

Erotik des Südens
König Roger und Carmen

Forschungsseminar

Teatro Real Madrid
12./13. Mai 2011

Kunst und Öffentlichkeit

Elisabeth Nöstlinger-Jochum

Unkorrigierte Redefassung

© Elisabeht Nöstlinger-Jochum
ORF Wien

Die Erotik des Südens, sehr geehrte Damen und Herren, ist überall. Don Giovanni, der Testosterongesteuerte, hüpfte erst kürzlich im Salzburger Landestheater über die Gartenzäune und das Liebeslied der Carmen erklingt nicht nur im Teatro Real in Madrid, sondern auch in der sogenannten Sommerfrische, wenn in Gründerzeitvillen Kunst erklingt. Für mich, und dafür bin ich dem Spiritus Rektor des Programmbereiches Art & Festival Culture, Michael Fischer, dankbar, für mich begann die Erotik des Südens heuer in Bilbao. Dieses Kunstwerk der Öffentlichkeit wollte ich immer schon sehen. Dank Deiner Einladung nach Madrid, lieber Michael, ist mir der Abstecher auch gelungen.

Kein Museum der Welt stand je so in der Salzburger Medienöffentlichkeit wie dieses Kunstschiff des Baskenlandes. Am Mönchsberg sollte es eigentlich stehen, das 3. Museum der Guggenheim Foundation. Entschieden wurde anders, der Rest ist Geschichte.

Salzburg's Fokus liegt anderswo. Erst recht seit die erste Direktorin des Museums der Moderne am Mönchsberg, Agnes Husslein Arco, die Wiener Szene aufmischt. Salzburgs Brennpunkt sind die Festspiele. Zu Ostern, zu Pfingsten und 6 Wochen im Sommer sind die Scheinwerfer auf das Weitespiel gerichtet, wird ausgeleuchtet was vor, hinter und rund um die Bühne herum geschieht. Manch Premieren-Event wird selbst ein künstlerisches Ereignis. Das Interesse einer breiten Öffentlichkeit an den Selbstdarstellern ist groß. Man denke nur an die von Schaulustigen gesäumte Hofstallgasse bei einer Festspielpremiere. Hier in Madrid sind mir die Schauplätze nicht bekannt, doch wird es wohl anders nicht sein.

Da drängt sich die Frage auf, ob dieses „Drumm-herum“ das Vehikel für das Interesse einer breiten Öffentlichkeit an Kunst ist?

Ich möchte das vorerst einmal dahin gestellt lassen, denn ich bin bei meinem Thema angelangt. Kunst und Öffentlichkeit. Da geht kein Weg am ORF vorbei. Ja, Sie ahnen es, sehr geehrte Damen und Herren, ich werde Ihnen vom Kulturauftrag meines Arbeitsgebers berichten. Aber erst im letzten Teil meiner Beobachtungen. Lassen sie mich vorerst einmal daran erinnern, wie Kunst in den letzten Jahren in die Öffentlichkeit gelangte. Wie sie heraus kam aus den fensterlosen Weihetempeln der Festspielhäuser, aus der Aura des Elitären.

Ich will jetzt keine Debatte über den Kunstbegriff per se anzetteln, da gibt es Berufenere in diesem Raum, aber ich möchte in meiner Erzählung den Kunst-Begriff einmal weit ausgedehnt verstanden wissen, mit einbeziehen, was wir gemeinhin auch unter Populärkultur verstehen, zumindest für einen kurzen Abschnitt lang. Und so gilt wohl Woodstock als Geburtsstunde der Festival-Kultur. Massen drängten auf den Rasen, um den Idolen zu huldigen und sich in ihrer Musik zu wiegen und lieben, die ihren Bedürfnissen Ausdruck verlieh. Freiluftfestivals standen in den 1960er Jahren für Aufbruch und für das Andere. Also für das, wofür Kunst immer steht. Für einen Neuentwurf des Bestehenden und dafür, dass auch alles anders sein könnte, sollte, dürfte, ja sogar müsste. Durch die Sehnsucht der Hippies haben die „Vögel“ des Aristophanes fliegen gelernt.

