

Abschrift der Dialoge der ungekürzten Rohschnittfassung 01

01

Heike Wilms: Also hier war es schön einfach eine leere Küche vorzufinden. Und neu zu beginnen mit Einräumen. Im alten Büro stand ich ja da noch, abends um 10 am Schredder und habe noch mit Lust drei Ordner aufgelöst. Erst dachte ich, huch, das fühlt sich an, als würde ich die Firma verlassen. Aber dann habe ich gemerkt, das ist weniger Ballast.

Kathrin Hoffmann: Ja, das empfinde ich jetzt auch so, wir haben uns jetzt wirklich von vielen Sachen entledigt, und vieles ist mal durchgeschaut worden, und dafür war es schon sehr sehr gut. Dass man das mal gemacht hat, diesen Umzug.

...

... und Nachteile kann ich jetzt eigentlich gar keine benennen, im ersten Zuge, fallen dir welche auf? Nachteile hier?

H: Es ist natürlich ein bisschen dunkler als vorher, weil wir jetzt in einer sogenannten Beletage sind, in einer kleineren Straße, und vorher waren wir über den Dächern. Wir schwebten immer so ein bisschen über der Welt, fand ich. Der Nachteil war, dass es im Winter so wahnsinnig kalt war. Dass ich manchmal in Wanderstiefeln gekommen bin, und im Sommer so superheiß, dass wir sämtliche Ventilatoren ausgegraben haben, die wir finden konnten. Und dann wirklich nur noch im Tanktop saßen. Und barfuß durch die Gegend gelaufen sind. Das ist jetzt alles ein bisschen gesitteter. Ich fühle mich jetzt auch ein bisschen bürgerlicher als vorher in Kreuzberg.

K: Das stimmt. Es ist auch ruhiger als vorher. Das ganze Umfeld finde ich. Wenn man hier aus dem Haus tritt, das ist nicht so pushy wie in Kreuzberg. Obwohl unser See war schon auch schön.

H: Das Engelbecken.

K: Das Engelbecken.

H: Also ich hatte immer den Eindruck, die alten Räume passen zu Karsten Witt Musikmanagement, weil wir zeitgenössische Musik machen, und das war alles so neues Leben in diesen alten Fabriketagen. Das spüre ich jetzt noch nicht, jetzt spüre ich neues Leben in alten bürgerlichen Räumen. Ich glaube, da muss ich mich noch ein bisschen dran gewöhnen.

Heike Wilms: Ja, Karo, du hast gesagt, dass Du erleichtert bist, als wir umgezogen sind, das klingt ja nicht nur nach einem kürzeren Weg, den du hast, sondern auch nach was?

Karoline Jacob: An den Tapetenwechsel, weil ich jemand bin, der immer wieder neue Impulse braucht. Und wenn ich jetzt zurückblicke, bin ich wirklich erstaunt, dass ich diese Firma so lieben gelernt habe, weil es so vielseitig ist, also ich müsste lange nachdenken, welcher Job in der Branche ein solches Spielfeld bietet, weil wir nie nach Schema F arbeiten können. Faktisch nicht. Ich liebe es, dass sich immer neue Konstellationen ergeben, also jedes Einzelengagement ist an sich ja schon eine Neukonstellation, weil sich entweder Künstler und Veranstalter ändern, anderer Künstler anderer Veranstalter, das Genre kann sich ändern von Kammermusik Solorecital bis hin zu Opernproduktionen, Tanzgastspiel, also das ist so vielfältig in der Kommunikation, das ist so vielfältig in der Kombination, dass es immer wieder einzeln neu betrachtet werden muss von uns. Mir ist tatsächlich noch nicht langweilig geworden hier.

H: Bei mir ist es ja so als Projektleiterin, dass ich immer Routine auch suche, dass ich Abläufe brauche, die schon auch routiniert sein können. Weil ich sonst was vergesse. Weil mir irgendwas ein Fehler passiert. Oder so ... dann habe ich natürlich gemerkt, dass das nicht der Fall ist, dass jedes Engagement wieder anders ist. Und dass auch meine Künstler auch immer, wenn ich denke, ich kenne sie jetzt, mich dann überraschen mit dem, was sie plötzlich wollen, oder was sie plötzlich doch alleine machen. Auch die haben natürlich Phasen, gute und schlechte, und ich bin immer so begleitend dabei. Ich freue mich immer noch über jedes Engagement, was gut geht. Ich bin immer noch nach jedem Projekt froh, wenn es geklappt hat.

...

K: ... also natürlich sind wir in der Verantwortung. Das empfinde ich total stark, und das ist für auch total so eine benchmark, die ich total ungerne loslasse, also mir ist das schon wichtig, dass wir alle auf einem Niveau arbeiten, was unsere Existenz rechtfertigt, oder ... was rechtfertigt, warum wir nochmal überhaupt in der Mitte sind. Heutzutage könnte Kommunikation ja oder läuft sie auch teilweise direkt zwischen Künstler und Veranstalter oder kreativen Partnern ... wofür sind wir denn dann da, wenn wir keine gute Arbeit machen? Also die Frage stelle ich mir dann schon oft, oder da schaue ich wie sich das Team im Laufe der Jahre neu zusammensetzt oder verändert, schaffen wir es noch, diesen Ansprüchen gerecht zu werden?

...

H: Also ich fühle mich ja so manchmal wie eine Spielerin auf dem Feld mit mehreren Bällen, und da kommt immer einer, und den stoppe ich kurz, gebe ich weiter, da kommt der nächste Ball, und so halte ich immer alle Bälle am Laufen. Also Projekte am Laufen und Sorge immer dafür, dass es weitergeht.

Estefanía Montes: Genau, ich glaube ein internationales Musikmanagement erfordert nicht nur ein tiefgehende Kenntnis in der Musikbranche, sondern auch in verschiedenen Aspekten wie Recht, Finanzen, Kulturpolitik, also man muss gleichzeitig über alles denken.

Karoline Jacob: Ja, und ich habe den Eindruck, dass ihr als Projektleiter, die ihr diese ganzen administrativen Vorgänge abarbeitet, da ja wirklich jeden Tag euch in neue Regeln reindenken müsst. Noch viel mehr als wir. Die wir nur mit den Veranstaltern und den Künstlern übers Repertoire sprechen. Also du kriegst wahrscheinlich die verschiedensten Verträge auf den Tisch, sortierst du dir das irgendwie?

E: Nicht, eigentlich nicht. Es gibt viel Erfahrung im Team, und man direkt an verschiedene Kollegen fragen, ...

...

E: Deshalb ist sehr wichtig, Internationalität in unserem Büro zu haben. Weil man kann auch direkt fragen, auch über kulturelle Fragen oder Psychologie, wie kann man das besser ... eine Pause: I want to say, how can we request something in the best way? Tot he other institution?

K: Ja. Und wie formuliere ich das ...

E: Am besten ...

K: ... so, dass ich verstanden werde, vielleicht?

E: Wie kann man das am besten formulieren? So dass wir diese outcome, die wir haben wollen, bekommen?

K: Jaja, was Verhandlungen angeht, das ist wirklich sehr länderspezifisch, auch wenn sich alle Länder sehr weiterentwickeln, auch wenn ich immer sehr vorsichtig bin, was Klischees angeht, weil sich auch dort die Gesellschaft verändert, die Art der Kommunikation verändert, aber es gibt tatsächlich Länder, wo klar ist, die Summe, die genannt wird, die haben wir zu akzeptieren oder unser Künstler zu akzeptieren, und es gibt keinen zweiten Schritt. Das ist natürlich gefährlich, wenn man denkt, man kann denkt, man kann weiterverhandeln und dann beendet die andere Seite die Verhandlung. Ja, das Pendant dazu wäre dann eine Kultur, wo du dir definitiv viel Spielraum im ersten Schritt schaffen musst, damit du bei dem Ergebnis landest, welches du anstrebst. Das ist immer so ein bisschen Intuition und tatsächlich Fingerspitzengefühl, es gibt so unterschiedliche Nuancen, die man dann auch in

der Kommunikation dann auch beachten muss, wie fordernd kann ich sein. Ne, ja.

E: Es ist kein ... es gibt kein Buch dafür, man muss es lernen jeden Tag, es gibt keine bestimmte Punkte, wo man ...

K: Genau ...

K: Hm. Ja. Das ist finde ich ein ganz wichtiger Aspekt. Für mich kommt auch noch rein, dass Musik an sich, unsere Musikwelt global funktioniert, Musik ist eine universelle Sprache, da bin ich total im Herzen idealistisch, da bin ich total im Herzen idealistisch, was das angeht. Wie wichtig es ist, von der eigenen Nationalität und den eigenen Regeln abzurücken, dass es wirklich um Toleranz geht und ganz andere Kriterien, wenn man gemeinsam Musik macht und nicht ohne Grund, das ist ja auch noch was, unsere Künstler zu unterstützen woanders ihren Wohnsitz aufzubauen. Die müssen sich ja für ein Land entscheiden, aber tatsächlich arbeiten sie überall, und auch die Orchestermusiker sind nicht mehr nur in ihrem Heimatland beschäftigt, sondern die meisten Orchester sind international besetzt. Hier wirklich diesen Verständigungsaspekt immer wieder auch mit zu leben und für sich selbst – ja, mir geht es auch genauso, ich lerne immer dazu, ich finde das so schön, so viele Perspektiven kennenzulernen.

