frage gestellt und verändert werden können, so lange man das Interesse an der Musik dadurch nicht nur bewahrt sondern auch im gesellschaftlichen Leben lebendig halten kann.²⁴⁵ Auch Peter Schleunig spricht in „Kanapees und Eisgetränke“ das Thema der Körperlosigkeit in Zusammenhang mit dem „klassischen“ Konzert an. Während ein Rockkonzert Platz für freie Bewegung und Sprechen biete, sei beides im Konzertsaal verpönt. Dem könnte man mit der (Nicht-) Verstärkung der Musik entgegen, die ein solches Verhalten erzwingt. Was Schleunig jedoch proklamiert, ist die Orientierung des Interesses mehr in Richtung Publikum zu lenken: nicht die klassische Musik, sondern das Publikum

²⁴⁴ Schleunig in: Tröndle, 2009, S. 203f.

²⁴⁵ Keuchel in: Tröndle, 2009, S. 97f.

muss beworben werden. Denn „im Zeitalter von Jugendlichkeit, Fitness, Jogging, Events und Bilderflut“ löse „stummes Ausharren in Sitzreihen mit Blick auf weiße Wände und schwarz gekleidete Arbeitende“ keinen Besucheransturm mehr aus.²⁴⁶ An Konventionen und Rituale anknüpfend, nennt Elena Ungeheuer die Anpassung der im Konzert vorherrschenden Verhaltenskonventionen an die Zeit als ein Mittel zur Krisenbekämpfung und beschreibt die Konventionen vor allem mit einem Stichwort von Hans Neuhoff als Affektkontrolle. Szenenapplaus wie zu früheren Zeiten oder ein Auflockern des Dresscodes sowie eine Distanzverkleinerung zwischen Interpret und Publikum seien bereits im Konzertwesen angekommen und würden in unterschiedlicher Ausprägung eingesetzt.²⁴⁷

Auch hier tritt das Event in Erscheinung, oft in Form des Veranstaltungsortes. Denn neben den Ritualen stellt auch die Wahl des Ortes einen wesentlichen Parameter in Zusammenhang mit dem Aufführungsformat dar. Hier zeigt sich der Trend in erster Linie durch die Intention, Neues, Einmaliges zu bieten um dem Konzert einen neuen Anstrich, einen neuen Charakter zu verschaffen und somit eine gewisse Zeitgemäßheit herzustellen. Nicht nur eine lockere Atmosphäre kann dabei ansprechend sein, sondern auch die Außergewöhnlichkeit der Location. Elena Ungeheuer spricht in diesem Zusammenhang von einem neuen Trend zum alten Selbstverständnis des Konzerts als gemeinschaftlicher Erlebnisort und rückt Eventfaktor, Originalität und Variantenreichtum als Konzept in den Mittelpunkt. Auch das Exklusive gewinnt im Gegensatz zum allgemein Zugänglichen an Bedeutung, wobei das Gemeinschaftserlebnis dennoch ein wichtiger Faktor bleibt.²⁴⁸

Das wohl bekannteste Beispiel eines Klassikkonzerts in außergewöhnlichem Rahmen ist die Berliner Yellow Lounge, die das Klassikkonzert zum Event macht. Eine Verlegung des Konzertsaals in den Wirkungsbereich der Jugendlichen: in Clubs. Die Idee dahinter: „klassische Musik begeistert auch außerhalb des Konzertsaals, gut gelaunt und völlig entspannt im Club“²⁴⁹, so wird es auf der Website angeführt. DJs legen die Musik auf und präsentieren klassische Musik mal anders, bei Kommunikation und Getränken. Höhepunkt

²⁴⁶ Schleunig in: Tröndle, 2009, S. 202ff.

²⁴⁷ vgl. Ungeheuer in: Tröndle, 2009, S. 130ff.

²⁴⁸ vgl. Keuchel in: Tröndle, 2009, S. 91.

²⁴⁹ www.yellowlounge.de/idee, 1.2.2013

des Abends bildet ein Live-Act mit namhaften Musikern der Szene wie Hilary Hahn oder Daniel Hope.