Rockfestivals gedeihen immer noch besonders zahlreich. Die Konstellationen sind vielfältig, die Größenordnungen auch. Gmunden, mein Hei-

matort scheint ebenfalls nichts auszulassen, was laut ist und ein paar Leute zu den Würstelbuden bringt. Gmunden ist aber auch ein Beispiel für die Festival-Kultur, die in den letzten 10 Jahren so vielfältig entstanden ist. Drinnen, wie draußen. Literatur wird im Toscana-Park geboten, alte Musik in Innsbruck, Jazz in Velden, Skulpturen stehen in den Alpen oberhalb von Lech. Was aber treibt die Kunst an die frische Luft und was bewegt ein zahlreicher werdendes Publikum, mit Kunst ihre Freizeit zu gestalten. Sich für etwas zu interessieren, was es dereinst als elitär und versnobt abgestempelt hat? Ist es Bildung, die da plötzlich greift, oder gar die öffentlichkeitswirksame Aufklärung durch den ORF?

Es scheint, dass mehrerlei zusammen kommt. Außerdem ist Kunst ein Geschäft, und die Ökonomie der Aufmerksamkeit verbucht Gewinne. Die Stadtväter vieler Gemeinden sehen sich geadelt, wenn sich die Art Society ansiedelt, meinen sie doch einen neuen Werbeträger für den Tourismus gewonnen zu haben. Das Salzkammergut bietet hier einen besonderen Nährboden. Begnadet von der anderen Seite der Kunst, der Natur, geigt Franz Welser-Möst auf, in Schloss Kammer pflegt man die alte Tradition, in Altausee ... sie kennen es. Und Hohenems? Was war denn dort, wird man vielleicht bald fragen, nach der Intendantendiskussion. Der Tross zieht weiter, zieht ein in Spanien, erkundet die Erotik des Südens. Diese Kunst-Reisenden sind eine gut untersuchte Kohorte. Meist besser gebildet und wohlhabender als jene, die in „All Inclusive Clubs“ die Freizeit verbringen. Sie geben auch mehr Geld aus als jene, die nur im Wasser schwimmen wollen. In zahlreichen Untersuchungen wurde in den letzten Jahren der ökonomische Mehrwert von Festivals errechnet. Meist übernachteten die Besucher, gehen zum Friseur, kaufen sich vielleicht

auch einen Smoking, ein Abendkleid und den dazu passenden Sonnenhut, damit die letzten Strahlen die Sicht auf die Bühne nicht trüben. Der Wirtschaftsfaktor ist meist auch ein treffsicheres Argument für steuerliche Subventionen. Immerhin wird der Standort aufgewertet, die Stadt wird – siehe Salzburg – zur Festspielmetropole. Ich hatte das Vergnügen, die Präsidentin der Salzburger Festspiele nach ihrem letzten Besuch im Bmu:kk zu treffen. Ihr wurde dort einmal mehr klar gemacht, dass sie auf Eigeninitiative vertrauen müsse und auf die Kraft des freien Marktes oder besser gesagt, auf ihr Talent, Sponsoren aufzutreiben. Einer, der das ebenso beherrscht, ist der Intendant des Konzerthauses in Luzern. Er bietet seinen Kunden ein Gesamtkunstwerk für einen Abend an, einen für sie maßgeschneiderten Event mit klassischer Musik. Der Intendant von Luzern, ein Mann, der auch mehrmals als Intendant für die Salzburger Festspiele genannt wurde. Die Entscheidung fiel auf Alexander Pereira. Die Zukunft liegt vor uns.

