

/// Aktivierung der kulturellen Infrastruktur Ostbayerns

DAS KONZERTHAUS BLAIBACH

BJÖRN JOHANSEN /// Das Erfolgsrezept des Konzerthauses Blaibach¹ liegt auf der einen Seite im Glauben an die Kraft und den Wert der klassischen Musik und auf der anderen Seite darin, von Anbeginn an seinen eigenen Weg zu gehen. Seit seiner Gründung im Jahr 2014 bereichert es nunmehr die Region Ostbayern mit Angeboten der Hochkultur und sorgt dafür, dass aus kultureller Sicht die Region alles andere als abgehängt ist.

Über das Abgehängtsein

In der Diskussion um die Unterschiede zwischen dem Städtischen und dem Ländlichen fällt oft der Begriff des Abgehängtseins. Doch was bedeutet es genau, abgehängt zu sein oder abgehängt zu werden? Zur Beantwortung dieser Frage müssen zwei Bereiche unterschieden werden: Es existiert auf der einen Seite der Bereich, der abgehängt wird. Er verliert den Anschluss, verlangsamt

sich und kommt eventuell sogar zum Stillstand. Ein Abstand entsteht. Auf der anderen Seite gibt es den Bereich, der weiter nach vorne strebt, der nicht langsamer wird und nicht zum Stillstand kommt. Der erste Bereich wird nicht selten dem Ländlichen, der zweite Bereich dem Städtischen zugeschrieben. Gleichzeitig erhält der erste Bereich einen negativen Beigeschmack, während der zweite Bereich überwiegend positiv



Der Sänger Thomas E. Bauer und der Architekt Peter Haimel wagten 2014 mit ihrem Konzerthaus in dem kleinen Örtchen Blaibach architektonisch wie programmatisch etwas ganz Neues. Und der Erfolg gibt ihnen bis heute Recht.

wahrgenommen wird. Das Städtische baut immerhin einen Vorsprung aus und zeigt dem Ländlichen dessen Defizite auf. Aus diesem Grund wird das Städtische oft mit Begriffen wie „Innovation“ und „Wachstum“ positiv in Verbindung gebracht – ein häufig nicht kritisch hinterfragter Gebrauch.

Oftmals wird der ländliche Bereich gegenüber dem städtischen als **ABGEHÄNGT eingestuft.**

Damit das Ländliche nicht abgehängt bleibt, muss es wieder in Bewegung kommen. Die Aktivierung kann dabei auf verschiedene Weise erfolgen, sei es durch politische Programme, unternehmerisches Investieren, gesellschaftliches Handeln oder durch geschichtliche Umbrüche, wie es in der Region Ostbayern der Fall war.

Fristete diese Region bis zur Auflösung der DDR ein Dasein am Rande der westlichen Welt und zählte zu den Notstandsgebieten Bayerns, rückte sie besonders nach dem Fall des Eisernen Vorhangs in die Mitte der Welt zurück. Es folgten positive Entwicklungen. Die Beschäftigungszahlen stiegen, da sich Unternehmen, allen voran Unternehmen der Automobilbranche, in der Region niederließen; entsprechend verringerte sich die Arbeitslosenquote und stieg die Lebensqualität in Ostbayern. Aus wirtschaftlicher Perspektive zeigt sich Ostbayern als eine der stärksten Regionen Europas und nicht mehr als eine abgehängte.²

Allerdings muss Folgendes bedacht werden: Der Begriff des Abgehängtseins reicht nicht aus, um die Vielschichtigkeit der Realität zu beschreiben. Er zeichnet vielmehr ein schwarz-weißes Bild der Wirklichkeit. Daher kann allein die Einnahme der wirtschaftlichen Perspektive kein vollständiges Bild einer Gesellschaft zeigen. Sie gibt nicht erschöpfend Auskunft über den Gesamtstatus einer Region. Denn andere Bereiche im ländlichen Raum besitzen nach wie vor einen nicht unerheblichen Abstand, wie beispielsweise ein Blick auf die medizinische Versorgung, die Mobilität oder die kulturelle Infrastruktur³ zeigt.

Über die kulturelle Infrastruktur Ostbayerns und die Praxis des Konzerthauses Blaibach

Ostbayern besitzt auch außerhalb der größeren Städte Regensburg, Landshut und Passau mit seinem Traditionsbewusstsein, Brauchtum und Vereinswesen ein reges kulturelles Leben. Allerdings besaßen die ländlichen Bereiche der Region vor 2014, dem Gründungsjahr des Konzerthauses Blaibach, in Bezug auf die Hochkultur keine Infrastruktur, um den Begriff des Abgehängtseins zu umgehen. Wie zuvor beschrieben, musste erst eine Aktivierung, ein Startschuss erfolgen, der den aktuellen Zustand verändern sollte. Dieser Startschuss ging in Blaibach von der Initiative des Architekten Peter Haimerl und dem Sänger und Intendanten Thomas E. Bauer aus, die gemeinsam mit der Gemeinde das Konzerthaus realisierten.

