

Salzburgs  
große  
Salzburg's  
big

# es ein mal ein

Hofmannsthal's Traum  
von universellen Festspielen  
**Hofmannsthal's Dream  
of a Universal Festival**

TEXT: MICHAEL FISCHER

**„Der Kunst gelingt es immer wieder, uns mit den Fraglichkeiten unserer Existenz zu konfrontieren.“**  
**‘Art manages it again and again to confront us with the questionability of our existence.’**

#### FESTSPIELE ALS TEAM

Seit der Gründung 1920 sind die Salzburger Festspiele zu dem Paradigma und Maßstab der europäischen Festivalkultur geworden. Sie werden alljährlich von einer Projektgruppe vieler Menschen gestaltet, die durch unterschiedliche Kunstformen eine Darstellung der Wirklichkeit versuchen und die Visionen umsetzen wollen, um Tradition und Zukunft in einen konzeptuellen Ausgleich zu bringen. Dabei geht es um die prestigeträchtige Ware „Kunst“. Die Festspiele erfordern Konzepte, die zwischen Kultur, Organisation und Management, zwischen Recht, Wirtschaft und ästhetischen Ansprüchen angesiedelt sind.

Im Team sind Sensibilität und ein wechselseitiges Verständnis für divergierende Ansätze der Kunsterfassung bzw. der Kunstauffassung notwendig. Mit welchen Hypothesen, Abgrenzungen, Definitionen, Überschreitungen will man arbeiten?

#### UNTERHALTUNG ALS DIALOG

Heute steht der Unterhaltungswert der Festspiele im Zentrum: Dialog, Diskussion und Gesprächsstoff. Der Konversationscharakter wird immer stärker. Die Aufführungen der Festspiele „sagen doch dem Menschen etwas“ und regen zum Gedankenaustausch an: „Man redet darüber“, und zwar über Inhalte und nicht nur über Verpackungen, meint Daniel Barenboim.

Im gemeinsamen Erleben von Künstlern und Publikum rückt der Mensch ins Zentrum. Brennende Fragen werden erläutert: Was geschieht in der Sprache der Musik, der Dichtung, der anderen Künste? Was im Aussprechen, Benennen und Erfinden von Welt? Jede dieser Fragen dringt tief in die grundlegenden Bedingungen der menschlichen Existenz, verlangt Antworten und Verantwortung. Mit der Kunst ist immer auch ein Wunsch nach Kommunikation bzw. Nachdenken verbunden, ein Wunsch nach Austausch und gemeinsamem Erleben.

Das alljährliche Programm der Salzburger Festspiele liefert durch solche Unterhaltung „Interaktivität“ mit Gleichgesinnten, bildet Gemeinschaften, die sich an ähnlichen Vorstellungen orientieren und neue Horizonte des Aufbruchs suchen. Daher sind gelungene Festspiele ein Gleichklang der Konfigurationen und Interpretationen, die beim Publikum eine Choreographie der Gefühle erzeugen: den nachhaltigen Eindruck!

#### THE FESTIVAL AS A TEAM

Since its establishment in 1920, the Salzburg Festival has become the paradigm and benchmark for European festival culture. It is organised every year by a project team comprised of lots of people who attempt to represent reality by using various art forms and who want to realise visions in order to achieve a conceptual balance between tradition and the future. It is about 'art', a prestigious good. The Festival needs concepts that combine culture, organisation and management, as well as law, economics and aesthetic standards.

Sensitivity and a mutual understanding for diverging approaches towards ascertaining art and understanding art are necessary. What hypotheses, limitations, definitions and transgressions does one want to work with?

#### ENTERTAINMENT AS DIALOGUE

Nowadays the entertainment value of the Festival is the focus: dialogue, discussion and the basis for conversations. The conversational character is becoming stronger and stronger. The Festival's productions 'tell people some-

thing' and encourage the exchange of ideas: 'People talk', and they talk about the contents, not just the packaging, is Daniel Barenboim's opinion.