Doch auch er wird sich an die Gepflogenheiten der Kunst in der Öffentlichkeit halten müssen, denn gleichgültig, um welches Festival es sich handelt, um jenes in Bayreuth, Salzburg oder Donau Eschingen, es ist der Künstler, es sind die Stars, die dem Festival Bedeutung geben; es sind die Namen, die ziehen. Nur sie sind Garant für Festspiele und für eine riesige Gartenparty. Dort, um nochmals zu den neuen Festivals zurück zu kehren, dort tritt dann die Kunst heraus aus seiner bürgerlichen Vereinzelung, die beispielsweise bei einem Theater-, oder Museumsbesuch stattfindet, und wird gemeinschaftsförderndes Erleben. Hat dieses Gemeinschafts-Erlebnis auch die gesellschaftspolitische Sprengkraft von einst, von Woodstock? Oder bleibt Kunst nur ein Geschäft und ein Sommer die Jahreszeit, in der vor allem draußen gefeiert werden muss. Mitt-

lerweile nicht mehr beim Grill, sondern am Rasen der Kunst. Nun könnte es aussehen, als geschehe hiermit der Kunst banausisches Unrecht. Kunst sei autonom, sagen uns die Theoretiker, und trage ihren Zweck in sich selbst. Nun wird sie unter das Joch der Rentabilität gezwungen. Und obendrein werden sie nicht nur den Stürmen des Marktes unterworfen, sondern gar den Bedingungen des Wetters. Auch in Schloss Leopoldskron beim „Sommernachtstraum“. „Was ist die Faszination von Kunst im Großen Draußen.“ So betitelt Burkhard Müller seinen Artikel in der Süddeutschen Zeitung vergangenes Wochenende. Ich zitiere seine Diagnose: „Wer unter solchen Umständen lauscht und zusieht, ist zwar vielleicht nicht mit derselben exklusiv geschärften Aufmerksamkeit beim Geschehen wie im Schauspielhaus oder im Konzertsaal; dafür aber hebt sich seine Laune beträchtlich, er wird entspannt und nachsichtig, wenn er die Kunst mit einem Male in das Kontinuum von Wind, Gras und Bäume verflochten findet.“ Nun ist zwar Shakespeares „Sommernachtstraum“ kein anderer unter dem Sternenhimmel, doch erst dort ist ein anderes Publikum als jenes, das den Weihespielen ihre Huldigung gibt, bereit 2, 3 Stunden zu verweilen und in eine andere Welt, in die Welt der Kunst einzutauchen. Zwar ist nicht zu leugnen, dass die grundierende Folie, der Sternenhimmel und das Getränk, das mitzunehmen erlaubt ist, maßgeblicher Teil der Inszenierung ist und mitunter dem Dichter die Show stiehlt, doch was soll´s, die Kunst ist heiter und am Heitersten ist sie eben draußen, das Leben ist ernst genug. “

Bevor es die Massenmedien gab, wäre eine derartige Begeisterung für die Kunst wohl undenkbar gewesen. Haben sie nun ihren Bildungsauftrag erfüllt oder tun sie es vor allem in ihren täglichen Berichten? Es könnte

aber auch sein, dass Fernsehen ein konsequentes Produkt der Massenkultur ist.

Die Weltwirtschaftskrise hat auch die größte Medienorgel, wie Gerd Bacher sein Unternehmen nannte, erfasst. Die Entscheidungsträger führen einen drastischen Sparkurs. Mitarbeiter wurden schonend abgebaut, was so viel heißt wie: Jene, die in Pension gingen, wurden nicht nachbesetzt und jenen, die nicht mehr allzu lange in den Ruhestand hatten, wurde ein „Golden Handshake“ angeboten. Auf's Programm wirkte sich das Ganze bislang nicht aus. Noch gibt es genügend engagierte Mitarbeiter, denen der Output wichtiger ist als der persönliche Income. Ihr Engagement ist, Kunst in die Öffentlichkeit zu bringen. Und wie schaut das dann aus? Was ist dazu zu zählen?

