

Berthold Seliger

Wer hört warum heute noch klassische Musik?

Anna Netrebko sitzt in Werbespots nackt in der Badewanne und trällert ihre Opernarien; ein hübscher junger Chinese spielt im Atrium des KaDeWe Chopin; die Pianistin Hélène Grimaud versieht ihre Alben mit Übertiteln wie »Credo« und gibt sich ansonsten als die, die mit den Wölfen heult; der »Sony«-Konzern verbindet Mozart mit kubanischer Musik, »Mozart Meets Cuba«, und die zweitklassigen Feuilletons jubeln: »Don Giovanni und Zauberflöte mit afro-kubanischem Feuer« (»Welt Kompakt«). Die klassische Musikszene scheint längst angekommen in der modernen Eventkultur. Betrachtet man die Klassikszene jedoch näher, wird man unsicher und weiß nicht so recht, ob da die Protagonisten der Kulturindustrie eine Erfolgsgeschichte schreiben oder Verzweiflungstaten unternehmen, weil ihnen ihr Klientel wegstirbt. Wer also hört heute noch klassische Musik, und warum?

Seit 1990 liefert das »Kulturbarometer« des »Zentrums für Kulturforschung« (ZfKf) anhand von regelmäßig bundesweit durchgeführten Repräsentativumfragen aktuelle Meinungsbilder zu grundsätzlichen oder spezifischen Themen der kulturellen Bildung und Kulturpolitik. Das »8. Kulturbarometer« ist 2005 erschienen und gibt einige interessante Aufschlüsse über den Zustand der klassischen Musik hierzulande. Wenig überraschend konstatiert das ZfKf etwa einen leichten Publikumsrückgang bei Konzerten der klassischen Musik innerhalb der letzten zehn Jahre, vor allem aber einen drastischen Nachwuchsschwund (während der Rock-Pop-Bereich in allen Altersgruppen hinzugewinnt). 86% der repräsentativ Befragten haben in den letzten zwölf Monaten gar keine Opern- oder Ballettaufführungen besucht, 87% gar keine Symphoniekonzerte, 89% gar keine Kammermusikkonzerte, Klavier- oder Liederabende. Wesentlich dra-

stischer fallen allerdings noch die nach Alter getrennten Zahlen aus: 94% der unter 25-Jährigen haben im letzten Jahr weder Operaufführungen noch Symphoniekonzerte besucht (bei den 25- bis 49-Jährigen sind es 88% bzw. 90%). Der Besucherrückgang bei jüngeren und mittleren Altersgruppen ist in Ansätzen bereits seit den sechziger Jahren zu beobachten: »Lag beispielsweise der Anteil der 40-jährigen (und Jüngeren), die mindestens einmal jährlich eine Oper besuchten, 1965 noch bei 58%, liegt er heute nur noch bei 26%« (ZfKf).

Interessant sind aber auch zwei andere Aspekte, die weder der Kulturpolitik noch der musikalischen Bildung der bundesrepublikanischen Gesellschaft ein gutes Zeugnis ausstellen. Erstens: Die Häufigkeit des Besuchs von Musikveranstaltungen hängt direkt mit der Schulbildung zusammen. Jeweils 92% der Befragten mit »niedriger Schulbildung« haben im Vergleichszeitraum weder eine Opern- oder Ballettaufführung noch ein Symphoniekonzert besucht, während dies nur noch bei 71% bzw. 69% der Befragten mit einer hohen Schulbildung der Fall war. 77% der Befragten mit niedriger Schulbildung waren noch nie in ihrem Leben in der Oper, während es bei denjenigen mit hoher Schulbildung »nur« 37% sind. Zweitens: Die Häufigkeit des Besuchs von Musikveranstaltungen hängt direkt mit dem Nettoeinkommen des Haushalts zusammen. Wieder anhand des Beispiels »Oper und Ballett« (bei Symphoniekonzerten oder Kammermusik ergibt sich Ähnliches): 89% der Befragten mit einem Nettohaushaltseinkommen unter 2000 EUR waren in den letzten 12 Monaten nicht in der Oper, aber nur 63% der Befragten mit einem Nettohaushaltseinkommen von 4000 EUR und mehr. Und 69% derjenigen aus Haushalten mit einem Nettoeinkommen von weniger als 2000 EUR waren noch nie in ihrem Leben in der Oper, aber nur 35% derjenigen aus Haushalten mit einem Nettoeinkommen von 4000 EUR und mehr.