E: Man entwickelt auch ein gemeinsames Respekt.

Karsten Witt: Genau. Wir sind eigentlich zwischen Veranstaltern und Künstlern tätig, mit den Künstlern haben wir Verträge, die vertreten wir. Und die Veranstalter zahlen die Honorare, insofern – die führen ja auch die Veranstaltungen durch, und insofern sind das natürlich die Leute, von denen wir eigentlich abhängig sind. Die Künstler erscheinen als unsere Auftraggeber, aber unsere Abhängigkeit, die ist in erster Linie von den Veranstaltern. Das ist also doch eine sehr interessante Zwischenposition, die wir da haben.

...

Estefania Montes: Es ist auch wichtig zu wissen, wir arbeiten für ein gleiches Ziel, wir haben das gleiche Ziel, Erfolg, allgemein, so würde ich sagen, ...

K: Ja, genau. Erfolg, das kann natürlich heißen, Anerkennung, Prestige, das kann aber auch heißen, Geld verdienen, das kann heißen, sehr berühmt sein auf der Welt, viele follower haben und so weiter, aber ich glaube, das, was uns alle zusammenbringt ist am Ende der künstlerische Erfolg. Also die wirkliche Exzellenz und vielleicht in letzter Konsequenz, dass wir die Ansprüche der Komponisten erfüllen, die uns die alle stellen. Das sind die Leute, denen wir eigentlich dienen. Die Komponisten, deren Ideen wir verwirklichen. Die die Veranstalter verwirklichen, die die Künstler verwirklichen und denen wir helfen dabei.

...

E: Und das ist ziemlich wie eine Beziehung, eine persönliche Beziehung zwischen Manager und Künstler – und wir sind fast jeden Tag in Kontakt. Vielleicht mehr in Kontakt als manche Familien- ... wie sagt man ... family members ...

K: Ja. Familienmitglieder.

E: Familienmitglied.

...

K: Ja, und wir müssen perfekt sein, ne. Das ist natürlich die Herausforderung für uns. Die Künstler können improvisieren und sich darauf verlassen, dass das alles schon irgendwie geregelt wird, die Veranstalter können improvisieren, weil sie die Macht haben zu sagen, ich brauche morgen das, also zum Beispiel, wir haben dem schon geschickt die Biographie, die Pressestimmen, was weiß ich, Pr-Material, was auch immer, vor ein paar Wochen. Dann kommt der Anruf, kannst du mir das bitte schicken? Da sagst du, ich hab das schon geschickt. Ja, kannst du das noch mal schicken. Ja, kannst du von unserer Webseite

herunterladen. Nein, das ist mir zu kompliziert. Also, jetzt will er es noch mal schicken, und dieses, das müssen wir natürlich freudig gut gelaunt machen, weil letzten Endes ist – auch da spielt natürlich die persönliche Beziehung eine große Rolle, dies Vertrauen, dass wir das für sie regeln, und dass letzten Endes das, was uns unsere Existenzberechtigung gibt, wozu man uns überhaupt braucht. Weil sonst könnten die das ja auch untereinander machen. Aber wir müssen halt besonders perfekt sein.

E: Ja, ich glaube auch ein bisschen Diplomatie haben, es ist nicht, dass wir Familie sind, aber diese Diplomatie, würde ich sagen, meine Meinung, man muss es behalten. Nicht nur für den Künstler, aber auch Veranstalter. Weil sonst wäre vielleicht ein bisschen kompliziert.

K: Das ist natürlich sehr unterschiedlich hier, hier im Büro, je nachdem wie lange die Leute schon dabei sind. Man wächst ja so mit seiner Generation, wächst man so allmählich in eine Situation hinein, wo man mit den Leuten, die man schon kennt, mit denen man schon Beziehungen hat, die Dinge regelt. D.h. die Leute, die irgendwann mal Dramaturgen waren, die werden Intendanten, die Leute, die irgendwann einmal im Orchester mitgearbeitet haben im Betriebsbüro, die werden irgendwann Orchesterdirektoren, und so die meisten Leute, die in irgendwelche neue Positionen kommen, die kennen wir dann schon.

E: Manchmal wir haben zusammen studiert in – an der Uni oder in der gleiche professionelle Entwicklung ... ge haben.

Kerstin Alt: ... ich muss gestehen, die erste Künstlerin als Musikmanagerin habe ich hier in Berlin bei einem Wettbewerb kennengelernt. Da saß ich neben der und mein Freund damals war auf der Bühne und hat gesungen. Und ich habe mich mit der unterhalten, darüber. Das war sehr interessant.

Karsten Witt: Ja, die erste Künstlerin, für die wir gearbeitet haben, war jemand, die ich als 13-Jähriger im Vorspielabend an der Hochschule erlebt habe. Also das sind halt dann so lebenslange Beziehungen. Eigentlich. Die da geknüpft sind, die sind auch auf Dauer angelegt, so wie Freundschaften eigentlich. Die Frage ist, was unterscheidet das von einer Freundschaft, was wir hier machen? ... Wir müssen halt doch immer die Distanz halten, weil wir natürlich letzten Endes ... gar nicht so einfach, darauf zu antworten. Habe ich mir eine schwierige Frage gestellt

...

K: Mich hat eigentlich immer die soziale Seite interessiert. Mich hat die Seite interessiert, wie Menschen zusammenleben, wie sie miteinander kommunizieren, und das hat mich beim Orchestermanagement damals natürlich interessiert, selbstverwaltete Orchester zu gründen, Ensemble Modern, Kammerphilharmonie, die ganz anders zusammen arbeiten. Das interessiert mich hier an unserer Firma. Dass wir das hier wirklich kooperativ das machen. Und dass jeder die Möglichkeit hat, Initiativen zu ergreifen, sich selber zu verwirklichen, und das ist natürlich hier so ein Job, wo jeder sehr selbstständig mit seinen Künstlern arbeitet, und in voller Verantwortung auch für die ganze Firma mit Veranstaltern spricht, auch nicht nur über seine eigenen Künstler, auch über alle anderen. Also insofern, dieser Aspekt, dass wir selbstständig arbeiten, selbstbestimmt arbeiten, das ist für mich ein sehr wesentlicher Punkt. Und natürlich gilt das auch für die Künstler. Es gilt wiederum, dass die das tun, was sie wollen. Das ist ja der Sinn künstlerischer Arbeit, dass man sich selber verwirklicht, dass man etwas tut, was andere Leute eben nicht tun können, nämlich sich selbst verwirklichen, komplett, und damit den anderen Menschen dann Vorbild und Freude sein.

KA: Ja, und wir sind da so ein Rädchen in diesem ganzen System, das eben auch Anstöße geben kann. In alle Richtungen. Sowohl den Künstlern. Zwischen den Künstlern. Mit den Veranstaltern. Einfach um neue Dinge zu finden, neue Kollaborationen, neue Formate.

K: Ich denke, diese Motivation ist auch der Grund, weswegen wir auch von Zeit zu Zeit auch selbst veranstalten. Weil wir eben dann diese Funktion selber wahrnehmen. Wo wir denken, andere Leute machen das nicht genug, oder wie

auch immer. Jedenfalls wenn wir hier ein Konzert in der Philharmonie oder ein Festival durchführen, dann machen wir das wegen des Programmes, um den Künstlern ein Auftritt zu geben, jedenfalls, ich denke mal, wir sind irgendwie gewohnt, backstage zu arbeiten und den Künstlern eine möglichst perfekte Bühne zu bieten.

KA: Ich bin eigentlich auch damit sehr zufrieden, da gar nicht im Vordergrund zu stehen. Merkt ja auch keiner, was wir machen. Das ist das einzige bei diesem Job, wo man vielleicht bedenken muss, dass man nicht das Zentrum steht. Wenn was schief geht, müssen wir es auffangen. Und wenn es super läuft, merken die Leute gar nicht, dass wir da sind oft.

K: Ja, ich glaube, das ist die Schwierigkeit, für manche Leute hier, nicht. Vor allem für junge Leute, die das noch nicht so gewohnt sind. Die noch nicht diese Leidenschaft entwickelt haben, denn man kriegt da sehr wenig positives Feedback, ne.

KA: Aber wir freuen uns – also ich freue mich jedes Mal riesig, wenn etwas klappt. Und das Konzert dann stattfindet, und alle glücklich sind hinterher. Am Tollsten ist es, wenn wir auch dort sein können, aber das ist – das schaffen wir natürlich nicht immer.

Kathrin Feldmann-Uhl: Man braucht ein Gefühl für die Menschen. Und das bekomme ich nur im persönlichen Kontakt. Das ist im übrigen dasselbe wie home-office und Büro.

Kerstin Alt: Das ist auch eine Reise.