Thomas E. Bauer ist überzeugt, dass zunächst, um den Startschuss zu geben, ideelle und finanzielle Vorleistungen notwendig sind und erläutert: „Jeder kreative Mensch hat gute Einfälle. Der

Ideenreichtum endet spätestens dann, wenn den Selbstverwirklichern finanzielle und persönliche Substanz abverlangt wird. Erst braucht es echten Umsetzungswillen und Durchhaltevermögen, um staatlichen und privaten Förderern einen attraktiven Einstieg in das Geschehen zu ermöglichen. In anderen Strukturen habe ich erleben können, wie eine vermeintlich ‚solide Festivalplanung‘ zu Publikumsflucht und Verzweigung führen kann. Wo Austauschbares und die Betulichkeit von Gremien an die Stelle von künstlerischem Schneid treten, kann ästhetisches Wollen nicht entstehen. Erfolgsgeschichten beruhen immer auf virtuosen Veränderungen und der Konzentration auf den eigentlichen Kern.“ Und die Erfolgsgeschichte des Konzerthauses Blaibach spricht für sich: rund 100 Veranstaltungen pro Jahr, nahezu Vollauslastung, Besucher von nah und fern, renommierte Künstler und Ensembles sowie künstlerischanspruchsvolle Programme.

Mit dem Konzerthaus Blaibach startete 2014 erfolgreich die Etablierung von HOCHKULTUR in Ostbayern.

Aber wie konnte die „Konzentration auf den eigentlichen Kern“ umgesetzt werden und der genannte Erfolg entstehen? Zur Beantwortung dieser Frage soll zunächst der Kontext beschrieben werden, in dem Kultureinrichtungen wie das Konzerthaus Blaibach beheimatet sind.

Dieser wird unter anderem geprägt durch die Auswirkungen der Erlebnis- und Freizeitgesellschaft, die dazu auffordert, mehr in gleicher Zeit zu erleben.⁴ Durch diese Aufforderung und die Vielzahl an bestehenden Angeboten wird es für Kultureinrichtungen immer schwerer, Besucher zu sich zu bringen. Denn nicht selten heißt es, der Inhalt von Kunst und Kultur habe sich überholt, er erreiche die Menschen nicht mehr und sei fernab ihres Lebens. Im Falle von Konzerthäusern kann die Aufzählung sogar noch ergänzt werden um die viel diskutierte Krise der klassischen Musik. Diese Aspekte besitzen große Auswirkungen für Kultureinrichtungen. Sie sehen sich gezwungen, scheinbar findige Maßnahmen zu ergreifen, um die Besucher zu erreichen.

Und so finden sich gerade in der scharfen Konkurrenzsituation in den Städten, in denen Konzerthäuser überwiegend anzutreffen sind, diese Maßnahmen, deren Ursprung im Kulturmarketing zu finden sind und die dazu dienen sollen, für Besucher attraktiver zu werden: Yoga im Museum, Klassikkonzerte in Clubatmosphäre, Konzerte, die der Formel „X meets Y“ folgen – Klassik meets Pop, Klassik meets HipHop, Jazz meets Pop. Kurzum: Maßnahmen, die mit einem Drumherum aufgeladen werden, um Besucher anzusprechen.⁵ Diese Maßnahmen haben sich teilweise überholt, wie es auch Thomas E. Bauer darstellt: „Die Marketing-Konzepte des gängigen Kulturbetriebs, die sich vor vier bis fünf Jahrzehnten etabliert haben, bedürfen einer Revision. Sie müssen wieder unmittelbar vom Erleben auf der Bühne abgeleitet werden – nicht umgekehrt.“ Somit muss das Gelingen dieser Maßnahmen kritisch hinterfragt werden. Denn oft wird das Gelingen mit

der kulturpolitisch geforderten Kennzahl der Besuche belegt: Ist die Besuchszahl hoch – und sie wird erhöht, wenn entsprechend der Erlebnisgesellschaft vieles zu einem Ereignis wird –, muss auch die künstlerische Qualität hoch sein, so der weitverbreitete Glaube.

Kultureinrichtungen im ländlichen Raum wiederum versuchen, sicherlich auch mit den zuvor genannten Maßnahmen, den verschiedenartigen Bedürfnissen innerhalb ihres Standortes nach Klassik, Jazz, Popular- und Volksmusik, nach Kabarett- und Vereinsveranstaltungen oder nach Kunstausstellungen, gerecht zu werden. Von dieser wohlmeinenden Multifunktionalität einer Einrichtung geht allerdings die Gefahr aus, ein unklares Profil zu erlangen, am Ende statt vieler Personen nur wenige anzusprechen und das zunächst angestrebte künstlerische Niveau nicht zu erreichen. Dass den künstlerischen Inhalten in beiden Fällen nicht immer gute Dienste erwiesen werden, liegt auf der Hand.