People are becoming the centre of the joint experience of artists and the audience. Important questions are being answered: What is happening in the language of music, poetry and other arts? What is occurring regarding the statement, naming and invention of the world? Each of these questions delves deeply into the basic conditions of man's existence and demands answers and responsibility. A desire for communication and reflection is always associated with art, a desire for an exchange and joint experience.

By means of such entertainment, the annual programme of the Salzburg Festival provides 'interactivity' with like-minded people and creates communities that are oriented towards similar performances and looking for the horizons of new directions. Thus, a successful Festival is the unison of the configurations and interpretations that create a choreography of feelings in the audience: an enduring impression!

## BEZIEHUNGSWUNDER / SONNTAGE DES THEATERS

Das Verhältnis des Publikums zur Darbietung der Kunst als „oberste Wirklichkeit des Theaters“ (Hugo von Hofmannsthal), seine Festspielbegeisterung bezeichnet die Festspielpräsidentin Helga Rabl-Stadler als Beziehungswunder, das es stets neu zu aktualisieren gilt. Das Publikum besucht das Theater aus Neugier, weil es sich dort Schlüsselerlebnisse erhofft, Klärung, Antwort und Auskunft. Aber sollte man die Argumentation nicht umkehren? Sind es nicht die Werke, ihre Kontexte und Zeithorizonte, die Fragen an uns richten? Sollten wir uns nicht mehr ereifern über das, was vorliegt, stattfindet, konkret angeboten wird? Über Programm, Repertoire, Dichte, Figuration und Gesamtkonstellation?

Sven-Eric Bechtolf stellt sich die Frage, woher die Festspiele überhaupt ihre Legitimation nehmen? In welcher kulturellen Handlung kann diese entstehen? Für ihn findet dies weder in dokumentarischen Inszenierungen noch in demokratischen Abstimmungen über den Spielplan künftiger Festspiele statt. Theater darf und kann seine gesellschaftliche Relevanz nicht durch zeitgeistige Festlegungen und Trends der Gesellschaft finden, sondern muss aus seinem Elfenbeinturm heraus und „als Theater“ im Rahmen der Festspiele „sich selber feiern“. Die Festspiele sind die „Sonntage des Theaters“, die über die Kunst eine Sinnhaftigkeit hervorbringen können; ähnlich wie in den christlich-katholischen Kulthandlungen, in denen saurer Wein und hartes Brot geschenkt wird. Das verlangt aber, so Bechtolf, nach einem humaneren Blickwinkel auf die Gesellschaft, die Welt und die Dinge, die sich ereignen. Worin liegt dieser humane Blickwinkel?

MIRACULOUS RELATIONSHIP /  
THEATRE'S SUNDAYS

**The relationship of the audience to the performance of art as the 'utmost reality of theatre' (Hugo von Hofmannsthal). Helga Rabl-Stadler calls his enthusiasm for the Festival a miraculous relationship, which has to be renewed again and again. The audience goes to the theatre out of curiosity, since they hope to find crucial experiences, explanations, answers and information. But shouldn't we turn the argumentation around? Is it not the works, their contexts and temporal horizons that pose us questions? Shouldn't we rant about what is there, what takes place and what is offered? About the programme, repertoire, concentration, figuration and overall constellation?**

Sven-Eric Bechtolf asks himself the question, where does the Festival get its legitimation from anyway? What cultic action can it arise from? In his opinion, this occurs neither in documental productions nor in democratic referendums about the programme for future festivals. Theatre mustn't and cannot find its relevance for society by means of contemporary definitions and trends in society, but has to leave its ivory tower and 'celebrate itself as theatre' within the scope of the Festival. The Festival is 'theatre's Sundays', which give art meaningfulness; similar to the Catholic ritual acts where sour wine and hard bread are distributed. In Bechtolf's opinion, that requires a more human point of view of society, the world and things that happen. Where is this human point of view to be found?

