

Das Beethovenfest Bonn

Ein Porträt von Michaela Delenk, Kulturmanagement Network, Weimar

Erfolgreiches Festival 2005

Unter dem Motto „Liberté“ begann das Beethovenfest Bonn 2005 am 8. September mit einem Open Air Konzert auf dem Bonner Museumsplatz und endete am 2. Oktober mit einem gefeierten Auftritt von Ingo Metzmaker und dem Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks sowie der Solistin Héléne Grimaud in Brahms 1. Klavierkonzert. Etwa 1600 Künstler boten 63 Konzerte an 25 Veranstaltungsorten, davon waren 42 ausverkauft - insgesamt wurde eine beachtliche Auslastung von 86 Prozent erreicht. Das mit mehr als 75 Veranstaltungen sehr umfangreiche Rahmenprogramm vertiefte den französischen Schwerpunkt.

Das diesjährige Motto „Liberté“ wies dabei auf die geistige und musikgeschichtliche Motivation des diesjährigen Festivalprogramms, die große Bedeutung der revolutionären Ideen um 1800 auf Ludwig van Beethoven und seine Musiksprache als auch auf den schöpferischen Umgang mit Beethovens Werk bis in die heutige Zeit hin. Das Beethovenfest Bonn hat im zweiten Jahr unter der Leitung von Ilona Schmiel die Zusammenarbeit mit vielen Partnern der Stadt Bonn ausgeweitet oder begonnen, so etwa mit dem Deutschen Museum, dem Bonner Kunstverein, der Bundeszentrale für politische Bildung und dem Robert-Schuman-Institut.

Das diesjährige Festival räumte auch der zeitgenössischen französischen Musik einen wichtigen Platz ein. Fünf Auftragswerke wurden für das Projekt ‚Lange Quartettnacht‘ vergeben und von überwiegend französischen Streichquartetten aufgeführt. Bereits im letzten Jahr wurde mit ‚Nacht der Klaviere‘ erfolgreich der Versuch gestartet, mit neuen Konzertformen die Zuhörer zum aktiven Element der Veranstaltung zu machen. „Dabei ist es uns besonders wichtig, zeitgenössische Werke in den Traditionskontext einzubinden und im selben Konzert immer auch ihre Wurzeln hörbar zu machen.“, so Ilona Schmiel.

Besonders begeisternd war der Aufenthalt und das Konzert mit den 220 jungen Musikern der „Jungen Philharmonie Venezuela“ unter der Leitung von Gustavo Dudamel. Insbesondere die Begegnung der Venezolaner mit gleichaltrigen Schülern in vier Schulen in Bonn und der Region hinterließ bleibende Eindrücke. Dieses Orchester ist als beispielhaft anzusehen für ein einzigartiges System, in dem durch eine Musikausbildung eine Einbettung in das soziale Netz ermöglicht wird; ca. 80 Prozent dieser jungen Musiker kommen aus den Armenvierteln des Landes.

Auch der Orchester-campus des Beethovenfestes Bonn und der Deutschen Welle, der bereits zum fünften Mal stattfand, erfreute sich regen Anklangs. Zum deutsch-polnischen Kulturjahr trat das Orchester der Musikakademie Krakau unter dem Dirigat von Wojciech Czepiel u.a. mit der polnischen renommierten Pianistin Ewa Kupiec in einem Campus-Konzert auf. Daneben gehören zum festen Rahmenprogramm auch die Jugendnachwuchskonzerte von jungen Musikerinnen und Musikern aus der Region, die parallel zum Hauptprogramm bei freiem oder sehr geringem Eintritt präsentiert werden, etwa in der Lounge am Hauptsitz der Deutschen Post. So sind Schüler der Stadt Bonn einbezogen, sie können ergänzend zu diesen Angeboten an Workshops teilnehmen und mit ausgewählten Künstlern des Beethovenfestes zusammentreffen.

Das Beethovenfest Bonn 2005 rief großes mediales Interesse hervor. 22 der 63 Konzerte wurden vom Westdeutschen Rundfunk, von der Deutschen Welle sowie von DeutschlandRadio/Deutschlandfunk aufgezeichnet. Und auch das Interesse der internationalen Presse hat zugenommen: Journalisten aus ganz Europa,

Kanada und Russland reisten nach Bonn, um über das Beethovenfest zu berichten. Als Medienpartner und einer der drei Hauptsponsoren macht die Deutsche Welle mit 80 Stunden Sendezeit das Bonner Beethovenfest zum weltweiten Ereignis. Kein Bedauern also, dass der Begriff „International“ aus dem Titel des Bonner Traditionsfestivals gestrichen wurde, „weil man längst international ist“, so Ilona Schmiel.

Internationale Beethovenfeste Bonn gGmbH

In der gemeinnützigen GmbH, die das Attribut International jedoch behielt, sind die Gesellschafter zu zwei Dritteln die Bundesstadt Bonn und zu einem Drittel die Deutsche Welle. Der Gesamtetat für alle Veranstaltungen beträgt 3,45 Millionen Euro. Etwa 36 Prozent davon sind Erträge aus öffentlichen Zuwendungen. Der demgegenüber deutlich überwiegende Anteil – ca. zwei Drittel – setzt sich aus Beiträgen von Sponsoren, Stiftungen, Spendern sowie den Einnahmen aus dem Kartenverkauf und den Medienverwertungen zusammen.

