

Ökonomie und Musiktheater

Unter dem Titel „Wieviel Ökonomie verträgt das Musiktheater?“ brachte die Europäische Musiktheater-Akademie wirtschaftliche und kulturpolitische Themen zur Sprache (Planung und Organisation: Generalsekretärin Isolde Schmid-Reiter). Sieghart Döhning /Bayreuth hob in seinem Eröffnungsreferat hervor, dass das öffentliche Musiktheater seit seinem Bestehen die kostspieligste Unterhaltungsform gewesen sei und langfristig nie auf Subventionen habe verzichten können. Hellmuth Matiasek /München bezeichnete die gegenwärtige Situation als „größte Existenzkrise des Musiktheaters“, beherrscht von nie zuvor bestandenen Legitimierungszwängen. In diese Dramatik wollten nicht alle Teilnehmer einstimmen, aber dass ein grundsätzlicher Strukturwandel im Gang sei, zu dem auch das von Arnold Jacobshagen /Bayreuth erläuterte „Orchestersterben“ gehört, wurde weitgehend bestätigt. Rolf Bolwin /Köln führte wiederum aus, dass die ständigen Auseinandersetzungen um die Kulturinstitutionen insofern gewissermaßen imageschädigend seien, denn es seien dies generelle Probleme des öffentlichen Dienstes, die im Kulturbereich nur schneller an die Öffentlichkeit getragen würden.

In seinem historisch weitgespannten Referat setzte Peter Bendixen /Hamburg eine Kultur als Repräsentation von Macht einer Kultur als Bremse von Macht gegenüber und zeigte, dass diese Problematik bei jedem Umgang mit Geld eine Rolle spielt, eine grundsätzliche Trennung von Wirtschaft und Kultur also gar nicht möglich sei. Auch in den nachfolgenden Diskussionen herrschte Einigkeit darüber, dass eine Trennung zwischen einer funktional verstandenen Ökonomie und einer emphatischen Kultur, wie es ein Ideal des 19. Jhs. gewesen sein mochte, nicht mehr angebracht sei. Wirtschaftliche und institutionelle Bedingungen sind ebenso ein Rahmen für mögliche Ereignisse wie ein musikalisches „Werk“. Und auf jeder Ebene bleibt das Paradoxon bestehen, dass in dem, was sich als Kultur versteht, etwas erklärtermaßen „Ineffizientes“ mit großer Effizienz angestrebt wird, sei es mit dem fleißigen Üben von Musikstücken oder mit der kostensparenden Realisierung von Bühnenproduktionen. Durch den zweckgerichteten Rahmen soll gewiss nicht sein zweckfreier Inhalt wegrationalisiert werden, wie Werner Scheibenpflug /Wien bei seinem Thema Controlling betonte, aber nur eine gut verwaltete Institution kann sich gegenüber der Öffentlichkeit rechtfertigen und damit ihre Existenz behaupten. Eine Gratwanderung, die Sinnkrisen nicht lösen kann, ist dies jedoch allemal, weil die Funktionstüchtigkeit allein nicht genügt, und auch Holger von Berg /Regensburg warnte vor einer wirtschaftlich motivierten Veränderung von Traditionen, die Zwecke durch Mittel ersetzt. Allgemein beklagt wurde ein Unverständnis der Politik gegenüber Belangen der Kultur, oder die Isolation einzelner kulturverständiger Politiker in ihren Gremien. Ob dies als Bildungsmangel oder -feindlichkeit zu verurteilen oder als gesellschaftlicher Wandel zu akzeptieren sei, darüber gingen die Meinungen auseinander. Hans Herdlein /Hamburg konstatierte, dass der Dialog zur Politik vielfach abgerissen sei, und Klaus Wichmann /Berlin erklärte gar, dass die Politiker nur darauf warteten, dass Bühnen aufgrund ihrer baulichen und betrieblichen Gegebenheiten unbespielbar würden, um sie schließen zu können. Andreas Wiesand /Bonn wies darauf hin, dass Kulturpolitik heute eher ein Entscheiden bedeute statt ein Ermöglichen und es dabei große Unterschiede zwischen den Staaten und Ländern gebe. Politik will oder kann an manchen Orten nicht mehr die Tradition einer aristokratischen Oberhoheit fortführen, aus der viele der europäischen Kulturinstitutionen hervorgegangen sind. Nicht zuletzt deshalb ist eine Entkoppelung der Kulturinstitutionen von der Politik nötig, wie es vor allem mit der Umwandlung der staatlich verwalteten in selbstverwaltete Betriebe geschieht, die den Kulturinstitutionen mehr Freiheit und Motivation bringt. Kurt Schögl /Wien berichtete über die wirtschaftlich erfolgreiche Ausgliederung der österreichischen Bundestheater aus der Bundesverwaltung. Clemens Hoegl /Zürich erläuterte die Vorteile von privaten Aufsichtsgremien, wie sie die Schweizer Verhältnisse ermöglichen.

Aus europäischer Perspektive forderte Rod Fisher /London größere Flexibilität sowohl der Künstler als auch der Institutionen. Es müsse in Leute mit Ideen investiert werden statt die institutionellen Verfestigungen zu befördern. Auch international falle die steigende Zahl der außerhalb von Institutionen tätigen Kulturberater auf. Michael Roßnagl /München dagegen plädierte gerade als Sprecher eines privatwirtschaftlichen Unternehmens für die Beibehaltung etwa der Tarifverträge bei den Theatern, denn sie sicherten Kontinuität. Eine größere Flexibilität könnte diese Kontinuität zunehmend in einzelne Projektbeiträge auflösen. Und die Wirtschaft könne nicht für den Staat als Kulturträger einspringen, denn dazu sei die Steuergesetzgebung ungeeignet. Bernd Günter /Düsseldorf stellte das Theatermarketing als oftmals versäumte Vermittlungstätigkeit vor, etwa im Umgang mit Großkunden. Dabei gehe es nicht um leichte Konsumierbarkeit, sondern leichte Erreichbarkeit der Aufführung, die als Markenprodukt verstanden und angepriesen werden solle. Als geglücktes Marketing-Konzept gegenüber einem überwiegend älteren und konservativen Publikum erläuterte Patrick Schmeing /Leipzig die neu konzipierte Identität des Gewandhausorchesters Leipzig und machte glaubhaft, dass damit weder ein Produkt verraten noch ein Publikum getäuscht werde.

Koproduktionen können ökonomisch sinnvoll sein, aber ihr Sinn darf sich nicht im Ökonomischen erschöpfen – dies ergab ihre Diskussion unter den Experten. Sie müssen vor der Öffentlichkeit nicht als Zwangsfusion, sondern als geglückte Beziehung zwischen Institutionen dastehen. Und die Koproduzenten, wie Alfred Wopmann /Bregenz meinte, sollten Partner sein statt gegenseitige Auftraggeber. Haide Tenner /Wien sprach aus, was im Verhältnis zwischen Theater- oder Musikaufführungen und elektronischen Medien wohl generell gilt: Die 1:1-Übertragung funktioniert nicht mehr, es geht heute mehr um ein geschicktes „neugierig machen“. Lokale Veranstaltungen werden durch globale Kommunikation nicht ersetzt, sondern vorbereitet, um sie nicht als isolierbares „Werk“, sondern als konkretes soziales Ereignis wahrzunehmen. Und Rainer Moritz /München meinte, dass wir gerade im Zuge der Medienentwicklung nicht globaler, sondern immer lokaler werden.

[Mathias Spohr]