

## Enthusiasmus als Voraussetzung für selbstlose Kunstvermittlung

Dreißig Jahre Preis der deutschen Schallplattenkritik

VON LOTHAR PROX\*

**W**as macht ein Fußballspiel zu einem zauberhaften Spiel?“ Gute Frage. Für Marcel Reif, Chefkomentator der Bundesliga, gilt der unbedingte Siegeswille der Spieler, ihre Intuition, Begabung, ihr „hemmungsloser Enthusiasmus“ (*Chrismon*, 06/2010). Seine Gesprächspartnerin Felicitas von Lovenburg, Rezensentin der *FAZ*, sieht keine Parallele, den Zauber großer Literatur zu erklären: „Toll! Alles, was Sie sagen, ist für jeden Fußballfan unmittelbar anschaulich. Die Codes, die Sie verwenden, werden von Millionen verstanden. Diese Transparenz ist jedoch in der Literaturkritik schwieriger herzustellen. Natürlich kann ich mich auf einen Kanon beziehen, kann sagen: Das erinnert mich an X, hier sehe ich Einflüsse von Y. Aber das Publikum, das all diese Verweise, alle Codes versteht, ist kleiner geworden. Eine Sendung wie das Literarische Quartett könnte es heute wohl nicht mehr geben. Nicht nur, weil es keinen zweiten Marcel Reich-Ranicki gibt, sondern weil es weniger Menschen gibt, die sich sagen: Ich setze mich anderthalb Stunden vor den Fernseher, ich kenne zwar keines der Bücher, über die da gesprochen wird, aber ich finde die Auseinandersetzung darüber wichtig.“

Wie unzeitgemäß ist dagegen die Gründung eines „Phonographischen Quartetts“, jüngstens vom Jurygremium Preis der deutschen Schallplattenkritik e. V. aus der Taufe gehoben? Der Zusammenschluss von rund einhundertvierzig namhaften Musikkritikern, Journalisten und Musikexperten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz erfolgte vor dreißig Jahren mit dem Ziel, auf dem Musikmarkt eine qualitative Orientierung zu geben. Heute, da bei zehntausenden Neuerscheinungen pro Jahr eine Übersicht nicht mehr gegeben ist, erweist sich diese Aufgabe als dringender denn je. Offensivspiel ist angesagt. So tritt der Verein künftig stärker mit verschiedenen neuen Projekten vor die Öffent-



**„Fast scheint es, dass nur noch ein Star wird, wer aussieht wie ein Supermodel, und dass Schönheit mehr zählt als Können.“**

lichkeit und wird in Verabredung mit Festivals, Konzertveranstaltern und Medienanstalten das Publikum direkt ansprechen. Das Phonographische Quartett – eine „Dachformation“, die zu wechselnden Themen ihre Experten beruft – kann dafür ein Beispiel sein. So der Auftritt im Herbst beim Beethovenfest 2010 in Bonn. Vier bekannte Vertreter der Klavierjury

diskutieren auf der Basis von Vergleichs- und Verweismöglichkeiten Beethovens pianistisches Spätwerk *Diabelli-Variationen op. 120* mit erhellenden Hörbeispielen. Wenn anschließend der jugendliche Igor Levit spielt – die *FAZ* stellte ihn kürzlich als einen der großen Pianisten dieses Jahrhunderts vor –, findet das monumentale Tastenstück seine letzte Vertiefung. Gleichzeitig präsentieren sich Vertreter der Opernjury als Phonographisches Quartett beim Musikfest Stuttgart (Thema: Robert Schumanns *Faust-Szenen*). Zur Konzeption gehört, dass auch die Kollegen der U-Musik als Experten des Jazz, des Chansons oder des Blues als Vermittler auftreten und die Idee des Phonographischen Quartetts beleben.

