

Publikum stirbt aus

Klassik in der Krise

Von Volker Blech

Das Klassikpublikum wird schlichtweg aussterben, sagt Martin Tröndle. Der Kulturwissenschaftler hat noch mehr solcher gewagten Thesen parat: In seiner neuen Studie entwirft der Juniorprofessor der Friedrichshafener Zeppelin University ein Untergangsszenario für die deutschen Konzert- und Opernhäuser.

"Silbersee ist mittlerweile die gängige Metapher für das ergraute Publikum klassischer Konzerte", so Tröndle: "Veranstaltungen, die aufgrund ihrer geringen sozialen Attraktivität Jüngere kaum anziehen können." Er hat nachgerechnet und ist zum Schluss gekommen, dass "das Publikum in den nächsten 30 Jahren um mehr als ein Drittel zurückgehen" wird. Tröndle verweist auf das Durchschnittsalter des Klassik-Publikums, das in den letzten beiden Jahrzehnten um elf Jahre angestiegen sei, während dessen das Durchschnittsalter der Bevölkerung nur um 3,4 Jahre zunahm.

Anzeige

Nun gilt immer noch Winston Churchills Wort vom Misstrauen an jeder Statistik, die man nicht selbst gefälscht hat. Bekanntlich kommen verschiedene Gutachter gern zu unterschiedlichen Ergebnissen - manchmal liegt es am Auftraggeber. Allerdings ist auch das Institut für Wirtschaftsförderung Halle (IWH) zu dem Ergebnis gekommen, dass das Alter des Klassik-Publikums derzeit bei 61 Jahren liegt und aufgrund der demographischen Entwicklung weiter steigen wird.

Gibt es ein "Klassik-Gen"?

Es ist mehr eine Glaubensfrage, die sich dahinter auftut: Stammt der Gutachter aus der Pop-Fraktion, dann wird der Untergang prophezeit und mehr Education-Programme gefordert, neigt der Beobachter dem Klassikbetrieb zu, dann werden hoffnungsvoll die vielen heranalternden Senioren beschworen. Dann geht es um den zu hebenden Schatz im Silbersee. Das eigentliche Problem der Konzert- und Opernhäuser sei, so Kulturkritiker Tröndle, der mangelnde Nachwuchs in jüngeren Altersgruppen, weil diese überwiegend eine völlig andere musikalische Sozialisation erlebt habe. Nämlich Pop und Rock. Für ihn gibt es kein "Klassik-Gen", durch das man im Alter von allein auf den Geschmack für klassische Musik käme. Die Hallenser Forscher dagegen konstatieren (im Auftrag der Deutschen Orchestervereinigung in Berlin), das die künftige Hauptnutzergruppe lediglich eine andere Musik präferieren wird als die heutigen Hauptnutzer. Kurskorrekturen sind nötig. Der Kulturgänger der Zukunft wird nämlich ganz selbstverständlich Angebote aus dem Pop-, dem Kino- und dem Klassikbereich miteinander mischen.

Längst ist an den Pop-Charts zu erkennen, wie die Grenzen im oberen Marktsegment fließender werden. Wenn der Geiger David Garrett heute in Berlin einen Echo Musikpreis erhält, dann firmiert er gleichermaßen als Klassik- und Popstar. Rocker Peter Maffay, der zugleich für sein Lebenswerk geehrt wird, ist derzeit mit einem Orchester unterwegs.

Für Tröndle ist es ein Unding, dass "das standardisierte bürgerliche Konzertwesen, dessen Höhepunkt zwischen 1870 und 1910 lag, bis in den Gegenwart hinein den Musikbetrieb" dominiert, obwohl sich die Rahmenbedingungen wie die Arbeitswelten und Lebensmodelle verändert hätten und die technische Reproduzierbarkeit von Musik längst zum Alltag gehört. Für ihn hat sich das Theater durch seine Regisseure und die Bildende Kunst durch ihre Kuratoren besser in die Gegenwart hinein vermittelt. Er fordert neue Aufführungsformate. "Man muss das Konzert verändern, um es zu erhalten."

Das klingt businesshaft griffig, wird allerdings in Berlin sowohl an der Philharmonie als auch am Konzerthaus schon seit Jahren hinterfragt und praktiziert. Sebastian Nordmann, der neue Konzerthaus-Intendant, führt in der nächsten Spielzeit neue Konzertreihen ein, in denen junge Virtuosen-Idole ein neues junges Publikum ansprechen sollen. Gemeinsam wächst man heran.

Interessanterweise favorisiert eine neue Studie der Münchner actori GmbH, die u.a. die Staatsoper Unter den Linden mit Sponsoring-Programmen berät, eine konservative Strategie. Die Staatsoper wie auch die Berliner Philharmoniker müssen demnach ihre Premiummarken pflegen. Nur diese wird künftig die Großsponsoren anziehen - kleineren Kultureinrichtungen stehen schwere Zeiten bevor. Wobei das Gutachten - und das ist eine Lehre aus der aktuellen Finanzkrise - den Premiummarken empfiehlt, in ihrem Portfolio der Sponsoren auf einen guten Mix zu achten. Insgesamt gilt, dass das bürgerliche Publikum aufgrund seines höheren Einkommens und Bildungsstandes in Krisenzeiten stabilisierend wirkt. Empfohlen wird, zielgerichteter auf die Gewohnheiten der Stammklientel einzugehen. Im Silbersee lässt es sich immer gut fischen.

Wobei gern vernachlässigt wird, dass - auch in Berlin - die Frage der zunehmenden Altersarmut eine Rolle spielen werden. DOV-Geschäftsführer Gerald Mertens sagt, dass die Orchester durch Umstrukturierungsmaßnahmen im Konzertangebot reagieren müssen. Dazu können beispielsweise frühere Anfangszeiten gehören.