Das Streben nach MULTIFUNKTIONALITÄT im Kulturbetrieb geht mitunter zu Lasten der Inhalte und des Niveaus.

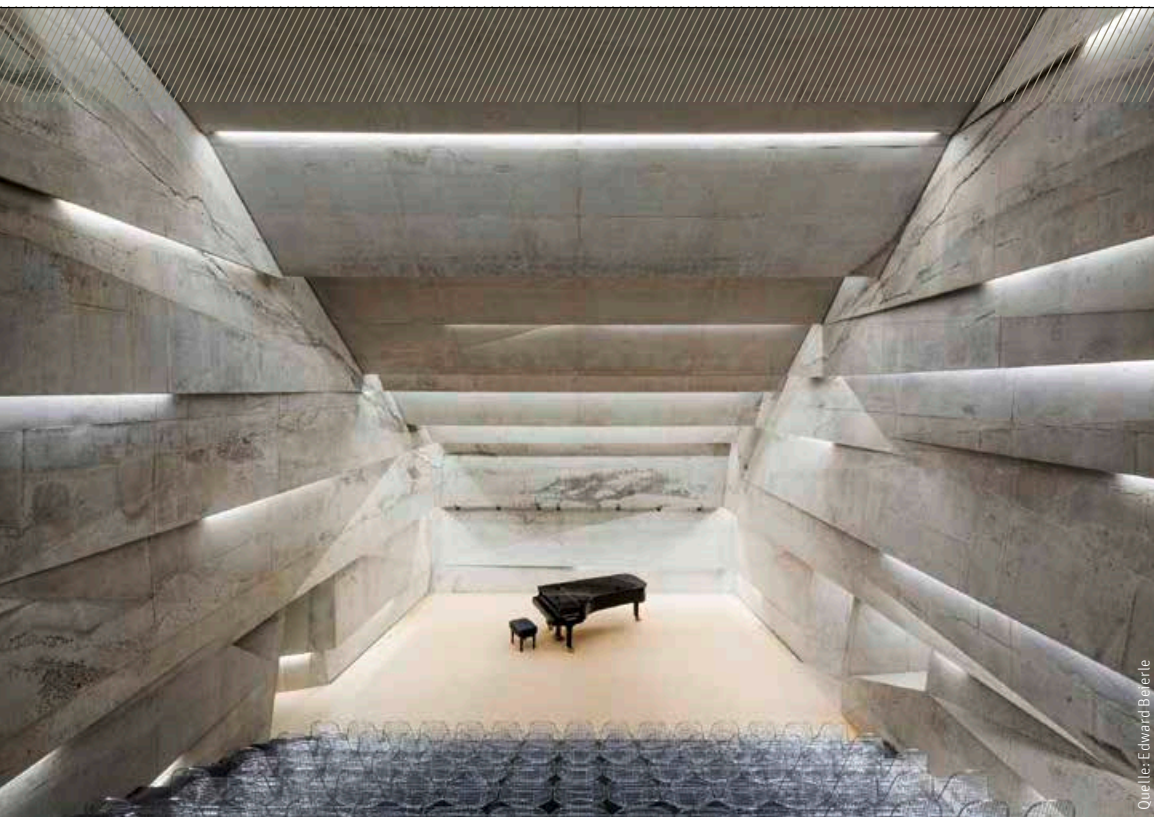
Das Konzerthaus Blaubach schlägt jedoch eine eigene Richtung ein und orientiert sich weder an städtischen noch an anderen Kultureinrichtungen ländlicher Regionen. Somit musste nach dem erfolgten Startschuss überlegt werden, wie das Konzerthaus sich in dem be-

schriebenen Kontext verhalten und wie es sich im Vergleich zu anderen Konzerthäusern aufstellen wird. Das Ergebnis: Werden der künstlerische Inhalt und auch der Besucher mancherorts unterschätzt, setzt das Konzerthaus seinen Fokus ohne Kompromiss allein auf die klassische Musik. Auf Crossover-Programme wird verzichtet, kulturvermittelnde Angebote finden kaum statt – nicht aus Geringschätzung dieser Arbeit als vielmehr aus dem Glauben heraus, dass der Besucher des Konzerthauses von der Musik fasziniert sein wird, ungeachtet der eigenen kulturellen Vorbildung. Die Musik spricht eben für sich. Um die Wahrnehmung der Besucher von der Musik innerhalb des Konzertes zu konzentrieren, wie sie bereits durch die Architektur begünstigt wird, will das Konzerthaus ab 2020 auf Programmhefte verzichten. Das Konzerthaus ist auch aus verschiedenen Gründen nicht in den sozialen Medien vertreten – eine Maßnahme –, die im Widerspruch zum Zeitgeist zu stehen scheint.