Die herkömmlichen Aufgaben des Vereins seien kurz erläutert. Auf den vierteljährlich veröffentlichten Bestenlisten finden Musikkliebhaber, Künstler, Produzenten, Komponisten, Regisseure und Kritiker Neuproduktionen von bemerkenswerter künstlerischer Qualität, Exklusivität und hohem Repertoirewert. Neunundzwanzig Jurys zeichnen in den Bereichen von Klassik, Wort und Kabarett bis Rock/Pop seit nunmehr drei Jahrzehnten ehrenamtlich und unabhängig herausragende Neuerscheinungen des Tonträger- und Bildtonträgerangebots aus. Jeweils im Herbst verleihen die Juroren bis zu elf Jahrespreise für die besten Produktionen des zurückliegenden Jahres sowie drei Ehrenpreise an Persönlichkeiten des internationalen Musiklebens für ihre außergewöhnlichen Verdienste als Musiker oder Produzent. Erkennungszeichen für die prämierten Produktionen ist das Gütesiegel „Preis der deutschen Schallplattenkritik“, das auf den jeweiligen CD- und DVD-Produktionen zu finden ist. Die Konstanz im Streben, ein qualitatives Gegengewicht zu den medial lautstark beworbenen Produkten des Marktes zu bilden, sichert den Juroren Anerkennung und den Nimbus der Professionalität.

Aber das Publikum ist kleiner geworden, nicht nur in der Literatur-, sondern auch in der Musikszene. In dreißig Jahren, so heißt es in einer Studie, die der Kulturwissenschaftler Martin Tröndle von der Zeppelin Universität in Friedrichshafen kürzlich veröffentlichte, werde es in Deutschland viel weniger Menschen geben, die klassische Musik hören: fast ein Drittel weniger! Der Musealisierung des Konzerts und der steten Veralterung des Publikums könne man, so der Autor, mit neuen, anderen Formen der Aufführung entgegenwirken. Fraglich bleibt allerdings, ob alternative Modelle der Musikvermittlung wie Gesprächskonzerte, Einführungsreferate, Crossoverprogramme oder auch Inszenierungen von Musik in Schlössern und Scheunen zur Regenerierung der Klassikgemeinde beitragen und vor allem das Interesse der Jüngeren wecken. (Mag sein, dass auch der Jazz und die Musik des Rock und Pop – wenigstens im kompositorischen Kern – einer Stagnation ausgesetzt sind, worüber das derzeit florierende Livegeschäft möglicherweise hinwegtäuscht).

Auf dem Plattenmarkt versucht die Musikindustrie mit bisher ungewohnten Methoden ihren Verlusten entgegenzuwirken. Klassik ist der neue Pop, könnte die Erfolgsformel lauten. Fast scheint es, dass nur noch ein Star wird, wer aussieht wie ein Supermodel, und dass Schönheit mehr zählt als Können. Eine Kirsten Flagstad (1895-1962) oder Birgit Nilsson (1918-2005) auf der Opernbühne als Brünnhilde oder Isolde – heute kaum vorstellbar! Tobias Haberl in der *Süddeutschen Zeitung*: „Es kann doch nicht wahr sein, das die besten Musiker der Welt gleichzeitig die schönsten sind ... Anna Netrebko wird von Escada ausgestattet, Jonas Kaufmann von Strenesse, der Geiger David Garrett trägt ständig ein großes Kreuz um den Hals, weil er einen Vertrag mit einem Schmucklabel unterschrieben hat. Es geht um Unverwechselbarkeit. Der Künstler muss eine Marke werden, die sich abhebt, die wiedererkannt wird“ (*SZ-Magazin*, Juni 2009). Preisüberreichungen im Hollywoodstil profitieren vom laufstegtauglichen Auftritt der Stars. Die Gratwanderung zwischen Entertainment und Kunstanspruch scheint aufzugehen: Dank der chartkompatiblen Künstler verzeichnet die Klassikbranche bei der jüngeren Generation ein merkbares Umsatzplus, wobei das Wachstum zunehmend im digitalen Geschäft zu verzeichnen ist.

