

## Das Gut Symphoniekonzert

Der Begriff Gut bedeutet laut Duden Besitz, der einen materiellen oder geistigen Wert darstellt. Ein Symphoniekonzert muss wohl eher dem geistigen Bereich zugeordnet werden, da materiell eigentlich nichts vorhanden ist. Vielleicht mag es sich dabei um „sich verflüchtigende Materie“ handeln, denn ist etwas am Erklingen, so ist es auch schon am Verklingen. Der Moment oder das Jetzt werden zur Hauptsache. Bei diesem Geschehen wird unsere Gefühlswelt berührt. Nach einem Konzert bleibt möglicherweise eine Erinnerung an diese Gefühle. Und vielleicht stellt sich sogar ein neues Gefühl ein.

Aus rein ökonomischer Betrachtungsweise macht ein Symphoniekonzert wenig Sinn, da man es nicht als „produktiv“ einstufen kann. Allenfalls könnten bezüglich Sinn Eingeständnisse gemacht werden, wenn man gewillt ist, das Symphoniekonzert als Beitrag an die Lebensqualität anzuerkennen. Höhere Lebensqualität wird gelegentlich auch mit Luxus verwechselt, was in wirtschaftlich schweren Zeiten als Erstes Einschränkungen unterliegt.

Folglich bestehen auch Einschränkungen für die Konzertanbieter, die als Hersteller oder Produzenten fungieren. Werden Produktionskapazitäten aufgebaut, die am Bedarf vorbeigehen, ist das ökonomische Desaster absehbar. Gerade Symphoniekonzerte unterstehen in aller Konsequenz ihren entsprechenden ökonomischen Zwängen.

Es gilt somit, sich als Anbieter mit den möglichen Abnehmern in Beziehung zu setzen. Zuerst müssen Anbieter wissen, was sie anbieten. Ein Symphoniekonzert kann schwerlich mit dem Spektakel einer Popveranstaltung oder mit dem Kribbeln beim Anblick einer gefährlichen Akrobatikdarbietung im Zirkus konkurrieren. Vielmehr müssen die Ereignisse in den Vordergrund gestellt werden, die musikalische Vorgänge im Moment des Hörens in der eigenen Innenwelt auslösen können. Es geht vorab um geistige Ereignisse, so wie eingangs zwischen materiellen und geistigen Werten unterschieden worden ist. Geistige Ereignisse können nur schlecht mit marktschreierischen Parolen feilgeboten werden. Ebenso wenig erreichen schwärmerische Anhäufungen von Gefühlsadjektiven die gewünschte Wirkung.

Denn Geist ist nüchtern. Kann man sich auf diese Nüchternheit zurückbesinnen, entsteht die Basis, auf der die entsprechenden Werte überzeugender vermittelt werden.

Aufgrund der dargestellten Vorgaben gestaltet sich effiziente Werbung für ein Symphoniekonzert als äusserst subtil. Die direkte Beziehung, das buchstäblich persönliche Ansprechen, erhält eine zentrale Rolle. Es ist eine Werbung der kleinen Schritte, die auf die Unterschiedlichkeit eines jeden Individuums abgestimmt sein muss. Im kleinen Kreis gelingt es besser, in die erforderliche Tiefe vorstossen zu können. Die Werbung der kleinen Schritte hat zur Devise: Lieber wenige beglücken als viele unterhalten. Daraus resultiert eine gewisse Exklusivität.

Exklusivität hat aber auch ihren Preis, was wohl niemand bestreiten wird. Und hier sehe ich eine mögliche Brücke zwischen anspruchsvoller Darbietung und zahlreichem Publikum. In Gesellschaft vieler gelangt man zu einem ganz persönlichen Erlebnis. Im Geistigen gibt es unendlich viel Platz, zumal wir in einer pluralistischen Gesellschaft leben, in der jede und jeder unter Geist etwas anderes versteht. Der Vorstoss in dieses Gebiet eröffnet neue Perspektiven und vor allem neue Ressourcen, die angezapft werden wollen.

Eine weitere Überlegung bezüglich der Erhaltung oder gar Entfaltung des Gutes gilt der Herstellungsweise von Symphoniekonzerten. In der Prioritätenfolge hat das Symphoniekonzert als erstes Ziel zu gelten und erst in zweiter Linie soll danach gefragt werden, wie das Konzert hergestellt worden ist. Vorrangig soll also die Qualität des Endproduktes, sprich Konzert, sein. Gedanken über das Wie der Produktion bleiben sekundär. Nicht zuletzt erschliessen unterschiedliche Produktionsweisen geistigen Vorgängen zusätzlichen Raum.

Demzufolge wäre eine Monopolproduktion von Symphoniekonzerten für die sich eröffnenden Perspektiven eher abträglich. Auf jeden Fall ist das Gewährenlassen und die Entfaltung von unterschiedlichen Orchestermodellen sinnvoll und dient letztlich der Sache, nämlich dem Gut Symphoniekonzert. Kultur lebt unter anderem auch von ihren Minderheiten und deren Unterschieden.

Abschliessend soll ein Bogen zum eingangs erwähnten geistigen Wert geschlagen werden. Es ist eine unumgängliche Arbeit, die erforderlichen Kapazitäten im geistigen Bereich aufzubauen und sich dieses Wertes bewusst zu sein. Produktionsweise wie Werbung haben sich danach auszurichten. Wird diese Dimension in den Generierungsprozess integriert, ist dem Gut Symphoniekonzert der gebührende Raum sicher.

© Daniel Schweizer, August 2004