Konzerte an ungewöhnlichen Orten wie Elektrizitäts-Umschaltwerke, historische Bunker, Flughafen-Hangar oder ein leergepumptes Schwimmbad²⁵⁰ tragen nicht nur den Eventfaktor in sich und ziehen somit die Aufmerksamkeit – speziell der Jugendlichen, die Einzelereignissen oder Events eher beiwohnen als sich in einer Veranstaltungsreihe an etwas zu binden – leicht auf sich. Oftmals zielen sie auch auf die Erschließung eines neuen Konzertpublikums ab. Mittels geeigneter Marketingaktionen werden Besucher erreicht, die unter anderen Umständen ein Konzert dieser Art nicht besuchen würden.²⁵¹ Jedoch werden diese Besucher in den wenigsten Fällen zum zukünftigen Klientel von „Standardkonzerten“.

Ein hoher Stellenwert wird beim Event neben außergewöhnlichen Orten generell auch dem Gemeinschaftserlebnis zugeschrieben. So wird beispielsweise ein Public Viewing – ob im Sport oder auch kulturellen Ereignissen wie den Bayreuther Festspielen positiv angenommen.²⁵²

Die genannten Ansichten und Konzepte decken sich mit einer Forschung des Zentrums für Kulturforschung 2005, die eine Übersicht der bevorzugten Veranstaltungsformate hervorbrachte. Unterteilt werden die Befragten in Altersgruppen: Jugendliche unter 25 Jahren, 25 bis 40-Jährige und 50 Jahre und älter. Wenig überraschend wird bei der Befragung in allen Gruppen an erster Stelle „Locker mit Essen und Trinken“ genannt. Weiters stark vertreten ist bei den über 50-Jährigen „Im kleinen Personenkreis“, bei den Jugendlichen befinden sich Events an zweiter Stelle, gefolgt von Club, Messen und verschiedenen Orten gleichzeitig. Ähnlich auch das Ergebnis für die 25- bis 49-Jährigen.²⁵³ Dieses Ergebnis könnte Grund genug sein, sich im Bezug auf die sogenannte Krise der klassischen Musik, mit diversen Parametern auseinanderzusetzen, die in Zusammenhang mit der Aufführungskultur stehen. So gilt es, den Veranstaltungsort als sozialen Ort zu untersuchen: ist der Konzertsaal noch zeitgemäß in Anbetracht der oben genannten Studie? Entspricht die Architektur der traditionellen Konzertsäle in akustischer Hinsicht

²⁵⁰ vgl. Ungeheuer in: Tröndle, 2009, S. 138.

²⁵¹ vgl. Ungeheuer in: Tröndle, 2009, S. 139.

²⁵² vgl. Keuchel in: Tröndle, 2009, S. 92.

²⁵³ Zentrum für Kulturforschung in: Tröndle, 2009, S. 91.

der Kompositionsweise von zeitgenössischer Musik? Welche Rolle spielt das Repertoire? Martin Tröndle fügt zu genannten Parametern das Konzert als performatives und rituelle Ereignis hinzu, das hinterfragt werden soll. Ebenso müssten Ergebniszeit, Ergebnisdauer und Ergebnishäufigkeit oder Hörgewohnheiten diskutiert werden, um neue Aufführungskonzepte definieren zu können.²⁵⁴

Das Event als Retter der Krise des klassischen Konzerts ist umstritten. Kritisiert wird das Suggestieren eines Erlebnisfaktors und der Einmaligkeit, das Abzielen auf die sogenannte Spaßgesellschaft und das Fehlen von Inhalten. Positiv hervorgehoben werden Überlegungen hinsichtlich einer zeitgemäßen Aufführungskultur in Zusammenhang mit dem Event, sowie marketingtechnische Maßnahmen zur Publikumsfinden und -gewinnung.

Das Event ist nicht die Lösung noch der Zerstörer der Aufführungskultur – beitragen kann es möglicherweise zu beidem.

²⁵⁴ Tröndle, 2009, S. 36.

5 Conclusio

Mehrere parallel laufende Entwicklungen führten zu den ersten Formen des Konzerts als musikalische Veranstaltung, das seine Wurzeln bereits in der Antike trägt. Eng verbunden mit gesellschaftlichen Interessen, entwickelte sich das Konzert zu einem Treffpunkt, der nicht nur musikalische sondern auch soziale Themen in den Vordergrund stellte. Immer mehr gewann das Konzert an Bedeutung: wer zum Konzert kam, galt als nobel und gebildet. Man kleidete sich elegant und zeigte, was man hatte. Diese Form des Konzerts, die ihre Blüte Anfang des 19. Jahrhunderts trug, ist, mit all seinen Konventionen, im Großen und Ganzen bis heute erhalten.