Lassen Sie mich, sehr geehrte Damen und Herren, aus dem ORF – Geschäftsbericht 2009 zitieren. Der von 2010 ist noch nicht veröffentlicht, weicht aber in den für uns relevanten Bereichen nicht sehr von jenem des Jahres 2009 ab.

Was also ist Kunst im ORF? Das ist einmal der Kulturmontag. Er wird als das erfolgreichste Kulturprogramm im deutschen Sprachraum beschrieben. Ein Highlight sind die art.genossen. Der Nachruf auf Fritz Muliar brachte am 4. Mai 2009 307.000 Zuschauer. Auch „Dorfer spricht“ bringt interessante Persönlichkeiten zu sich, man bemerke den Wortlaut im Geschäftsbericht, Dorfer „bringt zu sich“ ... Dabei schauen ihm im Schnitt 111.000 Menschen zu. Dieter Moor ging fünfmal mit „les.art“ auf Sendung und „a.viso“ ist fixer Bestandteil der „Matinee“ am Sonntag. Mit

dem „Balkan Express“ begab sich der ORF auch 2009 auf eine zehnteilige Entdeckungsreise. Fast vier Millionen Menschen sahen die preisgekrönte Reihe via ORF 2 und 3sat. Und 4.2 Millionen Österreicher waren beim „Spira-Sommer“. An diese Zahlen kommen die Kulturfestspiele im ORF nicht heran. ORF 2 zeigt von Claus Guths Mozart Da Ponte Zyklus insgesamt drei Opern von den Salzburger Festspielen: „Così fan tutte“, livezeitversetzt von der Premiere, mit 256.000 TV-Zuschauern. „Don Giovanni“ und „Le nozze di Figaro“. Live aus Bregenz war „Aida“ zu sehen. 190.000. Wie auf der Bühne ziehen auch im Fernsehen die Stars. 373.000 TV Zuseher eroberten Anna Netrebko und Rolando Vilazón mit Robert Dornhelms Verfilmung von „La Bohème“ am 12. Dezember. Erinnern sie sich noch an den Hype?

Natürlich gehört auch das Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker zu den Highlights im ORF, die Eröffnung der „Wiener Festwochen“, das „Sommerkonzert in Schönbrunn“ die Sommernachtsgala in Grafenegg und „Christmas in Vienna“.

Ich greife noch die insgesamt 12 Theateraufzeichnungen aus vier Jahrzehnten unter dem Titel „Alles Komödie“ heraus, das brachte ca. 1,3 Millionen Zuseher. Ein weiterer Höhepunkt ist auch die Nestroy-Gala. Genug der Zahlen. Erlauben sie mir eine kurze Interpretation, was Kunst im Fernsehen bewirkt.

Kunst im Fernsehen, das hat das Interesse dafür schichtenübergreifend verändert. Wer den Fernseher einschaltet, der verlässt in gewissem Sinne seine spezifische Verbrauchernische, nimmt teil an einem Lebensge-