Ka: Das ist auch eine Reise, genau. Und das ist für mich persönlich auch total wichtig, dass ich in persönlichen Kontakt komme. Weil man dann die richtigen Entscheidungen trifft. ...

Ke: Ich glaube, das ist besonders wichtig, dass man die Leute persönlich sieht, weil man – ja – weil man ihnen in die Augen schauen kann, weil man da einfach mal einen Kontakt bekommt, und sieht – ja – man sieht in dem Blick schon allein, wie reagiert der jetzt darauf, was ich jetzt so sage. Haben wir überhaupt – naja, Chemie ist das falsche Wort, aber sind wir auf der gleichen Wellenlänge? Und in solchen doch persönlicheren Gesprächen kommt man oft zu ganz anderen Punkten. Die man sonst gar nicht anspricht.

Ka: Das stimmt. Das kriegt sofort eine andere Qualität, eine andere Tiefe. Also ich würde das mal so stufenweise sehen. Der erste Kontakt ist per email oft mit einem Veranstalter. Und wenn die mich noch nicht kennen, und da ich noch nicht so lange zu KWMM gehöre, haben die erst mal nur meinen Namen und möglichst formelle mail. Der nächste Griff ist zum Hörer, dann hat man schon mal eine Stimme. Das ist für mich persönlich schon mal eine ganz andere Qualität. Ja, und die Königsdisziplin ist, wenn man dann mal vor Ort ist und sich in die Augen schaut, und sich ganz anders wahrnimmt und das für mich persönlich hilft das auch, mich mehr in die Perspektive des Veranstalters zu versetzen. ...

Ka: Ich finde das total wichtig, weil ich denke, wir alle sind gehören zu so einer Art großen wie soll ich das nennen Familie ist zu viel gesagt. Das wäre glaube ich nicht ehrlich aber

Ke: Naja, wir sind ja gerade durch die Pandemie sind wir enger aneinander gerückt, da haben sich auch die verschiedenen Vereine gegründet, wo man sich austauscht, und ich finde diesen Austausch auch sehr wichtig. Ich mache das sehr gern mit Kollegen, ich habe auch in einer anderen Agentur schon gearbeitet. Kenne also das auch. Und freue mich da auch ehemalige Kollegen zu treffen, das passiert auch manchmal. Ja, diese zufälligen Begegnungen natürlich auch mit anderen Künstlern übrigens. Die nicht unbedingt zu uns gehören, aber mit denen man sich ja auch austauschen kann. Das könnte ein Dirigent sein. Kann aber auch ein anderer Solist sein, der auch ein bisschen was Neues erzählt.

Ka: Ja, ich war – Zufall? Ich meine natürlich man wird auch man hat ja bestimmte Vorstellungen im Kopf, wie jemand klingt, oder wie jemand ist, ich war vor kurzem in der Wigmore Hall und habe einen Pianisten kennengelernt, ich dachte, ich habe nichts erwartet, und wie der Zufall es will: Ich war geflasht. Wie selten, von diesem Rezital, ich kannte dir nicht sagen warum. Aber das war eben auch dieses – ich hatte mir den vorher auf Youtube mal angehört. Und dann habe ich ihn live gesehen – und er hatte eine derartige Aura, ich glaube Aura und Charisma ist etwas das kann ich nur live erleben. Und das ist das, was man auch nicht ausdrücken kann, das steht auch in keinem Programmheft, sondern das kann man nur eben auch gemeinsam mit dem Publikum erleben, das ist so ein großer Resonanzraum. Der da entsteht. Und wenn ein Künstler auch kein Charisma hat, und ein reiner Techniker ist, dann merkt man das leider auch. Dann geht das – dann entsteht dieser Resonanzraum nicht.

Ke: Ja, und das ist auch ganz wichtig, dass wir das erleben. Weil wir müssen ja davon erzählen können. Hinterher. Ich finde das auch immer viel leichter, wenn ich an einen Veranstalter schreibe und sagen kann, ah, ich habe den und den gerade gesehen. Das hat dann viel mehr Gewicht. Als wenn ich nur schreibe, ja, der macht gerade diese Saison ...

Ka: Und diesen Preis und das und so ... ich meine so ein alles herausragende Künstler*innen, aber genau dieses μ mehr, was man eigentlich nur beschreiben kann, wenn man es mal erlebt hat. So eine Bühnenpräsenz.

Ke: Nur leider können wir nicht zu jedem unserer Künstler reisen. Das schaffen wir einfach nicht. Ein großer Teil unserer Aufgabe ist ja auch, das richtig zu planen. Wann sehen wir wohin, welches Repertoire, wann sehen wir wen, welches Repertoire ist wichtig zu sehen?

Ka: Also die Reiseplanung, das weiß jeder Projektleiter, jede Projektleiterin, da steckt der Teufel auch extrem im Detail, das ist wahnsinnig aufwendig, das gut zu machen. Und das ist manchmal auch eine frustrierende Arbeit, weil es natürlich grundsätzlich nicht so spannend ist, sich über Hotel und Flugzeiten und so weiter so ein großes Puzzle, das muss aber passen am Ende. Und wenn es nicht passt, kann aber schnell wirklich eine Schiefelage passieren.

Ke: Ja, weil das ist natürlich für Künstler ganz wichtig, dass sie sich wohl fühlen, dass sie in ihrem Element sind, dass sie sich einfach auf ihre Arbeit konzentrieren können und nichts stört. Wenn allerdings alles glatt läuft, dann merkt es meistens keiner. (Lachen)

Ka: Ganz schön undankbar.

Maike Fuchs: Ja natürlich, und das sind letztendlich auch Elemente, die überhaupt nicht in der Macht des Künstlers stehen. Ist der Saal voll, ist der Saal halb leer? Sehr schwer in einem halb leeren Saal irgend eine Form von Magie zu erzeugen. Wie ist das Instrument an dem Tag, regnet's – gewittert's? Das beeinflusst ja auch irgendwas. Was für eine Stimmung ist im Publikum? Ist das Publikum sozusagen bereit für einen magischen Moment. Oder arbeitet der Künstler die ganze Zeit gegen etwas an? Aber man weiß es auf jeden Fall wenn es passiert. Das merken glaube ich alle ...

Kathrin Feldmann-Uhl: Das stimmt, und das ist, was wir gerade eben auch besprochen haben, und das ist warum wir auch so oft, und warum es so wichtig ist, vor Ort zu sein. Weil das kann man eben nur selbst erfahren, und dann begreift man, im besten Fall, warum es mal nicht funktioniert hat, aber verrückter Weise, wenn es funktioniert hat, kann man es kaum beschreiben, das ist genau, wie du sagst, das ist die Magie des Augenblicks. Und trotzdem, ich glaube, dieser Begriff Perfektion, das ist natürlich – unsere Künstler*innen haben ja einen wahnsinnig hohen Anspruch an sich selber – und sind wahnsinnig talentiert. Und kommen genau mit diesem riesen Paket zu uns, und dann haben wir natürlich im Gegenzug würde ich sagen, auch so ein bisschen den Druck mindestens genauso ...

M: ... abzuliefern ...

K: ... abzuliefern, so perfekt zu sein, sei es die Organisation, sei es die Kommunikation, die ja wohl das Wichtigste ist, was wir tun. Jeden Tag. Und das ist manchmal auch ein bisschen ... also das ist nicht leicht zu handeln.

M: Na vor allen Dingen, weil es ja die Parameter sind ja eben auch nicht voll unter unserer Kontrolle. Es ist ja nicht so, als hätten wir unbegrenzt Zeit, könnten jedes Problem unbegrenzt wälzen, sondern wir müssen ja sehr oft sehr schnelle Entscheidungen treffen und de facto ist es eigentlich ... seit 20 Jahren bei mir so, dass ich – ich werde diese eine Sache machen heute -und dann klingelt das Telefon, und dann mache ich was ganz anderes, weil in diesem Moment etwas anderes sehr viel dringender ist. Und vielleicht ist das auch so eine gewisse Perfektion in unserer Arbeit (es klingelt an der Tür) dass wir eben ... ah!

(Beide singen die Türklingelmelodie nach – sehr schön!)

...

M: ... bei uns in unserer Arbeit Perfektion würde ich sagen, erinnerst du dich als Jonathan eingesprungen ist, beim London Symphony Orchestra? Das war

tatsächlich so ein Moment, wo ich sagen würde, das war perfekt. Ich wach am Sonntag Morgen auf, sehe die email vom Orchestermanager, ob wir jemanden haben, der Adams Harmonielehre dirigieren kann, denke so ... hmm ... das könnte Jonathan. Stehe mal auf, mache mir schnell einen Kaffee, weil ohne geht es nicht. Schau – und denke, könnte passen. Könnte wirklich passen. Schicke ihm eine Nachricht. Kommt aber noch nirgendwo an. Und denke aber, das kann er wirklich – und denke, ich schreibe dem jetzt zurück, dass ich jemanden hab.

K: Ach, bevor du wusstest, ob er ...?