Mit der Entwicklung des Konzerts geht auch der Bau der Konzertsäle einher, der nach den jeweiligen Bedürfnissen Veränderungen erfuhr. So spiegelt der klassische Konzertsaalbau wie etwa nach dem Typ der „Schuhschachtel“ die Aufmerksamkeit auf Musiker und Dirigent wider, während Mehrzweckhallen, der Zeit des Baus entsprechend, vorwiegend praktisch ausgerichtet sind oder neue Bauten durch Attraktionen oder einen Erlebnisfaktor locken und Komfort von Einkaufsmöglichkeiten bis zur Cafeteria bieten und zum Verweilen einladen.

Ausgehend von einer sogenannten „Krise des Konzerts“ oder „Krise der klassischen Musik“, deren Zeichen sich in der Alterung des Publikums bzw. dem Fernbleiben des Nachwuchses zeigen, werden Ursachen und Gründe gesucht, die nicht lange auf Reaktionen warten lassen.

In diesem Zusammenhang verweisen Experten oft auf die Aufführungsform, die in einer immer schnell-lebigeren Gesellschaft nicht mehr zeitgemäß scheint. Hier lassen sich unter anderem folgende Reaktionen oder Strömungen erkennen:

Das Audience Development beschreibt die strategische Entwicklung neuen Publikums für Kultureinrichtungen (Stichwort Publikumsbindung) und stützt sich dabei auf Werkzeuge des Kulturmarketings, der PR, Besucherforschung oder Kulturvermittlung.

Eng mit diesen Methoden verknüpft, möchte die Musikvermittlung über den Weg der kulturellen Bildung Brücken bauen und Musik im Rahmen von Workshops, inszenierten Konzerten oder konzeptueller Arbeit greifbar und

verständlich machen. An der Schnittstelle von Kunst und Bildung setzt Musikvermittlung an und lädt zur Beschäftigung und Auseinandersetzung mit Musik ein, um dabei unterstützend zu begleiten.

Teil der Musikvermittlung ist auch die Einbeziehung neuer Räume. In diesem Zusammenhang stellen diese eine Möglichkeit dar, Musik an anderen Orten zu erleben und die Menschen dort abzuholen, wo sie sich befinden und nicht nur das ohnehin musikkaffine Publikum zu bedienen, sondern auch jene anzusprechen, die bis dato keinen Zugang zur Musik gefunden haben. Unabhängig davon stellen neue Räume einen weiteren Weg der Auflösung alter, starrer Formen der Aufführungsform dar. Die Veränderungen akustischer Voraussetzungen, besonders in der zeitgenössischen Musik, ebenso wie die Realisierungsmöglichkeiten bei selbiger, bedürfen neuer Räume und stehen somit auch in Zusammenhang mit einer veränderten Aufführungsform.

Der Trend zum Event. Was beinahe schon zum Unwort geworden ist, bezeichnet den Ruf nach dem totalen Erlebnis. Etwas besonderes, das man nicht verpassen darf, das alle Sinne anspricht, etwas Außergewöhnliches und Einmaliges – das alles beschreibt ein Event. Kritik wird schnell wach und spricht von Popularisierung, effekthaschenden Marketingaktionen und Verkaufsstrategien. Im Gegensatz dazu gilt das Event jedoch auch als Chance für die Aufführungskultur. Neue Formate bieten Möglichkeiten, mit der Zeit zu gehen und sich an das ständig verändernde Freizeitverhalten der Gesellschaft und deren und Gewohnheiten anzupassen bzw. an die Materie heranzuführen. Einhergehend mit der Einbindung neuer Locations sollen Events die klassischen Aufführungsformen auflockern und Neues kreieren.

Die vorliegende Arbeit hat einen kurze Abriss über die Geschichte des Konzerts aufgezeigt und führt bis zum heutigen Tag, an dem von einer Krise des (klassischen) Konzerts die Rede ist.

Die erwähnten Reaktionen sind keine Neuheiten der letzten Jahre sondern haben sich über mittlerweile Jahrzehnte hinweg kontinuierlich entwickelt.

In der Darstellung fällt auf, dass das („klassische“) Konzert heute jenem vom Anfang des 19. Jahrhunderts ähnelt – und somit den Schein eines Stillstandes erweckt – während die Form davor zahlreichen Änderungen und Weiterentwicklungen unterworfen war. Weiterentwicklungen im großen Stil bleiben dem Konzert verwehrt, es gelten die selben Konventionen und

„Benimmregeln“.