**„Wir müssen fragen,  
ob nicht der  
eigentliche Schöpfer  
eines Kunstwerks  
das Publikum ist.“**

**‘We have to ask  
whether the actual  
creator of a  
work of art is not  
the audience.’**

**„Das Publikum besucht  
das Theater aus Neugier,  
weil es sich dort Schlüssel-  
erlebnisse erhofft, Klärung,  
Antwort und Auskunft.“**

**‘The audience goes  
to the theatre  
out of curiosity, since  
they hope to find  
crucial experiences,  
explanations, answers  
and information.’**

#### OBLIGATED TO ENLIGHTENMENT

The original core idea of the Salzburg Festival still provides an essential concept: As a project against ‘the crisis, the crisis of meaning, the loss of values, the identity crisis of the individual, but of entire peoples, too’. In the *First Invitation to the Salzburg Festival Programme* (1919), peace and the belief in Europe were the focus – ‘in a Europeanism that filled and enlightened the period from 1750 and 1850’ (Hugo von Hofmannsthal). And just as Gérard Mortier, the former Director of the Salzburg Festival, recently did, Helga Rabl-Stadler poses the question: What other festival can claim such a timelessly valid establishment mandate, where the legacy of enlightenment, idealism and romanticism, as well as their recourse to Antiquity, remains obligatory?

#### ATTENTION AND ENTERPRISES

Art requires attention. For what occurs at the Festival, not only the structure, the duration and the representation are paradigmatic, but, in fact, the event, the punctuality and the moment: hence, the attention. It is a case of an ‘economy of aesthetic attention’! In a dramatised everyday life like ours, the audience and the intermediation of the media are of major importance. We have to ask whether the actual creator of a work of art is not the audience: as the one who applauds or boos, as the sponsor, buyer, event hunter or ‘wanna-be’?

But where are the financial boundaries and limitations? Which resources should be utilised where and how? A permanent compulsion to take decisions under the pressure of an increasingly critical public! Cultural institutions are enterprises and thus economic and moralistic players. They pursue corporate policies and require specialised management to deal with artists, sponsors, staff and Festival attendees. And they are an annual concoction and document of their time.

#### DER AUFKLÄRUNG VERPFLICHTET

Die ursprüngliche Kernidee der Salzburger Festspiele liefert nach wie vor ein wesentliches Leitbild: Als Projekt gegen ‘die Krise, die Sinnkrise, den Werteverlust, die Identitätskrise des einzelnen Menschen, aber auch ganzer Völker’. Im *Ersten Aufruf zum Salzburger Festspielplan* (1919) stehen daher der Friede und der Glaube an Europa im Mittelpunkt – ‘an einer Europäismus, der die Zeit von 1750 bis 1850 erfüllt und erneuert hat’ (Hugo von Hofmannsthal). Und Helga Rabl-Stadler fragt ähnlich wie jüngst Gerard Mortier, der ehemalige Intendant der Salzburger Festspiele: Welches andere Festspiel kann sich auf einen so zeitlos gültigen Gründungsauftrag berufen, wobei das Erbe von Aufklärung, Idealismus und Romantik sowie deren Rückgriff auf die Antike verpflichtend bleibt?

#### AUFMERKSAMKEIT UND UNTERNEHMEN

Kunst bedarf der Aufmerksamkeit. Für das Festspielgeschehen ist nicht bloß die Struktur, die Dauer, die Repräsentation paradigmatisch, sondern viel mehr auch das Ereignis, das Punktuelle, der Augenblick: eben die Aufmerksamkeit. Es geht hier um eine ‘Ökonomie ästhetisierter Aufmerksamkeit’! In einer theatralisierten Alltagswelt wie der unseren kommt dem Publikum und der medialen Vermittlung eine zentrale Bedeutung zu. Wir müssen fragen, ob nicht der eigentliche Schöpfer eines Kunstwerks das Publikum ist: als Applaudierer oder Buhrufer, als Sponsor, Käufer, Eventjäger oder ‘Adabei’?