M: Ja, weil er war ja noch gar nicht wach. Relativ früh am Sonntag. Nun gut, wenn man eben jemanden 20 Jahre kennt. Dann ... ich frage immer lieber, aber in dem Moment war die Schnelligkeit wichtiger und ich war mir eigentlich 99,9 Prozent sicher, dass das jetzt toll klappt ... und ich habe mir natürlich auch gedacht, da sind ja jetzt x andere Dirigenten im Rennen, schauen wir mal. Also ... und dann kam gegen halb elf der Anruf vom Orchestermanager, dass da ... gut. Dann wurde mir relativ schnell klar, der hat gar nicht jemand anderen noch. Das könnte also wirklich was werden. Dann kam derweil die Textnachricht, von Jonathan. Ich kann das alles auch auswendig. Superprogramm. Und dann nimmt das so seinen Lauf und äh ... dann war's tatsächlich auch so, er musste an dem Abend noch fliegen. D.h. der Flug musste her, ein Hotel musste her, das war nicht ganz einfach, es war irgendein Champions League Spiel in London. Genau. Dann musste die Bibliothekarin noch überredet werden die Partitur mit den Strichen im Hotel, was wir dann gefunden hatten ...

K: Diese ganzen kleinen Puzzleteile ...

M: Jaja.

K: Ich meine, das ist eben auch unser Job, dass das auch funktioniert. Und es ist das Konzert am Ende auch ein wunderbarer Erfolg gewesen, aber auch weil du es ... weil du die richtigen Fäden sofort gezogen hast.

M: Und weil ich glaube ich im richtigen Moment nicht gezögert habe, und mich da einfach auf meine Intuition verlassen habe. Genau. Und wenn dann irgendwie so Mitte der Woche der Anruf vom Orchestermanager kommt, wie sieht es denn die Woche danach aus? Falls unser Dirigent noch länger ausfällt, könnte er vielleicht mit uns auch nach Australien fahren? Und du weißt in dem Moment, das läuft, und zwar so richtig. Klar, das ist dann mal ... das ist dann mal perfekt.

K: Das ist unser – unser Erfolg.

M: Das ist aber auch letztlich etwas, weil wir vorhin kurz das Thema Zielvorstellungen hatten, das kannst du ja nicht planen, sondern du musst dann wirklich 100 Prozent da sein, wenn so ne Gelegenheit sich ergibt.

Yan Dribinsky: Genau ... aber nichtsdestotrotz du überblickst alle Künstler die wir hier haben, und wie bereitest du die Reisen dann vor in dem Fall, wo du die komplette Firma präsentieren sollst?

11:15:06

Maike Fuchs: Eben durch briefings der Kollegen, und eben dadurch, dass ich so viele wenn man so will übergeordnete Reisen mache, nach Schweden zum Beispiel, da bin ich ja dran gewöhnt, dass ich die ganze Liste mitnehme, d.h. da bin dann schon ziemlich auf dem Laufenden, dadurch dass ich ja auch schon ziemlich viel auf unseren social media Kanälen mache, weiß ich auch schon ziemlich genau, was gerade aktuell ist und kann das ziemlich problemlos mitnehmen, aber es ist eben auch ein bisschen Erfahrung und letztendlich im Verkauf geht es ja nicht nur darum, quasi von uns aus zu denken, sondern fast noch mehr geht es darum, zu verstehen, was ist das für ein Veranstalter, was interessiert diese Institution? Welche Künstler von uns haben da überhaupt eine reelle Chance? Und dann bereitet man das Gespräch eben entsprechend vor.

Y: Das heißt für uns, nicht nur die Künstler sind wichtig an der Stelle, sondern wir begegnen den Veranstaltern – und was ich damals von der alten Adler, der mir immer gesagt hat, gelernt habe, die Künstler kommen und gehen. Die Veranstalter bleiben.

M: Manchmal bleiben die Künstler Gott sei Dank auch sehr sehr lange.

Y. Manchmal werden die Künstler auch für die längere Zeitperiode – aber für uns ist das wirklich wir setzen – was an unser Beruf schwierig ist, wir sitzen nicht nur an zwei Stühlen, sondern wir sitzen finde ich manchmal an drei Stühlen oder vier Stühlen. Weil wir verschiedene Veranstalter bedienen müssen.

...

M: Du hast mal irgendwann gesagt, das hier wäre das beste Team in dem du jemals gearbeitet hättest. Was macht das für dich aus?

Y: Wir haben in der ersten Linie sehr kleines Team. Was überschaubar ist. Und wo wir tatsächlich ... wie gesagt, wir haben keine in Führungszeichen keine Vorgesetzte, oder die Vorgesetzte in dem Sinn, wo der sagt, also du kommst heute um 9 Uhr und du musst eine Liste a b c d e und am Ende des Tages mir einen Bericht schreiben, was du gemacht hast. Wir sind wir haben freie Hände. Natürlich müssen wir die Ergebnisse liefern sowohl seitens der Projektleitung, dass die Künstler mit der ganzen Abwicklung zufrieden sind, als auch Managementteam, wo die Künstler mit der finanzielle Lage zufrieden sind, und dann eben damit die Geschäftsführung mit den Zahlen so mehr oder weniger

zufrieden ist. Wo wir unseren Verkauf machen. Aber wir haben keine klare Hierarchie, und wir sprechen auf eine Ebene. ...

M: Also im Prinzip, Entscheidungen natürlich treffen wir Entscheidungen in unserer dreiköpfigen Geschäftsführung. Aber was wir versuchen ganz regelmäßig zu machen, sind Klausuren. Wo nächste Woche zum Beispiel wieder ein ansteht. Dann werden externe Moderatoren – und dann kommen schon so ein paar richtungsentscheidende Themen auf Tapet, und wir versuchen aber auch – und das hat dieser externe Moderator, mit dem wir ganz lange auch schon zusammen arbeiten, der hat das mal als partizipativen demokratischen Führungsstil bezeichnet, was wir haben, also dass wir gerne wenn wir Entscheidungen treffen müssen, dass wir die im Team treffen müssen, dass wir zum Beispiel ein Seniorteam haben, aus den Leuten, die schon 8 bis 10 Jahre oder länger dabei sind, und dass wir versuchen, das in diesem Team erst mal so ein bisschen abzustimmen, wenn es eben wirklich um entscheidende Dinge geht, wie den Umzug, den wir jetzt gemacht haben, das war etwas, was wir wirklich mit allen besprochen haben. Und klar, letztendlich, was jetzt finanzielle Entscheidungen anbelangt, da liegt natürlich die Verantwortung und die Bürde bei der Geschäftsführung diese Entscheidungen zu treffen. Aber wir versuchen schon bei vielen Entscheidungen, vielleicht manchmal zu viel alle mitzunehmen. ...

Y: Wenn wir über die neue Künstler sprechen, da haben wir ungefähr jede Manager weiß ungefähr, wenn wir über die neuen Künstler sprechen, für welche Künstler der arbeiten möchte. Und da haben wir in der Regel zu 95 Prozent die freien Hände. Also wenn ich Dirigent A toll finde – und ich würde gern für ihn arbeiten und meine Kapazitäten mir das erlauben, und ich der Geschäftsführung sage, hey, ich habe jetzt einen guten jungen Dirigenten, lass mich den probieren, für ihn zu arbeiten, natürlich wir diskutieren das in der Runde. Natürlich höre ich um die Meinung, aber wenn ich persönlich von ihm oder von ihr überzeugt bin, dann würde ich das ausprobieren und niemand wird mir die Hände fesseln und sagen: Nein, wird es nicht! ...

M: Und das motiviert dann ja auch, wenn man viel Eigenverantwortung haben kann. Und das fange ich nochmal von vorne an: Das motiviert ja auch, wenn man viel Eigenverantwortung haben kann, und gewisse Dinge auch selber entscheiden kann. Merken wir ja alle an uns selber. Wenn wir was machen dürfen, was wir auch wirklich machen wollen, ist das Ergebnis immer ein anderes, als wenn jemand sagt,

Y: Gewungen ist ...

M: Das wollte ich sagen.

Yan Dribinsky: ... und natürlich, was Berlin auch besonders macht, denke ich, diese freie Szene. Ich glaube nicht, dass es irgendwo in Deutschland so viele freie Ensembles unterwegs sind, als in Berlin und wenn wir über uns und unsere Veranstaltungstätigkeiten sprechen, da ist es für uns schon ein Challenge, diese interne Konkurrenz durchzuhalten. Auch programmatisch gesehen, und zusammen welche Kollektive wir für unsere Projekte einladen, welche Dirigenten, welche Solisten, da müssen wir tatsächlich auf Umgebung sehr sehr sehr darauf schauen.

Nikolaus Rexrodt: Ja, es gibt natürlich in Berlin eine riesen Konkurrenz, in unserem Bereich, wie du schon sagst, unglaublich viele Ensembles, unglaublich viele Künstler, die nicht nur Exzellenz, künstlerische Exzellenz repräsentieren, sondern auch irgendwie Innovation und unsere Musikbranche eigentlich die Grenzen immer weiter irgendwie nach außen setzen und ausreizen wollen. Und das ist glaube ich hier so ein Schmelztiegel. Berlin ist wie eine Art Schmelztiegel, wo auch die verschiedenen internationalen Einflüsse natürlich zusammen kommen und die Besten ihrer Fächer, da unsere – da eine Linie uns zeigen.

