

# WESER KURIER

## KULTUR

**Singt Aznavour bald mit Grönemeyer? Ein betörendes Nebeneinander von Alt und Jung auf der Midem, der weltgrößten Musikmesse in Cannes**

797 words

24 January 2009

Weser Kurier

German

© Bremer Tageszeitungen AG. All rights reserved. For further information see

Von Dagmar Zurek

CANNES. Als er auf die Bühne geht, stützt sich der gebrechlich wirkende alte Mann auf einen Gehstock der besonderen Art. Auf dem prangt als silberner Knauf der Kopf Giuseppe Verdis. Nicht ohne Grund: Dem Komponisten Verdi verdankt Carlo Bergonzi viel und die Musikwelt verdankt dem Tenor noch mehr. Deshalb bekam der Jahrhundertsänger, 85, den Midem Classical Award für sein Lebenswerk.

„For lifetime achievement“ geehrt wurde in Cannes auch Charles Aznavour. Und die Pop-Ikone der 60er, Donovan, erhielt in diesem Jahr den Orden Chevalier des Arts et des Lettres. Die Midem – mutiert zur Plattform der Musik-Dinosaurier? Keineswegs. Dieses Nebeneinander von Alt und Jung, Traditionalisten und Futuristen aus der Musikindustrie wird es wohl sein, was die weltgrößte Musikmesse so einzigartig macht. Auch wenn das Ende der CD als Leitmedium greifbar nahegerückt ist, man jammert hier nicht mehr über Internetpiraterie und illegale Downloads, sondern sucht einfach nach neuen Geschäftsmodellen jenseits vom traditionellen „physischen“ Produkt der CD.

„Wir glauben an das digitale Potenzial“, sagt Midem-Direktorin Dominique Laguern. Längst ist die Messe, die als Seismograph für die gegenwärtigen Strömungen in der Musikwelt gilt, vom Marktplatz der Plattenindustrie zu einer Plattform der gesamten Musikindustrie geworden. An der auch die Auswirkungen der allgemeinen Finanzkrise nicht spurlos vorbeigegangen sind. Viel freie Fläche ist da noch in den Ausstellungshallen im Palais des Festivals direkt am Yachthafen, 1000 Aussteller weniger als im letzten Jahr kamen, und die Messe wurde um einen Tag verkürzt.

Dafür ist in den oberen Räumen des Palais umso mehr los, Synergien bilden heißt das Zauberwort. 200 Top-Entscheider der Musikindustrie und Geschäftsleute aus der digitalen Welt diskutieren hier. Über die Rettung der Branche der Musikdownloader. Darüber, wie heutzutage Superstars aufzubauen seien. Und man reflektiert über eine „Wertschöpfungskette“ innerhalb der Künstler-Fan-Beziehung.

Im Klassikbereich sind vor allem Lizenzfragen ein heikles Thema. Das Geld, das heutzutage in die Werke von Neutönern gesteckt werde, sehen die Verleger nie wieder. „Pretty lousy“ laufen die Geschäfte im Klassiksegment, wenn es nicht gerade um Übertragungen mit Villazon oder Netrebko geht.

Haben die Plattenfirmen früher noch ganze Opernproduktionen voll finanziert, so steigen sie heute nur noch mit höchstens einem Viertel der Produktionskosten ein, beklagt sich der Intendant des Opernhauses Zürich, Alexander Pereira. Im Diskussionsforum „Partnerschaft Oper und Medien“ empfiehlt er deshalb als Beispiel seine Zürcher Erfolgsmodell: Zeitgleich liefen im ersten Programm des Schweizer Fernsehens „Zauberflöte“ – Dirigent Harnoncourt, Regie Kusej – und im Zweiten Programm live eine Backstage-Reportage aus der Oper. Marktanteil: sensationell. Oder diese „Traviata“ auf dem Hauptbahnhof Zürich. Alfredo kommt an mit dem Zug, das Orchester sitzt, mit Knopf im Ohr, im Bahnhofsrestaurant. Zusammengeführt wird alles im Fernsehen.

Aber es gebe auch Grenzen, sagt Pereira. „Eine Opernübertragung aus der Arena di Verona per Fernsehen ist wohl der schlechteste Ort, seinen Kindern zu zeigen, wie ‚La Traviata‘ funktioniert“, gibt der Opernfachmann zu. Und schwärmt von jener Energie, die von einem guten „Don Giovanni“ von der Bühne herunter auf den Zuschauer ausgehe und dann zurückstrahle auf die Bühne.

Nicholas Payne, Ex-Direktor der Royal Opera Covent Garden, ist da anderer Meinung. Ihm mache das alles so langsam Angst. Wie kann es sein, fragt er, dass mich neulich eine Vorstellung auf der Bühne nicht berührte, ich anderntags die Oper, die in 15 Universitäten „gestreamt“ wurde auf Großbildschirmen, viel besser fand? Die Zeiten haben sich eben geändert. Und „marketing is the key“.

Da wettet Operndirektor Pereira los: Die Agenten sollten darauf achten, ihre Künstler nicht zu verheizen. Der Trend gehe dahin, lieber für 400 000 Euro vor einem arabischen Scheich aufzutreten, als für einen Bruchteil der Gage wochenlang an einem Opernhaus eine Neuinszenierung zu erarbeiten.

Zum Glück, stimmte man zu, habe sich so manches geändert. Auf der Bühne stehen längst keine 100-kg-Walküren mehr, und die Tenöre sehen heute auch anders aus als früher. Das Bild vom dicken, eiteln Tenor sei passé. Spätestens seit es Flórez, Villazon und Jonas Kaufmann gebe. Das sieht man nach dieser „Oper meets Media“-Diskussion wenig später, ein Stockwerk höher im Palais: Der Film über Jonas Kaufmann trägt den Titel: „A perfectly normal hero“, und die erste Sequenz zeigt ihn, wie er im offenen Cabrio durch die Gegend fährt.

Inzwischen ist Carlo Bergonzi, der so viele Schüler lehrte, „über den Atem“ die Stimme fließen zu lassen schon längst wieder zurück in sein Hotel gefahren. Wenig später gibt Charles Aznavour eine Pressekonferenz. Versprüht Charme aus tiefschwarzen Augen, plaudert in fließendem Englisch. Gott bewahre, er gehe doch jetzt noch nicht auf Farewell-Tournee. Sein neuestes Projekt: Duette mit Herbert **Grönemeyer**. Den „unbekannten Sänger“ wolle er endlich in Frankreich bekannt machen, sagt er, während von draußen aus einem Zelt Musik einer Nachwuchsband die gesamte Croisette beschallt.

4586601

Document WESKU00020090124e51o000e3