fühl, das alle Zeitgenossen prägt. Insofern hat das Fernsehen die scharfen Grenzen der Kunstpraxis aufgelöst und dazu beigetragen, dass jene Bedürfnisse ins Zentrum rücken, die unser Lebenselixier sind. Es sollte daher die Chance genutzt werden, nicht über kulturelle Ereignisse zu berichten. Vielmehr gilt es, eigene „Kunstshows“ zu entwickeln, verstärkt historische Dokumentationen, die mit ästhetischen Mitteln eine unverwechselbare Eindringlichkeit und Gedächtniskraft anpeilen, in Auftrag zu geben und Kunst-Spiele zu entwickeln, die im Glücksfall zur trimedialen Nutzung finden. Die Ware Kunst muss auch in einem Massenmedium, dem Markt der Meinungen, zeitgemäß angeboten werden. Kunst ist eine Ressource, auf die alle Menschen Anspruch haben, die sich und die Welt erfahren und begreifen wollen. Man muss die Chance erhalten, sich auf diese Kraft einlassen. Man muss mit dieser strömenden Energie in Berührung kommen. Nur dann entsteht Kunst, die uns wach macht, uns bewegt. Wenn Kunst kein Aufrütteln von verschütteten Möglichkeiten ist, ist ihre Potenz vertan. Zwar ist Kunst auch da, uns zu amüsieren, zu entspannen, zu beruhigen. Ihre Stärke liegt aber darin, das aufzubrechen, was uns einengt und unfrei macht. Für den Abteilungsleiter des Schweizer Kulturfernsehens DRS, Iso Carmatin, gehört daher Kunst allen näher gebracht. Gehört herausgeholt aus den Nischen der Spezialisten und Experten. „Für die, deren Zeit gekommen ist, ist es nie zu spät“, sagte einmal Bert Brecht, im ORF-Jargon gibt es dafür das Wort *public value*.

Doch lässt sich Kunst im Medium Fernsehen wirklich so positionieren wie Kunst auf der Bühne, wie Festivalkunst, wie das Betrachten eines Bildes in einer Galerie oder im Hause Fischer?

Für den Literaturwissenschaftler Jochen Hörisch ist die Botschaft der Medien, dass Zitat: „alles so ist wie es ist“. Das gilt für den Bericht über die

Eröffnung eines Festivals ebenso, wie für die Direktübertragung von Barack Obamas Anspannung beim Sturm seiner Soldaten auf das Versteck von Osama Bin Laden. Das Schöne ist wirklich schön und die Getöteten sind wirklich tot.

Für Jochen Hörisch sind Kunstwerke Kontingenzverstärker und die klassischen Speichermedien, wie er Fernsehen beispielsweise nennt, sind für ihn Realitätsverstärker. Kunstwerke sorgen für semantischen Überfluss, Medien fokussieren die Aufmerksamkeit in Kürze auf das Reale, das so dargestellt wurde, wie der Kritiker es gesehen und erlebt hat. Trotzdem lassen sich beispielsweise Happenings mit Hilfe der Medientechnik besser archivieren als mit Hilfe des menschlichen Gehirns. Daher sind Medien wirklich affirmativ: ja, so und nicht anders war es; ja, genau so, lautet die Botschaft. Man könne zwar, so Jochen Hörisch, Kunst und Medien zwangsverheiraten, glücklich und fruchtbar können solche erzwungenen Vereinigungen jedoch nicht werden. Trotzdem kreuzen sie einander. Die Kunst und die Medien.

Und wie sieht die Unterscheidung von Kunst und Medien von der Medien- beziehungsweise von der Kunstseite her aus?

Aus der Perspektive neuer Medien lassen sich diese Fragen leicht und wenig originell beantworten. Man kann Theateraufführungen, Vernissagen, Ölgemälde, Konzerte, Happenings ebenso aufzeichnen, übertragen und bearbeiten wie Terroranschläge, Börsenkurse, Modeschauen und Turniere. Medien verhalten sich zur Kunst so souverän wie indifferent. Kunst verhält sich hingegen zu den Medien idiosynkratisch bis hochkritisch. Es macht nun einmal einen Unterschied, ob man in der Oper, im

Theater selbst anwesend ist oder ob man eine CD zum Drehen bringt oder den Fernseher aufdreht. Das leuchtet auch jenen ein, die sich nicht mit den Subtilitäten von Walter Benjamins Theorie des Auraverlusts beschäftigen haben.

Und wie verhält es sich mit den Eigenproduktionen der Massenmedien, mit den Mitteln der neuen Technologien. Produzieren sie Kunst? Ich möchte an dieser Stelle Theodor W. Adorno zitieren, der einmal sagte: „Kunst entzieht sich der Definition“.