Y: Genau, also zum Beispiel unsere neue Projekt, die wir jetzt vor kurzem abgeschlossen haben, das ist überhaupt für uns ganze neue Bereich, ...

N: Classical next ...

Y: Diese Konferenz Classical next – ja, du hast schon aus meinem Mund heraus genommen und diese für mich obwohl ich bei der Firma schon lange bin und im Veranstaltungs- und Projektbereich mehr und mehr arbeite, und für mich diese gesamte Projekt und diese gesamte Konzept von diese Projekt war für mich – ich will nicht sagen ganz fremd, aber ganz ganz neu, vor allem mit den ganzen Off-Location, wo wir die show cases zum Beispiel in einem Nachtclub durchgeführt haben, das ist für mich wirklich eine ganz neue Erfahrung, ...

...

N: Die Classical next ist die weltweit größte Fachmesse für unseren Musikbereich, für die klassische Musik, allerdings mit dieser ganz klaren Ausrichtung, oder Fragestellung, wie sieht unsere klassische Musik in der Zukunft aus, und wie können wir durch eben neue Formate und durch Austausch einander irgendwie inspirieren und natürlich überlegen, wie kriegen wir die neue Generation mit ins Boot geholt? Also dieses Jahr waren eben 1400 Leute aus der ganzen Welt da, und was die classical next so besonders macht, ist ja dass das

auch Leute aus ganzen Bandbreite unseres Bereiches, unseres Sektors sind, also Labels, Orchester, Festivals, Künstler natürlich.

Y: Künstler natürlich, und sogar habe ich ein paar Kolleginnen und Kollegen getroffen, aus der Hochschulbereich.

B: Genau, education ...

Y: Education, das war für mich ganz neu. Wir hatten hier ein paar Kollegen in der Firma, die classical next damals als Teilnehmer besucht haben, also das war noch vor Corona Zeit, das war aber für mich überhaupt nicht klar, was das bedeutet, was das überhaupt hinter der classical next steht und jetzt wo ich mich mehr und intensiver befasst mit dem Thema habe, es ist tatsächlich sehr interessant und sehr zukunftsorientiert.

N: Und ich glaube für uns hat das natürlich als Firma einfach sehr sehr vielfältige Möglichkeiten und bietet einfach phantastische Chancen, auf der einen Seite natürlich das Vernetzungspotential und das ist bei der classical next glaube ich besonders groß auch teilweise in Länder, wo zum Beispiel nicht besonders aktiv sind, das ist ja auch wirklich ein Format, wo ganz explizit darauf geschaut wird, dass Leute auch aus Asien aus Südamerika, aus Afrika, aus Australien kommen und natürlich auch die Vernetzung spielt eine große Rolle, die Themen, die da diskutiert werden, also im empfinde das irgendwie auch als eine Art Fortbildung, wenn man dort in diesen Sessions drin saß, und von wirklich herausragenden Akteuren unserer Branche irgendwie input bekommt zu den verschiedensten Themen, seien es künstlerische Fragen oder auch marketing, also das waren absolut inspirierende Tage irgendwie, und dann aber über dieses Netzwerken und über neue Kontakte entstehen für uns natürlich ganz vielfältige Chancen.

Per Erik Veng: ... und die Ansprüche von neu ausgebildete Musiker heutzutage ist es nicht nur zu singen, oder spielen, oder komponieren, sondern man muss eigentlich auch in diese Welt reingehen, um selber Ideen zu machen und entwickeln. Und realisieren.

...

Nikolaus Rexrodt: ... in diesem Zusammenhang ist natürlich für uns auch sehr interessant, wenn wir mit den Ausbildungsinstitutionen auch in Kontakt kommen und auch den vielen jungen Künstlern, dass wir mittlerweile auch selbst ein Fortbildungsangebot anbieten, und zwar die KarstenWittMusikmanagement-Academy. Ja, und das ist ein Projekt, was wir hier auch mir Dir sehr intensiv zusammen entwickelt haben, natürlich auch mit Karsten, etwas, was auch daraus entstanden ist, dass wir als Unternehmen ja im Prinzip tagtäglich von vielen Künstlern aus der ganzen Welt kontaktiert werden, die uns vertreten ... die möchten, dass wir sie vertreten. Aber wir können natürlich auch nicht allen helfen. Und daraus kam ebend der Gedanke, ein Programm anzubieten, eine sogenannte Academy, wo wir sowohl in Gruppen, in Gruppenkursen, als auch im individuellen Coaching Künstler, die entweder auf dem Weg sind entweder richtig professionell damit Geld zu verdienen und damit ihr Leben zu bestreiten, oder in gerade auch nicht einfachen Situationen sind, je nachdem, dort so ein Angebot zu machen. Und wir haben ebend zwei Gruppenkurse, der erste ist wirklich Musikmanagement, wirklich die Basics zu verstehen, wer sind die Akteure, wie laufen Finanzströme, wie netzwerkt man und so weiter, dann über den zweiten Kurs, wo es über Projektentwicklung geht, wo glaube ich ein sehr spannendes Thema, was aktuell glaube ich unglaublich wichtig ist, dass Künstler oder Manager mit ihrer Projektidee zu uns kommen und wir entwickeln diese, bis hin wirklich zu einem fertigen Antrag, mit business-Plan und Marketing-Plan und Antrag und zu weiter, und das dritte Modul ist diese Implementierung mit dem individuellen Coaching, wo wir dann schon mit fortgeschrittenen Leuten wirklich in one-to-one-sessions sie in ihrer Karriere begleiten, ...

...

P: Das ist das genau richtige Timing, dass man jetzt mit dieser Academy dieses Angebot macht von KarstenWittMusikmanagement, und dass auch classical next kommt und also dass man wirklich diese unterschiedliche Elemente von Milieu da aufbauen in Berlin mit unterschiedliche Netzwerk und Weiterbildungsmöglichkeiten.

N: Also das ist ja irgendwie etwas, was sich sehr schön ergeben hat, wenn man allein schon auf unser Logo guckt, wir haben diese drei Punkte und das Künstlermanagement ist der erste und der zentrale Punkt, daraus haben sich dann die Projekte und Eigenveranstaltungen ergeben und jetzt wird das Ganze jetzt durch die Academy und durch diese Educationprogramm ergänzt und irgendwie macht das ja unser Unternehmen einfach aus, diese unglaubliche Vielfalt, in dem womit wir uns hier tagtäglich beschäftigen, also gestern ein riesen Konzert in der Berliner Philharmonie organisiert, davor hatten wir hier die ganze Welt zu Gast bei classical next, nach der Sommerpause stehen schon wieder ganz andere spannende Sachen an, große Festival Richtung performing arts, also auch interdisziplinär und das Ganze ergänzt sich irgendwie finde ich einfach ganz toll und zeigt, dass wir als Unternehmen, irgendwie ständig weiterdenken, nach vorne denken, und nicht irgendwie in starren Traditionen und Mustern irgendwie verfallen und das macht ja glaube ich ein Unternehmen auch so vital.

Elke Moltrecht: Unbedingt, denn ich glaube das ist deswegen so wichtig, weil sich auch die Musikformate verändern. Weil sich die Fragen an die Musik verändern und wenn wir die junge Generation gut vorbereiten auf die Vielgestaltigkeit Komponist Künstler zu sein oder gleichzeitig Veranstalter zu werden, Anträge stellen zu müssen, und dann sich in diesem sich verändernden Musikmarkt zu verorten, heißt das ja, dass man Fragen stellen muss, die auch neue Publikumsgruppen ansprechen. Und wenn es darum geht, so eine Relevanz immer auf der Ebene natürlich von auch von guter Qualität und auch von l'art pour l'art auf der einen Seite, auf der anderen Seite aber sich zu fragen, als Komponist, wie öffne ich Räume, wie gehe ich in andere Räumlichkeiten, also ich nehme mal ein Beispiel ...

Das merke ich jetzt beispielsweise, dass manche unserer Komponistinnen auch – die sind Bühnenbildner, die sind Filmer, die sind Dramaturgen, sie sind Autoren, sie sind Komponisten, sie sind Arrangeure in einer Person. Was heißt das für mich als Managerin eines solchen Künstlers? Ich muss ganz andere Produktionsabläufe jetzt mitdenken beziehungsweise ihn auch unterstützen. Es geht um Simon Stehen Anderson, ihn auch unterstützen, dass er einen Projektmenschen zur Seite gestellt bekommt, so dass er sich trotzdem auf die ganzen schöpferischen Bereiche, die da alle völlig untypische für einen Komponisten in seiner Hand liegen, also sehe ich es als ein Verantwortung, zu sagen, auch wenn ich jetzt für ihn die Managerin als Komponist bin, helfe ich ihm jetzt, ihm in seinen Arbeitsabläufen eine Person zur Seite zu stellen, dass er weiter so kreativ und weiter so wahnsinnig weit denken kann und gestalten kann, weil wenn man sich einmal mit ihm unterhält, er sprüht, solche vielen Ideen, wie er die Konzertform aufbricht, die Opernform aufbricht, demnächst will er ein Stück machen, ein Theaterstück mit Musik.