Doch wo liegen die finanziellen Grenzen und Begrenzungen? Welche Ressourcen sollen wo und wie eingesetzt werden? Ein permanenter Entscheidungszwang unter dem Druck einer zunehmend kritischer werdenden Öffentlichkeit! Kulturinstitutionen sind Unternehmen und damit wirtschaftliche und moralische Akteure. Sie betreiben Unternehmenspolitik und brauchen ein spezifiziertes Management im Umgang mit Künstlern, Sponsoren, Personal und Festspielbesuchern. Und sie sind ein jährliches Präparat und Dokument ihrer Zeit.

## MARKE: SALZBURGER FESTSPIELE

Die Festspiele sind stets eine gigantische Investition in die Zukunft. Nicht nur regional und europäisch gesehen, sondern darüber hinaus mit Anspruch auf Weltgeltung. Sie sind eine der wertvollsten Marken Europas. Warum, fragte jüngst Medienberater Hans Mahr polemisch, sollte man die Salzburger Festspiele nicht „ganzjährig“ institutionalisieren und deren „Brand“ auch an anderen Orten präsent halten? Kann man die Festspiele demokratisieren?

Nicht nur die gebildeten Kunstliebhaber und Kunstkenner, welche die Salzburger Festspiele direkt besuchen, sondern auch jene, die diese Möglichkeit nicht haben, könnten via Internet, Fernsehen und andere Medien den Salzburger Festspielen beiwohnen, sagt Jan Mojto, der Geschäftsführer der *Unitel*. Allgemeine Zugänglichkeit, Kunstvermittlung, Bewahrung und Dokumentation wären so ohne jede Störung sichergestellt. Gerade dies in einer Qualität, dass auch dislozierte Zuseher das Gefühl des Dabeiseins und der aktiven Teilnahme erleben, wäre das die Erfüllung einer großartigen, ehemals völlig utopischen Vision.

## WELTKOMMUNIKATION

Die Salzburger Festspiele müssen sich mit den neuen medialen Möglichkeiten der Weltkommunikation öffnen und dabei gleichzeitig ihre Unverwechselbarkeit bewahren. So kann man die Zuschauerbindungen transformieren, ohne den Spielplan in den Windkanal der Marktforschung zu hängen. Längst ist die politisch-moralische und dekonstruktive Kraft der Kunst gegen die Libel der Welt schwächer geworden und dem Effektivitätsdenken im Sinne des Marktes gewichen. Dort muss die Kunst eher ökonomische als moralische Nützlichkeit nachweisen und die realisiert sich in der massenhaften Wirkung. Und doch gelingt es der Kunst immer wieder, uns mit den Fraglichkeiten unserer Existenz zu konfrontieren.

Für viele Besucher der Salzburger Festspiele gelten die Aufführungen als eine spirituelle Erlebnisvermittlung, die frei von repressiven Dogmen ist. Dem werden die Salzburger Festspiele unter der neuen Intendanz nicht nur mit der *Ouverture spirituelle*, sondern mit dem Gesamtprogramm gerecht. Sich alljährlich neu zu erfinden, aufzuklären, zu verzaubern und humane Perspektiven zu eröffnen, bleibt der probate Weg in eine gemeißlungsvolle Zukunft.

„Die Festspiele sind stets eine gigantische Investition in die Zukunft.“

‘The Festival is always a gigantic investment in the future.’

## TRADEMARK: SALZBURG FESTIVAL

The Festival is always a gigantic investment in the future. Not only in regional or European terms, but moreover with a claim to global validity. It is one of Europe's most valuable trademarks. Why, media consultant Hans Mahr recently asked himself polemically, shouldn't we institutionalise the Salzburg Festival 'all year long' and also keep its 'brand' present at other locations? Is it possible to democratise the Festival?