Es ist also signifikant, dass der Besuch von Oper und Konzerten mit klassischer Musik schichtenspezifisch ist – je schlechter die Ausbildung, je schlechter das Einkommen, desto seltener wird dieses Kultursegment wahrgenommen. Dass sich diese Schere in den letzten Jahrzehnten öffnet,

ist ein im wahrsten Sinne des Wortes Armutszeugnis für die Gesellschaft. Interessant ist allerdings, dass sich sowohl bei den weniger Gebildeten als auch bei denjenigen mit geringeren Einkommen die Repräsentationskultur in den Köpfen verfestigt hat, die Manipulation der Kulturindustrie also perfekt funktioniert hat: Die große Mehrheit der Befragten spricht sich etwa für eine Förderung der Kulturhäuser in großen Städten aus, etwa die Hälfte der Befragten vertritt dabei die Meinung, dass sowohl die freie Kulturszene als auch die »Hochkultur« gefördert werden sollte. Selbst diejenigen, die zum Beispiel nie eine Oper besuchen werden, wollen, daß die Oper als Teil bürgerlicher Kultur existiert.

Lohnenswert ist allerdings auch ein näherer Blick auf die Motive derjenigen, die klassische Konzerte und Opern besuchen. 67% der Befragten etwa geben an, dass Kunst und Künstler »entspannen, unterhalten, den Alltag oder die Arbeit vergessen machen« sollen (übrigens eine der wenigen Zahlen, bei denen die Werte der Befragten aus den neuen Bundesländern spürbar abweichen, dort wollen gar 72% von Kunst »entspannt und unterhalten« werden). 58% der Befragten wünschen sich von der Kunst, dass sie »Schönes, Ästhetisches herstellt, das Ohr erfreut, die Freizeit verschönert«. Nur 28% verlangen von der Kunst, dass sie »die Wirklichkeit, die heutige Zeit abbilde und widerspiegele«. Bereits Adorno hat diesen Typus des Musikhörers beschrieben, »derjenige, der Musik als Unterhaltung hört und nichts weiter«. Diesem »Unterhaltungshörer« ist demnach »psychologisch eigentümlich die Ich-Schwäche (...) Kritik an der Sache ist ihm so fremd wie die Anstrengung um ihretwillen. Skeptisch ist er bloß gegen das, was ihn zur Selbstbesinnung nötigt.« Dieser Musikhörer dürfte heute wie vor fünfzig Jahren derjenige sein, der vornehmlich die klassischen Konzertsäle und Opernhäuser bevölkert; sein Kulturkonsum dient der schichtspezifischen Selbstvergewisserung, er »konformiert musikalisch so wohl auch in der Realität einer jeglichen Herrschaft, die seinen Konsumentenstandard nicht gar zu offensichtlich beeinträchtigt«.