Und um die zuvor gestellte Frage nach dem Erfolg des Konzerthauses Blaubach nun abschließend zu beantworten: Der Erfolg basiert auf der reinen Darbietung der klassischen Musik auf hohem Niveau, auf dem Verzicht auf ablenkende Marketingmaßnahmen des Drumherum⁶ und letzten Endes auf der Präsentation dieser Grundüberzeugung im ländlichen Raum, ohne andere Kultureinrichtungen in diesem nachzuahmen beziehungsweise zu ihnen aufholen zu wollen.

Über den Unterschied zu anderen Konzerthäusern – ein Fazit

Ohne Frage können Klassikkonzerte auf hohem Niveau auch in Großstädten besucht werden. Dennoch investieren Besucher unter anderem rund zwei



Quelle: Edward Beyerle

Purismus nicht nur beim Programm – auch der Konzertsaal in Blaibach mit seiner schlichten, ja schon spartanischen Architektur unterstützt die Konzentration der Zuhörer auf die Musik.

Stunden in ihre Anfahrtszeit, um beispielsweise von München nach Blaibach in die Konzerte zu kommen. Wieso ist dies der Fall? An diesem Punkt entsteht ein bedeutender Aspekt: Indem das Konzerthaus seinen eigenen Weg offen und mutig verfolgt hat – trotz des einen oder anderen Widerstands, trotz des einen oder anderen Rückschritts –, realisierte es etwas, was dem Kultursektor generell guttäte. Es emanzipierte sich von gängigen Praktiken und positionierte sich eigenständig neben anderen Konzerthäusern.

Und dies ist letzten Endes der Grund, weshalb die Weichenstellung für diesen Beitrag über den Begriff des Abgehängtseins erfolgte. Würde das Konzerthaus Blaibach sich nach dem erfolgten Startschuss auf den Weg machen

und den Versuch unternehmen, in einer Aufholjagd die Abstände zu anderen Einrichtungen zu verringern, würde es entweder agieren wie Konzerthäuser in den Städten: Es müsste vielfältige Maßnahmen zur Erreichung möglichst vieler Zielgruppen umsetzen, um möglichst hohe Besuchszahlen zu erreichen und so generell zu beweisen, dass Kultureinrichtungen nach wie vor von Bedeutung sind. Oder es würde ein inhaltliches Kaleidoskop vorhalten, ebenfalls, um eine – diese Vermutung liegt nahe – möglichst geringe Angriffsfläche zu bieten und möglichst viele Personen in der Region anzusprechen. Infolgedessen würde die klassische Musik im ländlichen Raum nicht auf dem vom Konzerthaus Blaibach erreichten Niveau angeboten werden können.

**Der ERFOLG des Konzerthauses
Blaibach basiert auf der Konzentration
auf die reine Darbietung klassischer
Musik auf hohem Niveau.**

Durch die Positionierung des Konzerthauses, die letzten Endes auf dem Glauben basiert, dass klassische Musik entgegen aller pessimistischen Äußerungen auch heute noch ohne Drumherum für die Gesellschaft von Wert ist, liefert es seinen Beitrag für die Sicherstellung der kulturellen Infrastruktur in der Region und trägt dazu bei, dass die kulturelle Vielfalt, die es glücklicherweise in Deutschland gibt, auch weiter bestehen kann. Diese Richtung wird es auch in Zukunft weiterverfolgen und den hohen Anspruch erfüllen, Künstler nach Blaibach zu bringen, die dem Titel der Konzertreihe „Weltklasse im Dorf“ gerecht werden. ///



/// DR. BJÖRN JOHANNSEN
ist Kulturstrategie im Konzerthaus Blaibach.

Anmerkungen

- ¹ Informationen zum Konzerthaus Blaibach finden sich unter: www.kulturgranit.de
- ² Schmid, Katharina: Vom Armenhaus zur stärksten Wirtschaftsregion in Europa, in: Süddeutsche Zeitung, 25.4.2018.
- ³ Zum Begriff der kulturellen Infrastruktur vgl. Enquete-Kommission: Kultur in Deutschland – Kultur als Staatsziel, Berlin 2007, S. 84-87.
- ⁴ Opaschowski, Horst: Einführung in die Freizeitwissenschaft, Opladen 1997, S. 38 ff.
- ⁵ Johannsen, Björn: Strategie und Kultur – Neue Perspektiven für den öffentlichen Kultursektor, Bielefeld 2019, S. 59 ff.
- ⁶ Ders.: Auf die „Sachen selbst“ zurückgehen, in: Kulturmanagement Network Magazin 142/2019, S. 49-53.