

# Gesicherte Randexistenz

Zur Präsenz des Neuen in der deutschen Musiktheaterlandschaft

Die neue Werkstatistik des Deutschen Bühnenvereins über die in der Spielzeit 2002/2003 von den deutschen Theatern gespielten Werke weist im Schauspiel Igor Bauersimas Stück *norway today* als das am häufigsten inszenierte Schauspielstück aus. Liegt hier somit ein Zeitgenosse vorn, scheint es im deutschen Musiktheater nichts Neues zu geben: Wie seit Jahren führt Mozarts *Zauberflöte* bei der Anzahl der Inszenierungen und der Zuschauer, gefolgt von Humperdincks *Hänsel und Gretel* und Bizets *Carmen*. Stimmt also das Klischee vom behäbigen deutschen Theatersystem, das reformunfähig und gefangen in seinen unflexiblen Strukturen an der endlosen Wiederholung des Immergleichen festhält? Das Klischee vom Theater, das auf die Finanzkrise nicht mit Innovation reagieren kann, sondern nur durch eine noch höhere Quote vermeintlich risikoloser Opernmarken wie *La Traviata* und *Norma*? Verliert die neue Musik ihre Präsenz in der deutschen Musiktheaterlandschaft?

Mitnichten! (Zum Glück.) Denn wo man auch hinschaut, ob nach Kassel oder nach Aachen, nach Würzburg oder nach Nürnberg, nach Bielefeld oder hierher nach Ulm: Jedes Theater, das etwas auf sich hält, präsentiert eine Opernuraufführung in der Spielzeit – nicht beschämt auf einer Nebenbühne als Beschäftigungstherapie für junge Ensemblemitglieder, nein, im Großen Haus, mit allem, was gut und teuer ist und großem Werbeaufwand. Warum? Haben die Intendanten plötzlich ihre Liebe zur neuen Musik entdeckt? Lechzt das Publikum nach dem letzten Hype der Musikgeschichte? Auch wieder nicht. (Leider.) Eine nüchterne Betrachtungsweise macht vielmehr deutlich, daß ein ganzes Bündel von Faktoren die fortdauernde Präsenz der neuen Musik auf deutschen Bühnen begünstigt, Faktoren, die wenig oder gar nichts mit der Qualität der betroffenen Musik zu tun haben.

## Abonnenten, Mitarbeiter, Politiker

Kein Theater, das eine Uraufführung ansetzt, tut dies in Erwartung ausverkaufter Häuser. Jedes Theater, das eine Uraufführung ansetzt,

30 ist heutzutage mit einer politischen Erwartungshaltung zu Auslastungsquoten und Besucherzahlen konfrontiert. Die Präsenz neuer Musik verhindert dies aber nicht, weil alle Häuser auf der Einnahmenseite mit Mischkalkulationen operieren. Und es ist eben kein Ausspielen der »Klassiker« gegen die »Neuen«, wenn eine Kalkulation von »zehnmal *Carmen* mit 90 % und fünfmal Uraufführung mit 50 %« eine durchschnittliche Auslastung von 77 % ergibt. Es ist auch kein Ermöglichen neuer Musik durch die Klassiker (schon gar nicht!). Es ist einfach normal. BMW verkauft auch nicht jedes Auto mit der gleichen Gewinnspanne.

Abonnenten lehnen neue Musik nicht ab (nur eine Minderheit). Betrachtet man die Situationen in den Häusern, die signifikante Einbrüche bei den Abonnenten hinnehmen mußten, etwas genauer, so findet man in kaum einem Haus das Klischee von der Flucht der Abonnenten vor der neuen Musik bestätigt. Vielmehr scheinen andere Zusammenhänge zu bestehen: Abonnenten reagieren offensichtlich empfindlich auf das Vorenthalten von Genuß und noch empfindlicher auf provozierende Inszenierungen, die die Erwartungshaltung des bürgerlichen Publikums denunzieren. Auch der Abonnent an mittleren und kleineren Häusern spielt nicht die »Klassiker« gegen die »Neuen« aus, aber er möchte bei *Carmen Carmen* erleben und bei Stockhausen Stockhausen. Und er möchte über beides reden können, was er nicht kann, wenn er nicht versteht, was auf der Bühne passiert, und was er sich nicht traut, wenn ihn das verstört hat, was er auf der Bühnen gesehen hat. Welcher Abonnent bringt heute noch die Haltung ins Theater mit, daß ihm *Troubadour*, *Norma*, *Carmen* und *Bajazzo* gefallen haben, er auf die Uraufführung aber gerne verzichtet hätte?