Allein, das Problem für diese Art Hochkultur ist ein biologisches: Der

klassische Unterhaltungshörer stirbt aus. Auch die gestiegene Lebenserwartung kann nicht langfristig die klassischen Kulturtempel füllen. Wie reagiert nun die Kulturindustrie? Ganz so, als ob die Manager der Kulturkonzerne Adorno verinnerlicht hätten: »Sie fügen Altgewohntes zu einer neuen Qualität zusammen. In all ihren Sparten werden Produkte mehr oder minder planvoll hergestellt, die auf den Konsum durch Massen zugeschnitten sind«, heißt es in Adornos Vortrag »Résumé über Kulturindustrie«, gehalten beim Hessischen Rundfunk 1963. Und weit-sichtig merkte Adorno an, dass die Kulturindustrie auch »die jahrtausendelang getrennten Bereiche hoher und niederer Kunst zusammen zwingt. Zu ihrer beider Schaden. Die hohe wird durch die Spekulation auf den Effekt um ihren Ernst gebracht«. Die Kulturindustrie, die die klassische Musik vermarktet, bedient sich der Instrumente der Populärkultur: Die neuen Stars der Klassikszene werden vermarktet wie Popstars, ihre Konzerte finden unter erbärmlichen akustischen Bedingungen in großen Hallen oder Stadien statt, ihr Erfolg bemisst sich nach Quantität, nicht Qualität. Die Klassikindustrie, wie ich sie hier einmal nenne will, bedient sich dabei eines Trends, den die Kulturindustrie seit den achtziger Jahren in den westlichen Wohlstandsgesellschaften ausgebildet hat, nämlich »das ganze Leben als Erlebnisprojekt zu begreifen«, sich in seiner Freizeit »einen optimalen Erlebnisnutzen zu sichern« (Peter Kemper). Und so, wie Adorno darauf verweist, dass sich das offizielle Musikleben lediglich der aus dem neunzehnten Jahrhundert überkommenen Formen der Musikübung bedient (»Sie wollen angehäuften Schätze verwalten.«), so urteilt der britische Historiker Hugh Cunningham: »Im heutigen Freizeitverhalten gibt es nichts, was nicht schon um 1880 erkennbar gewesen wäre.« Die Eventkultur, derer sich die Kulturindustrie heute bedient, ist im Wesen nichts anderes als die römischen Wagenrennen und Gladiatorenkämpfe – nur dass sich die Kulturindustrie heutzutage internationaler Massenkommunikationsmittel bedienen kann, und insofern die Massen natürlich ungleich effektiver zu manipulieren vermag. Die Tatsache, dass immer weniger Menschen über die Bildung verfügen, die ihnen »eine vage Ahnung, dass in großer Musik Großes geschieht« (Jan Reichow) vermitteln

kann, macht sich die Kulturindustrie auf gleichsam wüste Art zunutze, indem sie mit ihren Marketingstrategien stetig neue Säue durchs mediale Dorf treibt, während Ansätze, sich mit Musik, mit Kultur intensiv auseinanderzusetzen, erschwert, ja oft verunmöglicht werden. »Die inzwischen universale Diktatur der Popindustrie ist Verfügung über das Bewusstsein derer, die ihr unterworfen sind« (Heinz-Klaus Metzger). Wobei die Klassikindustrie in diesem Sinne und ihrer heutigen Gestalt als Teil dieser »Popindustrie« verstanden werden kann.

Aber Kunst ist ja »ihrem Anspruch nach ein Gegner der Realität, der real existierenden Verhältnisse« (Metzger). Wächst also aus der im Grunde deprimierenden Situation das Rettende auch? Immer noch, sogar immer mehr wird der Ort, an dem klassische Musik stattfinden kann, wichtig. Der Moment, in dem einem alles an einem Kunstwerk sagt »du musst dein Leben ändern« (du musst die Welt ändern...), kann aus verschiedensten Gründen nur an einem Ort des Konzertes, des Live-Ereignisses stattfinden. Es gilt also, vermehrt Orte zu schaffen, die diesen Zustand wieder ermöglichen. Dies können Orte des bestehenden klassischen Musiklebens sein, die idealerweise uminterpretiert, umgewidmet werden – es können und sollen aber auch neue Orte sein, Orte, die erst entdeckt werden müssen, Orte, die sich die aktuelle Musik aneignen muss. Während die »Maschinenmusik die Menschen hineinsteigert in die Seinsart, die von morgens bis abends herrscht« (Günther Anders), geht es darum, utopische Orte zu finden und zu erfinden, in denen Zeitgenossenschaft der Kunst möglich wird, in denen die Kulturindustrie nicht manipulieren kann, in denen Auseinandersetzung wahr werden kann.

Quellen.

Theodor W. Adorno, Einleitung in die Musiksoziologie, Frankfurt/M 1975

Theodor W. Adorno, Résumé über Kulturindustrie, in: ders., Ohne Leitbild. Parva Aesthetica, Frankfurt/M. 1967

Günther Anders, Die Antiquiertheit des Menschen, Band 1, Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution, München 1956

Peter Kemper (Hg.), Der Trend zum Event, Frankfurt/M 2001

Heinz-Klaus Metzger, Man hört die Befreiung, Interview in „Konkret“ 12/2003

Kulturbarometer. Tabellenband (Bd. 8), hrsg. v. Susanne Keuchel für das Archiv für Kulturpolitik, Europäische Kulturdokumentation beim Zentrum für Kulturforschung, Bonn 2005