Skeptiker (oder sagen wir Optimisten?) zweifeln allerdings, ob die Strategie der Tonträgerbranche dauerhaft wirkt. „So viele Genies gibt es nicht“, warnt Joachim Kaiser, ebenfalls *SZ*. „Denen [er meint den Firmen; *Anm. d. Verf.*] gehen bald die Superlative aus“ (ebd.). Seit zwei Jahren – im Zeichen der großen Krise – hoffen nicht wenige Musikliebhaber, dass ein neues Bedürfnis nach Qualität die Zudringlichkeiten des Marktes relativieren könnte. Tatsächlich mehren sich Aufrufe und Initiativen, abseits der ausgetretenen Pfade Werte zu schaffen und zu verbreiten. Auch wenn man davon vergleichsweise wenig liest und hört, besteht ein eigenwilliger Drang, sich von den kommerziellen Standards der Kultur zu befreien. So beginnen große Orchester, ihre Aufnahmen selbst zu vermarkten und mit Downloadformaten über Onlineshops zu verkaufen. Kleine, unabhängige Unternehmen nutzen die Chancen des Internets und entwickeln neue Geschäftsmodelle jenseits des Gesetzes von Angebot und Nachfrage. Kunst kann heute zu minimalen Kosten eine weite Verbreitung finden.

**„Im Zeichen  
der großen Krise  
hoffen nicht wenige  
Musikliebhaber,  
dass ein neues Bedürfnis  
nach Qualität  
die Zudringlichkeiten  
des Marktes  
relativieren könnte.“**

Ein treffendes Beispiel bietet eines der interessantesten Radiounternehmen in unserem Land, der Hamburger Internetsender Byte FM. Initiator und Geschäftsführer Ruben Jonas Schnell, Jahrgang 1968, gründete Byte FM 2008 als Instanz für hochwertige Popmusik, die unabhängig, deutschlandweit und mit journalistischem Engagement agiert. Schon nach einem Jahr auf Sendung erhielt er erste Auszeichnungen, unter anderem den Grimme Online Award oder den

Hamburger Musikpreis. An seinem Projekt lässt sich die Pionierhaltung heutiger junger Unternehmer im digitalen Geschäft besonders gut verdeutlichen. Aus den einfach eingerichteten Studios im gigantischen Medienbunker am Heiligengeistfeld sendet Byte FM rund um die Uhr und ist kostenfrei zu hören. Das Programm wird monatlich fünfhunderttausendmal eingeschaltet und hat täglich vierzehntausend Besucher. Anders als beim Privatrado wird keine Werbung verkauft. Die Gründer sind mit einer minimalen Einlage an den Start gegangen, unterstützt nur von einem Sponsor (Panasonic). Drei bis vier Kräften, die für die Abwicklung des Sendebetriebs kleine Honorare bekommen, stehen rund achtzig Mitarbeiter gegenüber, Autoren und DJs, die ehrenamtlich arbeiten, zumeist gestandene Musikjournalisten, die sonst im öffentlich-rechtlichen Radio auftreten. Schnell: „Wir hatten nie ein Budget für Marketing, aber wir hatten eine Idee und Leute, die sich als Macher dafür begeistern ließen. Sie bringen eigene Sendungen, die sie entweder in kleinen Heimstudios zu Hause produzieren oder direkt hier im Studio und die sie dann als Moderatoren präsentieren. Unsere Autoren, die hier Sendungen machen, haben das Gefühl: ‚Hier geht was!‘ Deshalb bleiben sie dabei.“

Enthusiasmus als Voraussetzung für zauberhaften Fußball, aber auch für die Leistung des Radiomachens oder für selbstlose Vermittlung von Kunst – eine Botschaft im aktuellen Kampf für Qualität! Im digitalen Zeitalter erreicht sie mehr Menschen denn je und selbst bei höchsten Ansprüchen immerhin die Masse der Minderheiten. ◀

[www.schallplattenkritik.de](http://www.schallplattenkritik.de)

\* Der Musik- und Medienwissenschaftler Professor Dr. **LOTHAR PROX** lebt in Bonn und ist seit 2009 Vorsitzender des Vereins Preis der deutschen Schallplattenkritik.

**DIETER BALSIES**  
VERSAND UND VERLAG

[www.tanzversand.de](http://www.tanzversand.de)

✪ Eckernförder Str. 341 • 24107 Kiel • Tel. 04 31-56 34 59 • Fax 56 83 26 • eMail: Balsies@t-online.de

**Unterrichtsmaterial**  
für Kindertanz, Volkstanz,  
Seniorentanz, Folklore, Steptanz,  
Meditativen Tanz u.v.a.

regelbare  
Musikanlagen  
CDs, DVDs

Tanzschuhe