Dennoch gibt es Bestrebungen, Strukturen zu lockern, die Aufführungsform zu verändern und in gewisser Art – ohne jedoch einen Rückschritt herbeizuführen – den Bogen zu den Anfängen des Konzerts zu spannen die zwar gesellschaftlich orientiert waren aber keineswegs den hohen Stellenwert der Musik in den Hintergrund stellten. Ergänzt durch neue Modelle und Formate soll (die klassische) Musik nach Vorwürfen der Elitarität für alle zugänglich gemacht und neue Publikumsschichten erschlossen werden. Dabei stützt man sich vermehrt auf Konzepte, die den potentiellen Zuhörer dort abholen, wo er sich befindet, und bewegt sich raus aus den Konzertsälen, hin zu neuen Orten und Räumen.

In diesem Zusammenhang soll aufgeholt werden, was in anderen Kunstsparten längst gang und gäbe ist. Erläuterungen, Erklärungen und Hilfestellungen bei Herangehensweisen für „Normalbürger“ sind beispielsweise in der bildenden Kunst längst gängig, aufgrund einer fehlenden gemeinsamen Sprache (Begriffslosigkeit aufgrund der großen Menge an Fachtermini) in der Musik jedoch noch Mangelware. In Anbetracht vieler Versuche wie Programmhefte oder Einführungen, die den Anschein erwecken, einzig für Musikwissenschaftler geschaffen zu sein, steigt jedoch die Hemmschwelle. Nicht die Publikumsorientierung „im Sinne einer geschmacklichen Anbiederung“ werde angestrebt, so Werner Heinrichs in „Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form“: „[...] Aber ich bin für eine Publikumsorientierung, wenn damit gemeint ist, Bildungsaufgaben und neue künstlerische Initiativen ernst zu nehmen, auch wenn sie scheinbar nicht in das gängige Musikleben passen.“²⁵⁵

„Man muss das Konzert verändern um es zu erhalten“²⁵⁶ meint Martin Tröndle und fasst damit die Visionen vieler zusammen. Es geht nicht darum, das Konzert zu eventisieren und ihm seinen Inhalt zu entziehen. Vielmehr gilt es, die Präsentationsform und Aufführungskultur zeitgemäß zu gestalten und der fortschreitenden Musealisierung entgegenzuwirken. Die Wege dahin sind vielfältig und reichen von ästhetischen über akustisch-architektonische bis hin zu sozialen Überlegungen und Hintergründen. Was die Wege jedoch gemein

²⁵⁵ Heinrichs in: Tröndle, 2009, S.312.

²⁵⁶ Tröndle, 2009, S. 38.

haben, ist die Einbeziehung des Publikums, das immer mehr in gewisser Art und Weise mit den Künstlern in Interaktion tritt. Mit dem Ziel, das Konzert aus der viel zitierten Krise zu führen und den Fokus auf das zu lenken, was es begründet: die Musik.

6 Literatur

ADORNO, Theodor W: „Einleitung in die Musiksoziologie. 12 theoretische Vorlesungen“, Suhrkamp, 1975

ALLWARDT, Ingrid: „Musikvermittlung“, Deutsches Musikinformationszentrum, 2010. 21. Jahrhundert: quo vadis Musikvermittlung?

BAUER, Wilhelm A. / DEUTSCH, Otto Erich (Sammlung und Erläuterung): „Mozart Briefe. W. A. Mozart. Briefe und Aufzeichnungen.“ Bärenreiter, Kassel, 1962-1975

BAUCKE, Rudolf: „„Zukunftskonzert“ – ein Symposium in Wolfenbüttel beschäftigt sich mit Musikvermittlung und Aufführungskultur“ in: NMZ, Ausgabe 6/08 – 57. Jahrgang

BEER, Axel: „Musik zwischen Komponist, Verlag und Publikum. Die Rahmenbedingungen des Musikschaflens in Deutschland im ersten Drittel des 19. Jahrhunderts“, Hans Schneider Verlag, Tutzing, 2000

BERLIOZ, Hector: „Lebenserinnerungen“, von Hans Scholz, (Hrsg.) C.H. Beck Verlag, München, 1914

EDER, Gerhard / GRATZER, Wolfgang (Hrsg.): „Der Trend zum Event. Dokumentation Saalfeldner Musiktage“, Schriftenreihe Zentrum Zeitgenössischer Musik, Bd. 3, Saalfelden, 1998

FELDMANN, Fritz: „Breslaus Musikleben zur Zeit Beethovens aus der Sicht L.A.L. Siebigk“, in: AfMw 19/20 (1963)