Mitarbeiter unterstützen neue Musik (ist ja wohl das mindeste). Auch die Orchester und Chöre haben keine Probleme mehr mit neuer Musik. Dennoch existieren Querstände. Wenn ein Haus wie Kassel *Johann Faustus* von Friedrich Schenker auf die Beine bringt, dann zeigt dies einerseits, daß mit dem Generationenwechsel in den künstlerischen Kollektiven auch ein Wandel der Einstellung neuer Musik gegenüber einhergegangen ist. Andererseits weigern sich Opernchöre zuweilen, zwischen Mozart und Puccini mal eben einen Henze oder Rihm einzuschieben, nicht, weil sie etwas gegen neue Musik haben, sondern weil sie sich gesangstechnisch und stilistisch überfordert fühlen und ihnen schlichtweg die Zeit zum Einstudieren fehlt. Schwieriger ist die Lage bei Solisten des Ensembles, wenn sie sich in ihren Verträgen zusichern lassen, daß das Haus ihnen nicht ohne weiteres Rollen in neuen Opern

Positionen sechzig

übertragen kann. Ihnen geht es nicht nur um den Zeitaufwand, sondern auch um eine ganz nüchterne Chancen-Risiken-Abwägung für ihre Karriere: Eine Hauptrolle in einer Uraufführung eröffnet weniger Chancen auf Folgeengagements an anderen Häusern als die Hauptrolle in einem Werk des Kernrepertoires.

Politiker schätzen neue Musik. (Ganz persönlich mögen sie sie häufig nicht.) Wer gibt schon gerne zu, in ein »Museum« zehnte Millionen Steuergelder jährlich zu investieren? Da ist es schon viel besser, über Subventionen für Theater als Risikoprämien zu reden und deshalb die aktive Zeitgenossenschaft des Theaters zu fordern. Und am besten ist es, einen Bezug zur lokalen Situation als willkommenen Anlaß zu finden, neue Musik zu ermöglichen. So war es hier in Ulm: 2004 feiert die Stadt den 125. Geburtstag Albert Einsteins, der in Ulm geboren ist. Und als das Theater vorgeschlagen hat, Dirk d'Ase mit der Komposition einer neuen Oper über Einstein zu beauftragen, haben die Kommunalpolitiker ohne jeden Parteienstreit und ohne jede ästhetische Vorgabe das Auftragshonorar für den Komponisten als sogenannten Sonderfaktor im städtischen Haushalt genehmigt. Und auch in Würzburg war die Stadt glücklich, daß das Mainfranken Theater als zentralen Beitrag zum 1300jährigen Stadtjubiläum die Oper *Tilman Riemenschneider* von Casimir von Paszthory als deutsche Erstaufführung realisierte.

## Sponsoren und Medien

Sponsoren sind für neue Musik zugänglich. Unternehmen suchen (richtigerweise) auch bei ihrer Kulturförderung Alleinstellungsmerkmale, und sie suchen, da sie beim Kultursponsoring in der Regel keinen materiellen Gewinn erzielen können, ideellen Gewinn, also positives Image. Genau das kann neue Musik bieten. Die Förderung einer innovativen Inszenierung eines »Klassikers« kann da mit mehr Risiko für den Sponsor verbunden sein als die Förderung einer Uraufführung. So fatal es ist, wenn Matthias Kleinert – in Personalunion einer der sieben Kuratoren des Förderkreises Freunde der Komischen Oper Berlin e.V. und Berater des Vorstandsvorsitzenden von Daimler Chrysler für den Bereich Sponsoring – nach der Premiere der *Entführung aus dem Serail* in der Regie von Calixto Bieito an der Komischen Oper Berlin öffentlich verkündet, er werde den Vorstand bitten, die finanzielle Unterstützung der Komischen Oper zu überprüfen (übrigens nicht für die Abendkasse der Komischen Oper), so wahr ist dennoch, daß das bei einer Uraufführung nicht passiert

wäre. Eine Einschränkung ist freilich zu machen: Kultursponsoring sieht zunehmend die Abgabe von Kartenkontingenten für die Kunden oder Mitarbeiter des Sponsors vor, häufig in Form von Exklusivvorstellungen nur für den Sponsor. Hier präsentiert der Sponsor seinen Topkunden natürlich lieber *Rigoletto* als *Die Soldaten*.

Medien lieben neue Musik. Keine *Carmen*, keine *Norma* und kein *Bajazzo* bringt heutzutage ein Theater in die überörtliche Presse, den überörtlichen Rundfunk oder gar das Fernsehen. Aber wenn in Nürnberg *Wolkenstein* von Wilfried Hiller uraufgeführt wird, dann ist dem Theater eine enorme Medienresonanz gewiß und der Bayerische Rundfunk steigt als Medienpartner in das Projekt ein. Und es gibt den immer eigenartigeren Effekt, daß mit der Bedeutung der Qualität der gebotenen neuen Musik auch die Bedeutung des Urteils der Kritiker schwindet. Das gilt zuvörderst für die Politiker. Kann ein Theater vierzig überwiegend negative Zeitungskritiken nach einer Opernuraufführung vorlegen, so tritt ein ähnlicher Effekt ein wie nach einem knapp verlorenen Bundesligaspiel des SC Freiburg beim Werder Bremen: Toll, daß das ganze Land von uns spricht; nicht so schlimm, daß es wieder mal nicht zum Sieg gereicht hat. Dies gilt mit anderen Facetten ebenso für Sponsoren. Die Marketingabteilungen von Unternehmen, die für die Durchführung von Sponsorships (und nicht unbedingt für die Entscheidung über Sponsorships) zuständig sind, müssen den Unternehmensführungen in der Regel darlegen können, daß über das gesponsorte Event kommuniziert wurde, daß also ein Multiplikationseffekt eingetreten ist. Sie müssen nicht darlegen können, *wie* über das Event kommuniziert wurde, jedenfalls solange es nicht zum Skandal kommt.