...

Per Erik Veng: ...und das ist ja auch eine Feststellung, dass KarstenWittMusikAgentur ist eigentlich der größte Agentur der Welt für Komponisten. Und das ist eine besondere Teil von diese Geschäft hier. Das ist so – das macht ja auch Sinn, dass das weiter entwickelt werden solche Weg, weil das ist wirklich eine – das haben wir auch die Kompetenz im Haus, damit man richtig eine, das man wirklich eine gute Gespräch mit die Komponisten haben, um das weiter zu entwickeln.

...

E: Wenn man nicht unbedingt davon ausgeht, dass Musik Kriege verhindern kann, bringt es aber Situationen, das haben wir gestern gehabt, mit dem War-

Requiem von Benjamin Britten, dass – also das Haus war voll, und man hat ganz viele verschiedene Sprachen wahrgenommen, jetzt nicht nur russisch, ukrainisch, also Sprachen, alle möglichen Sprachen – und das Beeindruckende war, neben dem Werk selber, dass der Dirigent am Ende eine Schweigeminute eingesetzt hat. Und das war magisch! Weil War-Requiem, Kriegssituation, und dann sitzt du da und dann kreiselt das in deinem Kopf und du denkst, meine Güte, das hat was bewirkt. Und die Leute gingen sehr – die Leute gingen alle sehr berührt raus – und ewiger Applaus.

P: Das war eine interessante Erlebnis, das war auch eine Veranstaltung mit einem Werk, einem britischen Komponist, Benjamin Britten, es wurde geschrieben in die 60er Jahre, mitten im kalten Krieg, und es war als Versöhnungswerk gedacht. Von Britten's Seite, und deshalb muss man sagen, das ist auch eine Herausforderung, dass können wir auch gut sehen, dass wenn man Programme gestalten will als Berater für ein Festival, für einen Künstler, dass man auch bedenkt, was ist welche Musik spielt jetzt in diese Zeit, weil genau jetzt dieses War-Requiem war ein Werk für diese Zeit. Jetzt, wie das läuft in der Welt. Und deswegen kann man sagen, das war eine besondere Ereignis, kann man sagen. Und da kann man sagen, es war eine Veranstaltung von KarstenWittMusikmanagement, Abteilung für Projekte, und das war wirklich ein korrekten Zeitpunkt, so etwas zu gestalten. Und es war interessant zu sehen, auch wenn man beobachtet das Publikum gestern Abend, das war ja ein sehr – wie du sagst, das war ein sehr kundige Publikum, wahnsinnig konzentriert, interessant für uns im Beruf war viele Kollegen waren dabei, Dirigenten, und andere, die wollen unbedingt da sein, weil das war eine einmalige Ereignis. Und das ist so die Herausforderung für uns, wenn wir so etwas anfassen diesen Bereich, und das reden wir hierrüber, es muss diese Einmaligkeit sein, man muss immer, bei einem Konzert, es muss nicht Just another day in the office¹ sein, es muss wirklich etwas Einmaliges sein.

¹ Gemeint ist wohl: Business as usual ...

Elke Moltrecht: Und ja – wie ist das mit deinen, wie siehst du das mit deinen Komponisten.

Katrin Matzke-Baazoug: Tatsächlich musste ich zuerst an Ying Wang denken, als wir über die gesellschaftliche Relevanz sprachen, die ja immer so die ganz wichtigen Themen aufgreift, also sehr interessant, und was Klimawandel angeht, ja, das ist glaube ich generell ein Thema gerade, Sogatoshio arbeitet jetzt gerade an diesem in seiner neuen Oper, Natascha, was für ihn schon eher besonders ist, weil er sonst eher nicht so die gesellschaftlichen Themen im Fokus hat, also ja, das ist total spannend und vor allem finde ich ja, dass was an unserer Arbeit so interessant ist, ist, dass wir in diesen Prozess involviert sind, also dass wir von Anfang an die erste Ideendiskussion mitbekommen und dann wie sich das weiterentwickelt, was für Einflüsse dann noch dazu kommen, Leute, die sagen, aber so geht das nicht, pass mal auf, auch so der Titel, das funktioniert nicht, und man ist die ganze Zeit dabei und wir können ja auch unsere Meinung jeweils einbringen und uns dazu äußern und das ist schon sehr interessant. Dies, was Karsten oft betont, die Arbeit für die Komponistinnen ist so viel langfristiger als für die anderen, die Interpretinnen, für die wir arbeiten.

...

K: Karsten sagt auch immer, wir beschränken uns auf einen so kleinen Kreis von Veranstaltern, die bereit sind, neue Werke in Auftrag zu geben. Also das sind halt immer die gleichen Leute, an die wir uns letztendlich wenden, und wir versuchen natürlich, das zu erweitern, und auch andere Veranstalter darauf anzusprechen, aber das ist dann eben eine Arbeit, die dann länger dauert. Bei den Interpreten ist es oft so, dass Festivals, die sonst eher klassische Musik präsentieren, dann bereit sind, in ein Programm ein neues Werk zu programmieren, ist dann schwierig, Leute wie das Jack Quartett dort anzubringen, weil das funktioniert gar nicht, weil die haben rein zeitgenössische Konzertprogramme und sind auch nicht bereit, da andere Dinge mit reinzunehmen, aber das ist schon eine Gradwanderung und das ist auch ein spezieller Kreis, den man da erreicht, aber ich finde auch, Elke du hast recht, dass es auch zukunftssträchtig ist, dass es also richtig ist, genau da den Finger in die Wunde zu legen und zu sagen, wir verfallen nicht in dieses nichtssagende Wiederholen neoklassischer ja Tendenzen. Wobei uns eben – ich musste sofort an Breitkopf denken – einige der Verlage sofort widersprechen würden.

E: Total, die gucken nach Quote.

K: ... die genau in eine andere Richtung sich orientieren, als wir das hier vielleicht tun.

E: Aber ich meine, daran halten wir fest und ich meine, die war ja Jahrzehnte lang selber Veranstalterin und weiß, wie starrköpfig man als Veranstalter sein kann oder als Kurator, das merken wir in unserer täglichen Arbeit, dass die Veranstalter natürlich ihre eigene Ästhetik haben, und dann kommst du mit unserer Auswahl an Komponisten und dann sagen die: Der interessiert mich, die nicht, oder umgedreht. Das heißt wir müssen natürlich sehr spüren, wir als Manager, wir als Partner der Komponisten, müssen unheimlich spüren, wo kann ich überhaupt anfragen, damit das nicht ins Leere läuft, und die Programme, die die Veranstalter machen, studieren im Sinne von – na hier bringt's nichts und hier bringt's was. Und hier kann ich vielleicht sogar – hier zum Beispiel für das Feldman-Jubiläum, 26 ...

K: Genau ... ja.

E: ... weiß ich, ob das jetzt klappen wird, in der Realität wissen wir noch nicht, aber da weiß ich zum Beispiel Bernhard Günther bei Wien Modern sollte sich dürfte sich sehr interessieren oder MärzMusik,

K: Das stimmt. ... Und darauf so einzuwirken, dass es vorangeht, manchmal. Und gleichzeitig, woran ich auch eben gedacht habe, es gibt so viele interessante Themen und die meisten unserer Komponisten interessieren sich ja auch für viele Dinge, und wollen dann gerne alles parallel machen, also bei meinen Komponistinnen ist es eigentlich bei allen so, und da ist es unsere Aufgabe auch so ein bisschen zu regulieren und zu sagen, ok, das ist der Arbeitsplan, es ist nicht realistisch, dass du an fünf Werken gleichzeitig arbeitest, das müssen wir verschieben, das macht jetzt keinen Sinn und dann müssen wir vielleicht auch mal etwas absagen, was Marc Andre sich zum Beispiel immer gar nicht traut, der ist da immer – sagt eigentlich allen Leuten zu, obwohl er es gar nicht leisten kann und dann müssen wir ...

E: Habe ich auch welche auf meiner Seite

K: ... in den sauren Apfel beißen, und sagen, es tut uns leid, aber das klappt jetzt noch nicht.

Katrin Matzke-Baazoug: Schwierig. Ich glaube, das ist in beiden Fällen wichtig, das ist ein wichtiger Punkt, dass man diese soziale Intelligenz hat. Um angemessen reagieren zu können auf alles, was ... auf alles, womit man da konfrontiert wird. Auch Veranstalter sind oft verärgert, weil Dinge nicht schnell genug gehen oder weil sie überfordert sind, weil sie so viele Anfragen von allen Seiten bekommen und genau das gleiche erlebt man von der Künstlerseite, die verärgert sind, wenn sie nicht die Programme spielen können, die sie da im Kopf haben, und damit muss man einfach umgehen können, und dann das diskutieren und das zu einem guten Kompromiss führen irgendwie. Also das ist immer unser Ziel, wir wollen diese Aufführung ermöglichen, und das geht nur, wenn Veranstalter und Künstler zueinander finden.