FURTWÄNGLER, Wilhelm: „Der Musiker und sein Publikum“, Atlantis, Zürich, 1955

GEBHART, Winfried; HITZLER, Ronald; PFADENHAUER, Michaela (Hrsg.): „Events. Soziologie des Außergewöhnlichen“, Leske + Budrich, Opladen, 2000

GLOGAU, Hans-Ulrich: „Der Konzertsaal. Zur Struktur alter und neuer Konzerthäuser“, Georg Olms Verlag, Hildesheim, 1989

HANSLICK, Eduard: „Aus dem Concertsaal. Kritiken und Schilderungen“, Braumüller, Wien 1870

HEISTER, Hanns-Werner: „Das Konzert. Theorie einer Kulturform“, Heinrichshofen's Verlag, Wilhelmshaven, 1983

HENNENBERG, Fritz: „Das Leipziger Gewandhausorchester“, Leipzig, 1984

HILLER, Johann Adam: „Wöchentliche Nachrichten und Anmerkungen die Musik betreffend“, G. Olms Verlag, Leipzig, 1767

HOFMANN, Boris: „Mitten im Klang. Die Raumkompositionen von Iannis Xenakis aus den 1960er Jahren“. Wolke Verlag Hofheim, 2008

HOPE, Daniel: „Wann darf ich klatschen? Ein Wegweiser für Konzertgänger“, Rowohlt, 2009

KEMPER, Peter: „Nur Kult lässt keinen kalt. Veranstaltungsrituale im Medienzeitalter“ in: Kemper, Peter (Hrsg.) „Der Trend zum Event“, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2001

KEUCHEL, Susanne: „Vom „High Tech“ zum „Live Event““, in: Tröndle, Martin (Hrsg.) „Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form“, transcript Verlag, Bielefeld, 2009

KNAVA, Irene: „Audiencing. Besucherbindung und Stammpublikum für Theater, Oper, Tanz und Orchester“, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien, 2009

KOLB, Andreas: „Drei Schuhschachteln und eine ältere Arena. Konzerthallen im Kräftespiel von Architektur, Akustik und Kulturpolitik“, NMZ, 09/02

KÜSTER, Konrad: „Das Konzert. Form und Forum der Virtuosität“, Bärenreiter Verlag, Kassel, 1993

LOCKEMANN, Theodor, Die Anfänge des Jenaer akademischen Konzerts, in: Festschrift für Armin Tille, Weimar, 1930

MEYER, Kathi (Hrsg.): „Das Konzert. Ein Führer durch die Geschichte des Musizierens in Noten und Bildern.“, J. Engelhorn's Nachf. Stuttgart, 1925

MORAWSKA-BÜNGELER, Marietta (Hrsg.): „Musik und Raum. Vier Kongressbeiträge und ein Seminarbericht“, B. Schott's Söhne, Mainz 1989

MÜLLER, Christian Z.; JEDELHAUSER, Julia: Musik und Architektur – ein Vergleich, Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2007

NAUCK, Gisela: „Musik im Raum – Raum in der Musik. Ein Beitrag zur Geschichte der seriellen Musik“, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, 1997

NEUHOFF, Hans: „Konzertpublika. Sozialstruktur, Mentalitäten, Geschmacksprofile“, in: Deutsches Musikinformationszentrum (Hrsg.): Themenportal Konzerte & Musiktheater, 2008

PÜHL, Harald; SCHMIDBAUER, Wolfgang: „Eventkultur“, Ulrich Leutner Verlag, Berlin, 2007

Die PRESSE, Print-Ausgabe, 17.02.2011

PREUSSNER, Eberhard „Die musikalischen Reisen des Herrn von Uffenbach. Aus einem Reisetagebuch“, Kassel 1949

REICHARDT, Johann Friedrich: „Briefe eines aufmerksam Reisenden die Musik betreffend“, 2. Teil, Frankfurt a. M./Breslau, 1776.