## Desiderata

Die Präsenz neuer Musik in der deutschen Theaterlandschaft ist also gesichert – auch in fünf und in zehn Jahren werden die deutschen Opernhäuser Uraufführungen produzieren. Dennoch gibt es keinen Grund, in Schönfärberei zu verfallen. Schon im System steckt das Problem, daß Uraufführungen zwar erleichtert werden, aber diese nach wenigen Aufführungen regelmäßig in Vergessenheit geraten. Was fehlt, sind also die Wiederaufführungen von neuen Musiktheaterwerken und damit eine Repertoirebildung des Neuen. Insofern ist die deutsche Erstaufführung von *Der Riese vom Steinfeld* von Friedrich Cerha in Krefeld und Mönchengladbach ein Ausnahmefall. Sie zeigt auch, daß Medienresonanz und Imagege-

# pyramidale 3 musik – mathematik der gefühle

ein interdisziplinärer abend zeitgenössischer kunst

sonnabend  
23. oktober 2004  
beginn 18 uhr

ausstellungszentrum  
pyramide

riesaer straße 94  
12627 berlin

tel.030 / 902934131

verkehrsanbindung:

u5, tram 6,18,

**Zeitzeichen**  
konzertinstallation  
für 21 instrumente und  
7 cd-player (UA) von:  
susanne stelzenbach  
und ralf hoeyer

**short emotions**  
kompositionen (UA)  
für streichquartett plus  
saxophonquartett von:  
johannes hildebrandt  
michael hirsch  
ellen hünigen  
hermann keller  
max e. keller  
ulrich kriegler  
franz martin olbrisch  
sybille pomorin  
kurt dietmar richter  
rainer rubbert  
helmut zapf  
walter zimmermann

**20. jahrhundert**  
mit werken von:  
béla bartók  
giacinto scelsi  
iannis xenakis

ensemble  
piano plus  
+ gäste

ATON – saxophonquartett

wangerin – quartett

7 lehrer und 14 schüler  
verschiedener  
berliner musikschulen

sprecher: N.N.

konzept und künstlerische leitung:  
ensemble piano plus  
[www.hoyerstelzenbach.de](http://www.hoyerstelzenbach.de)

Veranstaltet von:

Bezirksamt Marzahn–Hellersdorf von Berlin, Ausstellungszentrum Pyramide  
Gefördert von: Landeskulturfonds, Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung  
und Kultur, Deutscher Musikrat

musik | fiktive dialoge | fotografie | video

winn nicht nur mit Uraufführungen zu gewinnen sind. Aber: Wo wurden eigentlich zuletzt *Die Soldaten* von Bernd Alois Zimmermann gespielt? Liegt das wirklich nur am gewandelten Zeitgeist oder an den enormen Schwierigkeiten der Partitur?

Womit wir bei einem anderen prekären Aspekt des Themas sind: Die beschriebenen Zusammenhänge erklären nur, *warum* mittlere und kleinere Opernhäuser nach wie vor neue Musik produzieren. Sie erklären nichts über die qualitative Präsenz, die neue Musik in den Spielplänen haben soll, also nichts darüber, welches Gewicht die Opernhäuser selbst der regelmäßigen Aufführung von neuem Musiktheater beimessen. Selbstverständlich ist langfristig kein Zustand wünschenswert, der neben vier kulinarische »Klassiker« einen »Neuen« stellt. Bei diesem Thema der konsequenten Durchsetzung neuer Musik beim Publikum sind zuerst die Großen Häuser gerufen. Sie verfügen zweifellos sowohl über das künstlerische als auch das Publikums-Potential. Doch hier zeitigt der Blick auf die Spielpläne weitgehend das gleiche Bild wie in der Provinz: Weit und breit ist kein Konzept für eine langfristige Verankerung von neuem Musiktheater in den Spielplänen zu erkennen. Überall werden diese wie seit jeher von den bekannten Werken beherrscht. Doch eine leuchtend Ausnahme ist (hier im Süden) nicht zu übersehen: das Staatstheater Stuttgart. Hier wird die Spielzeit 2004/2005 mit einer Wiederaufnahme des *Mädchens mit den Schwefelhölzern* von Helmut Lachenmann eröffnet, und die erste Premiere ist *Neither* von Morton Feldman. Womit eben keine Uraufführung ansteht. Aber hier hat man auch den langen Atem gehabt, seit 1991 das Publikum immer wieder und nicht nur einmal im Jahr mit neuer Musik zu konfrontieren. Wo so konsequent neue Musik gespielt wird wie in Stuttgart, geht es auch nicht mehr um die eingangs genannten Mischkalkulationen bei den Einnahmen. Stuttgart erwartet bei Lachenmann ausverkaufte Vorstellungen. Wirklich eine Überraschung, wenn ein Opernhaus hier ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen kann, von dem ein Autohersteller nur träumen könnte? ■