Maï Handai: Es geht alles um Kommunikation im Endeffekt, finde ich.

Die Kommunikation, die Kommunikationsfähigkeiten, die wir brauchen ...

K: Genau, sich so ein bisschen reinversetzen zu können in die jeweilige Sicht der Beteiligten, das ist entscheidend, ich erlebe das bei Komponisten ganz oft, dass ich total verstehe, wenn die im Verzug sind, und weil einfach sie für dieses Werk leben, und dann ist das eben egal, dann muss das noch fertig gestellt werden, auch wenn die Frist schon abgelaufen ist, und ich gleichzeitig auch völlig verstehe, unter welchen Zwängen die Veranstalterseite, der Auftraggeber steht. Die Produktionskosten haben, die da schon angefallen sind, und die Ängste haben, dass das alles nicht rechtzeitig klappt, und was ja auch tatsächlich manchmal passiert, dass Dinge dann einfach abgesagt werden müssen, was furchtbar ist. Für alle Seiten, auch für uns. Wenn man da Jahre lang Arbeit reingesteckt hat und dann klappt es nicht. Aber gut, das sind wirklich die Ausnahmen.

M: Und eine Teil der Arbeit ist auch ich finde die gute Reaktion zu haben oder wie wir uns ausdrücken wenn wir mit verschiedene Veranstalter, weil es gibt auch für diese psychologische Aspekt auch mit dem Künstler und dem Veranstalter wo wie können wir auch mit diese Vertrauensbeziehung eigentlich machen oder ...

...

M: Man muss sich adaptieren mit allen so ja verschiedene Kontakt und Kontaktpflege und Kommunikations ...

K: Und auch Kommunikationsweisen, die unterschiedlich sind. Gerade wenn ich jetzt an USA und Japan denke. Superspannend. Habe ich mit beiden ja viel zu tun, durch Toshio und das Jack-Quartett. Wie extrem unterschiedlich da

kommuniziert wird. Also auf amerikanischer Seite extrem professionell, also die erfordern Effektivität von uns, also, und auf japanischer Seite diese Höflichkeit, also wo man immer denkt, das ist eigentlich ein Klischee, aber was tatsächlich total entscheidend ist,

M: Und man muss nicht fresh aussehen (?) man muss wirklich aufpassen, wie man etwas Fragen stellt, oder wenn man etwas benötigt. Muss man wirklich die gute Formulierung auch ...

...

K: ich habe immer den Eindruck, das sind alles Menschen, die auch dort arbeiten, weil sie daran glauben und dieses Ziel vor Augen haben, dass es dort ein tolles Konzert und eine tolle Aufführung geben wird. So sehe ich das auf unserer Seite: Man macht das der Sache wegen, schon irgendwie auch.

M: Ja, ich finde auch in diesem Bereich, alle Leute die dafür arbeiten, sind sehr sehr involviert, finde ich. Und ja unsere Beziehung mit Veranstalter, ja, Ich finde, was interessant ist, wir haben so viele verschiedene Arten von Beziehungen, also von Verhältnisse mit Veranstalter, wie so ich weiß nicht, ich finde nicht (die Worte) ...

K: Die Managerinnen von uns, die eben viel reisen und viel bei Aufführungen sind, erleben die Veranstalter auch von einer anderen Seite, wo sie nicht nur am Rechner sitzen und kommunizieren, sondern vor Ort sind, also mit den Veranstaltern und den Künstlern gleichzeitig ins Gespräch zu kommen, vor Ort, ich glaube das ist immer, das ist ein riesen Vorteil, das erleben zu können, deswegen reisen ja auch sowohl Karsten als auch alle anderen Managerinnen sehr gern und es ist auch sinnvoll das zu tun. Weil das für die Kontaktpflege essentiell ist auch,

M: Es ist eine sehr sehr menschliche Arbeit und ...

K: Ja!!!

M: Und ich finde diese menschliche Beziehungen auch mit den Veranstaltern wirklich telefonieren, wirklich vor Ort sein, die Konzerte tatsächlich zu sehen, wie die Party, die wir gestern gemacht haben, es geht wirklich auch wenn wir über Netzwerk und Veranstalter sprechen möchten, Es geht wirklich um menschliche Beziehungen.

K: Genau, es ist ...

M: Leute, mit denen man sich auch gut versteht. Und mit denen wir Projekte machen möchten.

K: Ich finde immer, wenn wir in unserer riesen Datenbank suchen nach Kontakten, das ist dann immer sehr abstrakt. Aber wenn man dann plötzlich mit der Person in Kontakt ist, dann ist es immer eine ganz andere Dimension. Und was interessant ist, die Leute telefonieren nicht mehr so viel, aber Zoom-Meetings, diese Videocalls, gibt's immer mehr. Und ich war anfangs gar nicht so ein Freund davon, aber ich merke, wie sinnvoll das ist. Weil ohne zu reisen, hat man dann auch die Möglichkeit, sich gegenüber zu sitzen und dann versteht man auch, wie tickt derjenige. Und das sind alles Menschen, die für eine Sache brennen und mir sagen: Oh, ich liebe Cage, ich liebe Feldman, lass uns irgendwas da auf die Beine stellen, und ich sage: Ja, wow, ja cool! Das schaffen wir! So, und das ...

M: So mehr einen Eindruck zu haben, wie die Leute so arbeiten und so ja ...

Mai Handai: Das ist interessant. Ich denke, das geht auch – wie du sagtest – mit Offenheit. Dass alles sich jetzt mehr öffnet, zwischen verschiedene Räume und Themen und Inhalten, dass es nicht nur um Musik geht, sondern auch andere Themen, die das Konzertereignis betreffen.

...

Xenia Groh-Hu: Da gibt es verschiedene Szenarien, das eine ist, dass wir einen Austausch machen auch mit Veranstaltern, gibt es auch Austausch mit Dramaturgen, die sagen, ok sie wollen gern mit dem und dem Künstler von uns etwas entwickeln, es soll aber in die Richtung was weiß ich was gehen und interdisziplinär zum Beispiel und dann entsteht in dem Austausch entstehen Ideen, dass wir aus unserem Pool tatsächlich noch weiter Künstler einbringen können oder eben auch noch Komponisten, oder wie auch immer, oder wir kennen Videokünstler, oder was auch immer gewünscht ist, da helfen wir schon auch, quasi in der Programmgestaltung mit. Häufiger ist es, dass Künstler von uns eigentlich mit fertigen Ideen und Projekten kommen. Also auch Solisten, keine Ahnung, ein Cellist, Anssi Karttunen, der mit zwei Tänzern mit einem bestimmten Komponisten eine Inszenierung hat, die klein und fein ist, und mit uns bespricht, ob man das nicht mehreren Veranstaltern vorstellen kann. Das ist dann quasi ein fertiges Projekt. Und was wir damit machen, mit solchen einzelnen Projekten, die ja bei einzelnen Leuten bei uns verteilt sind, da setzen wir uns manchmal zusammen und poolen das, und schauen, was gibt es, in die ähnliche Richtung, wer sind die Veranstalter, die so was suchen, oder wer sind die Veranstalter, die wir in die Richtung gerne wie soll ich sagen beeinflussen wollen. Und – oder wo sehen wir überhaupt die Möglichkeit für die fertigen Projekte? Wo ist der Raum dafür, welche Veranstalter sind kreativ und haben Ideen, die sie einbringen können, also es geht eigentlich immer um die Kommunikation. Es sind immer mehrere beteiligt. Oft ist es aber so, dass der Künstler dasteht und nicht weiß, was er damit macht. Und da ist dann – da fängt dann unser Job an, dass wir sagen: gut, wir analysieren das, wir sehen da ein Potential wir sagen auch manchmal vielleicht solltest du da und dort einen anderen Partner suchen, oder irgendwie eine Stellschraube und dann bespricht man das mit Veranstaltern. Also da, wo wir die Vermittlertätigkeit haben.

...

M: Aber ich finde im Endeffekt auch dass, was das wichtig machen kann, ist ja immer noch die Frage des Publikums, und dass man auch ein neues Publikum in der Musikbranche eigentlich braucht auch, von der klassischen Musikbranche, und ich denke, es geht auch darum, ein neues Publikum zu erstellen oder zu

finden, die sich auch mit klassischer oder zeitgenössische Musik beschäftigen würde.

X: Ja, da schließt sich der Kreis zu den Veranstaltungsformaten, die Leute wollen heute, man hat das Gefühl, die wollen einen Event. Und deswegen muss man was draus machen, also so wie ...

M: Etwas spektakulär ... wie das Konzert, das du gesehen hast in Paris letztes Mal. Ja, mit Simon Steen Anderson.