Not only educated art lovers and connoisseurs who can attend the Salzburg Festival, but also those people who do not have this opportunity could be present at the Salzburg Festival via the Internet, television and other media, says Jan Mojto, the Managing Director of *Unitel*. This would ensure

general access, art education, preservation and documentation, without any kind of interference. If this were possible in such a quality that spectators who are not on site could have the feeling of being there and experience active participation, that would be the fulfilment of a magnificent, formerly fully utopian vision.

## GLOBAL COMMUNICATION

By means of new media possibilities, the Salzburg Festival has to open itself to global communication and simultaneously preserve its uniqueness. By doing that, we can transform the spectator connections without hanging the programme in the wind tunnel of market research. The political-moralistic and deconstructive power of art against the evil of the world has been getting

weaker and giving way to effectiveness-oriented thinking in market terms for a long time. Art has to prove its economic utility more than its moral utility, which is realised in the mass effect. But art manages it again and again to confront us with the questionability of our existence.

For many attendees at the Salzburg Festival, the performances are a spiritual conveyance of experience that is free of repressive dogmas. The Salzburg Festival will do justice to this idea under the new direction, not only through the *Ouverture spirituelle*, but also through the entire programme. Re-inventing itself, enlightening, enchanting and opening new human perspectives every year remains the proven path into a promising future.

# salon

MAGAZIN ZU DEN SALZBURGER FESTSPIELEN 2011



## Fürstin Gloria von Thurn und Taxis

„Salzburg ist für mich der musikalische und kulturelle Höhepunkt des Jahres.“



© CHANEL

CHARLOTTE CASIRAGHI  
PHOTO: KARL LAGERFELD

## art

- 69 JAVIER PÉREZ
- 80 THOMAS STRUTH
- 152 MUSEUMSCIRCLE FÜR JOHN CAGE
- 154 TIM WHITE-SOBIESKI
- 158 SMOKE
- 169 AMEDEO TURELLO

## luxury

- 96 BENTLEY MULSANNE

## festival ball

- 164 TRACHT UND FESTSPIELE

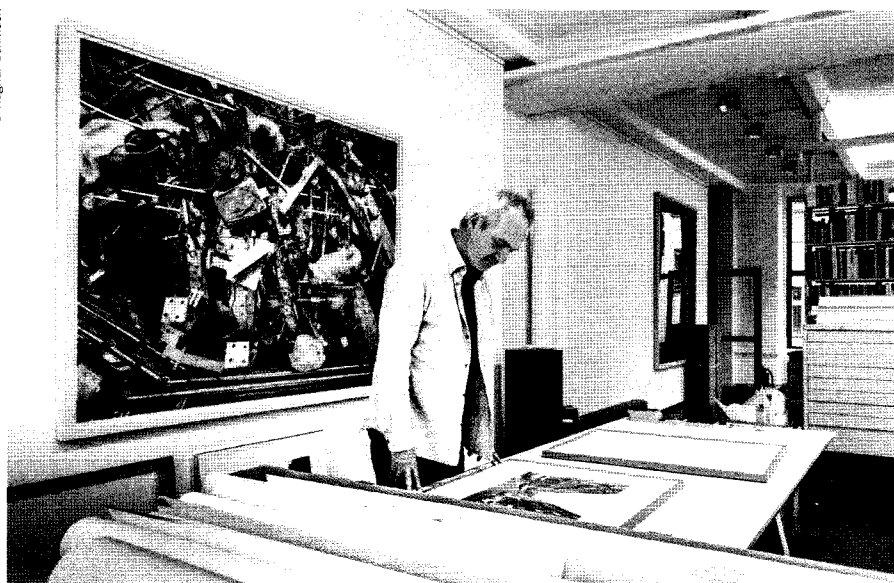
## art of fashion

- 12 KARL LAGERFELD  
Die kleine schwarze Jacke  
**The little black jacket**

## essay

- 58 Mozart im Hexenloch  
**Mozart in a witch's cave**
- 108 Salzburgs große Chance  
**Salzburg's big chance**
- 113 Salzburg, Kunst und Kommerz  
**Salzburg, art and commerce**