Die Intendantin

Ilona Schmiel (Jahrgang 1967) studierte Schulmusik und Altphilologie in Berlin, daran schloss sie den Aufbaustudiengang Kultur- und Medienmanagement an der Hochschule für Musik „Hanns Eisler“ Berlin an, wo sie seit 1995 auch als Gastdozentin tätig ist. Seit dem 1. Januar 2004 ist sie als Intendantin und Geschäftsführerin der Internationalen Beethovenfeste Bonn gGmbH für die Festivals 2004 bis 2007 tätig. Bereits im Vorfeld hatte sie vielfältige Erfahrungen bei der Organisation von Musikfestivals gesammelt. So bei den „Donauessinger Musiktagen“, der Institution „Ny Musikk Oslo“ sowie beim olympischen Kulturfestival in Norwegen. Als Projektleiterin war sie für die internationalen Operntourneen der „Arena di Verona“ verantwortlich. Von 1998 bis 2002 übernahm Ilona Schmiel als Geschäftsführerin der Glocke Veranstaltungs-GmbH die künstlerische und administrative Leitung des Bremer Konzerthauses „Die Glocke“. Ergänzend dazu war sie 1999-2002 Geschäftsführerin der Musikfest Bremen GmbH. Schon in ihrer Bremer Zeit setzte sie u.a. einen Schwerpunkt auf Programmkonzeptionen für ein nachwachsendes Publikum, die sie in Bonn erfolgreich weiter führt.

Kulturmanagement Network hatte während seines 8. Korrespondententreffens in Köln und Bonn die Gelegenheit, Ilona Schmiel im Endspurt des Festivals persönlich zu treffen. Als Gradmesser des Festivals stellt Frau Schmiel die internationale Etablierung in den Vordergrund, wobei man behaupten darf, dass musikalisch die Internationalität bereits erreicht ist. Das Ziel ist aber nicht, ein ‚Salzburg am Rhein‘ zu kreieren, sondern eine gute Mischung aus neugierigen überregionalen Touristen und fachkundigem regionalem wie nationalem Publikum zu schaffen. Mit dem Regierungsumzug nach Berlin fiel zwar eine bedeutende Publikumsgruppe weg, jedoch ist bei der Unterstellung des Besuchs von Amts wegen jetzt ein ‚echteres‘ Publikum vorhanden. „Und dieses muss verführt werden!“ Diesen Leitsatz benutzt Ilona Schmiel immer wieder und untermalt ihn, indem sie zum Beispiel von „weißen“ puristischen Plakaten träumt. Einfach nur das „Wann und Wo“, keine Bilder oder Erklärungen. Also die Verführung zu dem, was der potentielle Besucher nicht kennt.

Auch Sponsoren müssen in diesem Sinne akquiriert werden. Etwa die Hälfte aller Sponsoren, so Schmiel, sind eben keine ausgewiesenen Kunstkenner und setzen verständlicherweise gern auf Bekanntes und Renommiertes. Zum Sich-Einlassen auf ein ungewöhnliches und vielleicht sogar Risiko behaftetes, aber hochinteressantes Projekt kann man aber durch Überzeugung verleiten. Die

jeweilige Grundvoraussetzung dafür ist natürlich, dass die künstlerische Qualität der Angebote stimmig ist und fortwährend steigt. Somit kann das Vertrauen in den Veranstalter gestärkt werden. Der Erfolg dieser Strategie beim Beethovenfest ist messbar: die Auslastung steigt, der Sponsoringanteil ebenfalls: über 30 Prozent der Finanzierung erfolgt ausschließlich über Sponsoren- und Stiftungsbeiträge, angeworben durch persönliches Engagement der Intendantin und unterstützt durch ihr Team bei der Durchführung der jeweiligen Maßnahmen. Ilona Schmiels Anspruch ist hoch, nicht nur an sich selbst, sondern auch an ihr Publikum und das Umfeld. Sie wünscht sich eine öffentliche Auseinandersetzung mit der Kunst, die ihr verloren gegangen scheint in unserer Zeit. Das Publikum sollte eben nicht nur dort ‚abgeholt‘ werden, wo es sich gerade befindet; viele Anbieter von Kultur tun dies, ausschließlich um zu überleben. Nein, das Publikum muss den Umgang mit der Kunst wieder lernen. Hier bleibt noch viel zu tun. Die Politik sollte dabei die Attraktivität der Kunst fördern, die Presse wiederum echte Kritiken schreiben, keine Zustandsbeschreibungen. Deutschland kann sich ein Beispiel nehmen an Ländern wie Norwegen, wo eine große Offenheit für Kunst und Kultur vorhanden ist, ohne Fesseln humanistischer Art. Man gestaltet dort einfach, man wägt nicht so lange die Schwierigkeiten, mögliche Folgen und Risiken gegenüber den Erfolgchancen ab. Für all das sind mehr Kulturmanager nötig, die von Kunst und Kultur auch wirklich etwas verstehen! Ein Plädoyer für unseren facettenreichen Berufsstand.

Michaela Delenk, redaktion@kulturmanagement.net
© Kulturmanagement Network 10/2005