RÖLLIN, Anna: „Konzert und Raum. Eine Studie zum großen Konzertsaal unter besonderer Berücksichtigung des Kultur- und Kongresszentrums Luzern (KKL)“, Diplomarbeit aus IGP, Wien, 2004

SALMEN, Walter: „Das Konzert. Eine Kulturgeschichte“, Verlag C.H.Beck, München, 1988

SCHERING, Arnold: „Von großen Meistern der Musik“, Koehler & Amelang, Leipzig, 1940

SCHLEUNIG, Peter: „Kanapees und Eisgetränke“, in: Tröndle, Martin (Hrsg.): „Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form“, transcript Verlag, Bielefeld, 2009

SCHWAB, Heinrich W.: „Musikgeschichte in Bildern: Konzert. Öffentliche Musikdarbietung vom 17. bis 19. Jahrhundert“, VEB Deutscher Verlag für Musik Leipzig, 1971

SCHWANSE, Ulrike: „Auf der Suche nach einem jungen Konzertpublikum. Eine Studie zu Familienkonzerten in Kooperation mit Grundschulen“ in: Das Orchester 4/04

SIEBENHAAR, Klaus: „Audience Development. Oder die Kunst, neues Publikum zu gewinnen.“, Siebenhaar Verlag, Berlin, 2009

TEWINKEL Christiane: „Bin ich normal, wenn ich mich im Konzert langweile? Eine musikalische Betriebsanleitung“, DuMont Literatur und Kunst Verlag, Köln, zweite Auflage, 2005

TRÖNDLE, Martin (Hrsg): „Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form“, transcript Verlag, Bielefeld, 2009

WIMMER, Constanze: „Exchange. Die Kunst, Musik zu vermitteln. Qualitäten in der Musikvermittlung und Konzertpädagogik“ Stiftung Mozarteum Salzburg, Salzburg 2010

WHITTLESEY Christine, „Interpret und Publikum: Erwartungen und Vorurteile“ in: Dorschel Andreas (Hrsg.): „Dem Ohr voraus. Erwartung und Vorurteil in der Musik.“, Studien zur Wertungsforschung Band 44, UE, Wien.London.NewYork, 2004

ZEMANEK, Verena: „Warum ist Schönbergs Musik so schwer verständlich? Zur Beziehung zwischen dem Komponisten und seinem Publikum in Wien um 1900“, Dissertation, Wien, 2004

Lexika und Zeitschriften:

CARNER, Mosco, Artikel „Walzer“, in: Ludwig Finscher (Hg.): Die Musik in Geschichte und Gegenwart. Allgemeine Enzyklopädie der Musik, Bärenreiter, Kassel, 1968

HEISTER, Hanns-Werner, Artikel „Konzertwesen“, in: Ludwig Finscher (Hg.): Die Musik in Geschichte und Gegenwart. Allgemeine Enzyklopädie der Musik, 20 Bände, 2. neubearb. Ausg., Bärenreiter, Kassel, 1996

ZEDLER, Johann Heinrich: „Großes Universal-Lexicon Aller Wissenschaften und Künste“, Leipzig, 1739

Allgemeine Musikalische Zeitung, Breitkopf & Härtel, Leipzig, 1802

Leipziger Illustrierte Zeitung, Nr. 1614 vom 6.6.1874, Bd. 13 von 1899 und Nr. 2068 vom 17.4.1902

O.A.: „Mit Musikschulen das Konzertpublikum sichern. Nachgedanken zur Frankfurter Studie „Konzertpublikum – quo vadis?“, NMZ, Ausgabe 12/02 – 51.

Jahrgang

Der Sammler (Wien), Nr. 40 vom 2.4.1812

Internet

http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/gfta_info_sheets_nov_2012/Audience_development_and_marketing.pdf, 14.4.2013

http://www.art-magazin.de/architektur/5607/nationaloper_oslo_norwegen,
7.12.2012

<http://bfriends.brigitte.de/foren/wie-denken-sie-ueber-umgangsformen/110563-benimmfuehrer-fuer-klassisches-konzert-oper-ballett.html>, 10.8.2012

<http://www.br-online.de/kinder/fragen-verstehen/musiklexikon/2010/02899/>,
30.08.2012

<http://www.brucknerhaus.at/www1/de/service/insider.php#08>, 10.8.2012

<http://www.elbphilharmonie-erleben.de/de/>, 7.12.2012

<http://freigeist.raetia.net/2010/06/12/>, 11.11.2012

http://www.jungeohren.com/netzmagazin_beitrag.htm?ID=81&rubrik=6#collage1, 7.3.2013.

<http://www.kkl-luzern.ch/boxalino/files/BXDownloadFiles1009fileLX01.pdf>,
27.02.2012

<http://www.nmz.de/artikel/drei-schuhschachteln-und-eine-aeltere-arena>

<http://www.nmz.de/kiz/nachrichten/studie-klassische-musik-ist-blind-fuer-zukunftssorgen>, 7.12.2012

<http://oe1.orf.at/artikel/214862>, 7.3.2013

<http://www.operaen.no/>, 7.12.2012

<http://www.yellowlounge.de>, 1.2.2013