© Ragnar Schmuck



THOMAS STRUTH

# Impressum

## Imprint

Medieninhaber und Herausgeber

**Published by**

*Kulturverlag Polzer GmbH*

Chefredaktion

**Editor-in-chief**

*Franz Zoglauer*

**Art Director**

*Thomas Manss*

Chef vom Dienst

**Managing editor**

**Director of photography**

*Peter Elfert*

**Design**

*Thomas Manss & Company*

*Annika Beste*

*Felix von Bomhard*

Lektorat

**Proof reading**

*Dr. Eva Schramm*

Übersetzung

**Translation**

*Trevor Simpson*

Anzeigenleitung

**Head of Advertising Sales**

*Elke Polzer*

Bildbearbeitung

**Image editing**

*Sabine Seidl*

*Philipp Rumppler*

**Pre Press**

*Leibniz Productions GmbH*

Druck

**Print**

*Österreichisches Pressehaus,*

*St. Pölten*

Foto Titelseite

**Photo Cover**

*© Gabriella Meros*

**ISBN-Nr.: 978-3-902658-57-9**

**Copyright**

*© 2012, Kulturverlag Polzer GmbH*

*Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in Onlinedienste und Internet und die Vervielfältigung auf Datenträgern wie CD-ROM, DVD-ROM etc. nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlages. Für unverlangt eingesendete Manuskripte und Bilder übernimmt der Verlag keine Haftung.*

Verlag

**Publisher**

*Kulturverlag Polzer GmbH*

*Gf: Dr. Bodo Polzer*

*Franz-Hinterholzer-Kai 22*

*A – 5020 Salzburg*

*T: +43 662 455300*

*F: +43 662 624141*

*E: kulturverlag@polzer.net*

*www.polzer.net*

Autoren

*Franz Zoglauer*, Chefredakteur, war viele

Jahre hindurch für das Theater- und

Musikressort im ORF Fernsehen verantwort-

lich, moderiert und gestaltet gemeinsam

mit Erna Cuesta das ATV-Kulturmagazin

*Highlights*.

*Erna Cuesta*, Redakteurin und –Moderatorin

des ATV-Kulturmagazins *Highlights*.

*Peter Elfert*, hat langjährige Erfahrungen

und internationale Kontakte in großen

Medienunternehmen gesammelt und berät

mit seiner Kommunikationsagentur

*pegasus-communication.com*

Persönlichkeiten und Unternehmen.

*Univ. Prof Dr. iur. Dr. phil. Michael Fischer*,

Leiter des Programmbereichs Arts & Festival

Culture am Schwerpunkt Wissenschaft und

Kunst der Universität Salzburg/Mozarteum.

Seit 1994 Begründer und Leiter der

Salzburger Festspiel-Dialoge. 2012 ist im

Residenzverlag sein Buch *Die Festspiele.*

*Wirklichkeit, Deutung, Zukunft* erschienen.

*Reiko Käske*, vormaliger PR-Manager,

jetzt Autor und Kommunikationsspezialist,

begleitet seit vielen Jahren die

Kommunikation der Luxusmarke Bentley.

*Lothar Knessl*, Kulturjournalist, Pressereferent

der Wiener Staatsoper, Bundes-Musik-

Kurator und MICA-Gründungsmitglied ist

ein Vorkämpfer und Protagonist der Wiener

Musik.

*Gert Korentschnig*, Leiter des Kulturressorts

und Chefredakteur-Stellvertreter der

Tageszeitung *Kurier*.

*Friedrich von Plettenberg*,

Musikwissenschaftler und Kulturjournalist.

*Ernst Strobl*, Redakteur im Kulturressort der

Tageszeitung *Salzburger Nachrichten*.

*Gudrun Weinzierl*, Fachjournalistin für

Bildende Kunst und Intermedialität.