

Marketing ist nicht kunstfern

Christian Lorenz will die Bachakademie verändern, ohne am Fundament zu rütteln

Von Annika Müller

Eines ist sicher: Langeweile hat Christian Lorenz derzeit selten. Seitdem die Entscheidung für ihn als neuen Intendanten der Bachakademie gefallen ist, kommt er kaum noch zur Ruhe. Denn er muss nicht nur seiner Tätigkeit an der Spitze der Südwestdeutschen Philharmonie Konstanz nachkommen und sich den vielen Projekten widmen, die er dort ins Leben gerufen hat. Er beteiligt sich bereits an den Programmplanungen für die kommenden Jahre in Stuttgart, fährt zu Besprechungen in die Landeshauptstadt und entwirft Ideen, die er nach seinem Amtswechsel am 1. März umsetzen will. "Ich werde schon in das Team integriert", so Lorenz. Der Übergabeprozess sei in vollem Gange.

"Für sein neues Amt, das er als Nachfolger von Andreas Keller im März antreten wird, scheint Christian Lorenz geradezu prädestiniert zu sein", war in der Südwestpresse zu lesen. Auch

die Esslinger Zeitung fand anerkennende Worte: "Mit Christian Lorenz kommt ein Mann an den Johann-Sebastian-Bach Platz, der nicht nur mit allen Bächen, sondern mit fast allen Strömen musikalisch-kulturellen Wassers gewaschen ist", hieß es dort. Und tatsächlich betont Lorenz, er sei gegen alle Behauptungen eher ein Generalist als Spezialist und lasse sich von allen Stilen und Komponisten packen. "Ich bin immer wieder überrascht, wie vielseitig mich Musik ansprechen kann." Dennoch spielt der Namenspatron seines neuen Arbeitgebers eine wichtige Rolle im Leben des gebürtigen Berliners. Bachpassionen haben ihn schon als jungen Menschen fasziniert. "Ich kann gar nicht nachvollziehen, weshalb Bach als so extrem schwierig gilt. Ich bewege mich in seiner Musik ganz natürlich", so Lorenz, der im Alter von fünf Jahren das Klavierspiel begann und später im Jugendchor und als jugendlicher Organist einer kleinen Gemeinde wertvolle Erfahrungen sammelte. "Musik war für mich von Anfang an eine Selbstverständlichkeit", sagt er. Üben - das versucht er auch seinen Kindern zu vermitteln - ist wie Zähneputzen und gehört zum Tagesablauf.

Das gesprochene Wort, das bei der Bachakademie in Verbindung mit Musik eine tragende Rolle spielt, trägt laut Lorenz dazu bei, Hemmschwellen zu überwinden. "Viele Menschen halten sich für nicht gebildet genug, um klassische Musik zu hören", so seine Beobachtung. Mittels einer Einführung könnten sie einen Zugang zu komplexen Werken finden. Während also die Gesprächskonzerte eine Säule der Bachakademie sind, an der Lorenz nicht rüttelt, will er an anderen Stellen Bewegungen anstoßen. So soll zum Beispiel in Zukunft neue Musik eine größere Rolle spielen, Bach werde aber als roter Faden im Repertoire weiterexistieren. "Niemand darf erwarten, dass ab 2008 alles anders wird, nur weil eine neue Führungsperson auftritt", so Lorenz. Ihm gehe es darum, "sich erst einmal alles in Ruhe anzusehen".



Vom Europäischen Musikfest hat sich Lorenz schon einen Eindruck verschafft. Er fand ein "treues und beeindruckendes Publikum" vor. Allerdings sei die überregionale Wahrnehmung des Festivals gering. "Dies ist sehr schade, da es inhaltlich so hochstehend ist und so viel zu bieten hat", bedauert Lorenz. Eine der größten Herausforderungen sei es, stärker auf das Musikfest aufmerksam zu machen. Auch in Stuttgart selbst sei es über die "Musikfestgemeinde" hinaus zu wenig bekannt und müsse mehr in die Stadt hinein und an die Bevölkerung herangetragen werden. "Man soll merken: Es ist wieder Musikfest in Stuttgart", so Lorenz. Zudem müsse Europa - schließlich im Titel des Festivals verankert - mehr Betonung finden. Dazu kann sich Lorenz die Bildung von Komponisten- oder Länderschwerpunkten, die Wahl eines Partnerlandes oder eines poetischen Schwerpunktes vorstellen. Im Rahmen solcher Schwerpunkte sieht er auch die Möglichkeit, Experimentelles und neue Musik zu integrieren sowie mehr Kinder- und Jugendprogramme anzubieten.

Wohl nicht zuletzt weil er als ein Experte für Marketing gilt, entschied sich die Findungskommission der Bachakademie für Christian Lorenz. Eine Station in seinem Berufs- und Ausbildungsleben war ein Studium des Kulturmanagements in Hamburg. Zuvor hatte er Philosophie, Musikwissenschaft und Germanistik studiert sowie eine Dirigentenausbildung bei Jiri Stárek abgeschlossen und war als Repetitor mit Dirigierauftrag in Trier tätig. 1995 bis 2003 war er Direktor der Orchesterakademie des Schleswig-Holstein Musikfestivals und künstlerischer Leiter des Orchesters der Uni Lüneburg, wo er auch einen Lehrauftrag für Kulturmanagement innehatte.

"Marketing klingt immer so kühl und kunstfern. Das ist damit überhaupt nicht gemeint", so Lorenz. Es gehe vielmehr darum, "sich immer wieder darüber klar zu werden, dass wir unsere Aktivitäten für die Menschen betreiben". Man unterliege als Künstler der Gefahr, etwas nur aus eigenem Antrieb zu machen und zu vergessen, für wen man es tue. "Alle Kunstausübung macht aber nur Sinn mit einem Publikum", so Lorenz. Kunst und Vermarktung seien in einer Kulturinstitution aufeinander angewiesen. Nach seiner Wunschvorstellung sollen in Zukunft vor allem Menschen angezogen werden, die bisher noch nicht mit der Akademie in Berührung kamen.



Ähnliches hat Lorenz schon bei der Südwestdeutschen Philharmonie erreicht. Dabei hatte er insbesondere die Jugend im Blick. Lorenz erfand eine eigene Marke, "eduART" genannt, die verschiedene Altersstufen anspricht und unter anderem Sitzkissenkonzerte oder Besuche in Schulen umfasst. "Das Besondere an 'eduArt' sind gar nicht so sehr die Inhalte - das machen viele - sondern die Tatsache, dass wir dem Projekt einen solchen Titel gegeben haben", erläutert Lorenz. "Ich denke, dass man auch bei der Bachakademie eine Art Angebot für Jugendliche schaffen sollte, das durch ein Logo wiedererkennbar wird und mit dem sich junge Menschen leicht und gerne identifizieren", formuliert Lorenz eines seiner ersten konkreten Ziele.

Bei all seinem Ideenreichtum und Tatendrang ist der künftige Intendant allerdings darauf bedacht, nicht "alles auf den Kopf zu stellen und diejenigen zu verprellen, die sich mit dem bisherigen Erscheinungsbild der Bachakademie identifizieren". Es gehe nicht darum, seinen persönlichen Geschmack durchzusetzen, sondern um die Frage: "Wie bringen wir das, wofür wir stehen, zu den Menschen". Ein Wechsel in der Führungsposition sei eine gute Möglichkeit, dies zu überdenken. Der gemeinsame Neuanfang birgt somit viele Entwicklungschancen - sowohl für Christian Lorenz selbst als auch für die Bachakademie.

Die Fotos zeigen Christian Lorenz mit Andreas Keller auf einer Bergwanderung an dessen Urlaubsort in der Schweiz.