X: Genau, die wollen was Neues erfahren, und im Idealfall läuft das über die Kunst, aber es muss auch eingebettet sein in etwas, wo die Leute das Gefühl haben ... also so, wie man früher in die Oper geht mit langer Pause, wo die Leute sich einen Champagner gönnen, das gehört einfach dazu. Und so kann man eben auch in den Konzertformaten arbeiten, denke ich. Was passiert, wenn man den Konzertort betritt, gibt es da schon Klanginstallationen oder sound-Installationen, damit fängt es ja schon an. Darf das Publikum wandeln, oder liegen, da gibt es viele Beispiele.

Nina Rohlf: Wir haben natürlich unsere Haltung, oder jeder für sich privat sowieso hat eine Haltung, und wir gehen hier glaube ich schon mit so einem bestimmten Grundethos an die ganze Sache dran. Aber natürlich ist das schwer, das im Einzelnen auszudeklinieren. Also wenn man wirklich mal fragt, wo kommen Gelder für welches großes Festival her, sind diese Strukturen wirklich die, die man mit seiner Arbeit unterstützen will, da kommt man natürlich überall in Zielkonflikte. Ich glaube, man kann da immer in beide Richtungen argumentieren: Wenn wir nicht dabei sind, können wir auch nicht, können unsere Künstler:innen das auch nicht verändern, oder weiß ich nicht, oder man sagt halt, ich will damit nichts zu tun haben. Aber ich glaube, du kannst da viel direkter noch darüber sprechen.

Xenia Gro-Hu: Man kommt ja auch schnell in die Rolle, keine Ahnung, erklären zu müssen, auch an auch für die Künstler sich erklären zu müssen. Also gut wenn man jetzt Ukraine-Krieg ist das beste Beispiel, wo man dann plötzlich jeden Künstler, der irgendwie russischstämmig ist erklären muss nach außen hin, dann machen wir das natürlich, aber ohne jetzt in – oder der Künstler ruft an und sagt: Kannst du aus meiner Biographie das Wort russisch streichen, der ist eh schon lange nicht mehr russischer Nationalität, und merkt, dass es irritiert oder so, mit so nen Dingen haben wir natürlich tagtäglich zu tun und dann ... aber, was du angesprochen hast, dass man jetzt so weit geht, dass man sagt, zu welcher Institution wer steht da dahinter, wo kommt das Geld her, oder ist der Leiter politisch ... auf der falschen Seite und so, wenn wir so weit gingen, also ich glaube so weit, das wäre ein zu großes Thema ... ja, also da das ... ich glaube, dass man gezielt punktuell haben wir da schon auch Erfahrungen gemacht, dass wir gesagt haben, ok, hier nicht, das nicht. Das geht einfach zu weit. Das ist klar.

N: Oder dass auch Künstler Künstlerinnen bestimmte Sachen die sagen, wir reisen nicht in bestimmte Länder, das ist so ein komisches Regime, da wollen wir irgendwie wir wissen nicht, wer da die Kultur finanziert, das wollen wir nicht unterstützen, das haben wir ja auch schon ...

X: Genau, damit haben wir auch schon zu tun ... viel ... das ist irgendwie – genau, da suchen die Künstler auch Rat bei uns. Ne, wenn die sagen, da möchte ich eigentlich hin, aber hm ist das in Ordnung? So beratend stehen wir den Künstlern schon zur Seite, auch um denen zu erklären, was das für Konsequenzen hat. Wenn ein Künstler sich für dies oder jenes entscheidet, und im Prinzip, wenn man sich der Konsequenzen bewusst ist, dann kann man auch leichter eine Entscheidung fällen.

...

N: Das stimmt. Na, ich meine in 20 Jahren. Wir als Urgestein müssten ja mal aufzählen, was hier schon alles so quasi parallel passiert ist. Finanzkrise Fukushima, das hat uns alles irgendwie beeinflusst. Ich meine, jedem fällt als erstes natürlich die Pandemie ein, aber es gibt ja, das waren natürlich unvorstellbar, was da in der Branche passiert ist, aber es gab ja auch vorher schon Ereignisse, die uns ganz schön stark betroffen haben sozusagen.

X: Auf jeden Fall. Interessanter Weise, aber wenn ich so Revue passieren lasse, denke ich, also diese Entscheidung dafür, das Thema gab es ja schon, international tätig zu sein, eine Internationalität, die vielleicht auf den ersten Blick erst mal schwieriger erscheint, ist aber eigentlich eine, die uns auch einen Schritt weit unabhängiger von solchen Ein – wie nennt man so was – Großereignissen macht, weil eine Finanzkrise in einem Land verkraften wir vielleicht besser, wenn wir noch mit drei anderen Ländern arbeiten, die gerade keine Krise haben, also so haben wir eine Flexibilität.

N: Ja, wir wollten ja auch noch über Zukunftsfähigkeit sprechen. Und nicht nur 20 Jahre Rückblick. Aber da ist das ja vielleicht auch ein guter Punkt, dass du sagst, bei uns ist dieses Risiko durch Internationalität ein bisschen gestreut. Weil es kann ja auch wirklich auch kulturpolitisch können sich Länder ja völlig plötzlich wandeln, das ist ja in Europa ja leider auch nicht ausgeschlossen, dass da weiß ich nicht, ob ich da jetzt Prognosen machen möchte, ob oder wie hier in 10 Jahren die Kulturförderlandschaft aussieht. Da ist es sicher immer gut, breit aufgestellt zu sein.

X: Ja, ich denke auch. Also vor 10 15 Jahren waren unsere mitten in unserem Kerngebiet zwei Länder, die das jetzt nicht mehr sind, einfach auf Grund der Veränderungen in der Kulturpolitik. Tatsächlich, das macht irrsinnig viel aus, Gleichzeitig muss man, wenn man international diesen Aspekt zum Beispiel Nachhaltigkeit und Umwelt, das ist natürlich was, was uns da mehr beschäftigt.

N: Genau, und das war bestimmt vor 20 Jahren noch nicht so – es war schon da, aber es ist nicht – diese Relevanz hat

...

X: Also ich wundere mich schon ein bisschen muss ich sagen, dass jetzt Stichwort Pandemie, die da vielleicht ein bisschen zum Nachdenken angeregt hat, dass zum Beispiel wieder alle Orchester aus Europa nach Asien oder China wollen. Das finde ich ganz schön verrückt. Also dass es ein paar gibt, das ist klar, es muss einen Austausch geben, das ist irgendwie Teil – aber muss, das ist die Frage, muss es das wirklich, aber im Prinzip das Publikum möchte das noch,

und wenn das Orchester nicht kommt, reist vielleicht das Publikum in die andere Richtung, und dann haben wir vielleicht die ähnliche Fußnote, ja. Oder noch schlimmer. Aber dieses dass einfach alle dahin wollen, das finde ich also sehe ich sehr kritisch eigentlich.

Nina Rohlfs: Ja, ich habe mich gerade mit Xenia über Veränderungen allgemein, bei uns in der Branche, aber auch so in der Welt oder wie da das Wechselspiel ist, darüber habe ich mich mit ihr unterhalten. Und das sind natürlich Sachen, ja gerade diese kleinen Veränderungen, die kann man vielleicht ein bisschen ablesen in der Art und Weise wie wir kommunizieren, und kommunizieren jetzt als Spezialfall mal nicht face to face, was fast alle meiner Kolleginnen ja machen, sondern ich kommuniziere ja mehr so ins Blaue, ich schreibe die Texte auf der Webseite und die Künstlerbiographien und so was. Ich habe halt so eine – ich kreierte eine so eine Außenkommunikation, wo ich gar kein direktes eine direkte Antwort habe. Aber ich glaube so ein bisschen kann man da auch die Veränderungen, die sich so nach und nach vollzogen haben, kann man ein bisschen an dem Ton auch ablesen. Müsste man mal historisch gucken, ob das so ist.

...

Daniel Schumacher: Und ja, ich nehme das schon irgendwie wahr und finde das auch interessant, wie beziehungsweise frage mich, wie du das so angehst. Ich meine, wenn du sagst, du kommunizierst nicht direkt mit Leuten, aber du hast ja schon eine gewisse Zielgruppe im Kopf.

N: Ja, das ist ein gutes Stichwort.

D: Was woran man sich beim Schreiben auch anpassen muss. Also ich kenne das aus anderen Kontexten.

N: Ich habe ... Wir haben tatsächlich eine besondere Zielgruppe, wir haben auch ein bisschen Missverständnisse mit neuen jungen Künstlerinnen und Künstlern, nämlich wir kommunizieren wirklich in erster Linie an Veranstalter. Oder jedenfalls Partner mit denen wir arbeiten. Also das ist so ... so businessmäßig gesagt ist das halt b-to-b-Kommunikation. Und wir kommunizieren eigentlich nicht – wir sind jetzt keine PR-Agentur, die direkt da, wir kommunizieren nicht so viel mit Presse, eher indirekt, wahrscheinlich ist das schon relevant auch für Presse, was bei uns auf der Webseite ist. Aber nicht direkt und wir wenden uns auch nicht an Fans. So direkt. Wobei das in unserer Social Media Kommunikation sich wahrscheinlich noch viel stärker vermischt. Da findet das bestimmt schon statt. Aber bei uns auf der Webseite ja versuchen wir halt deshalb ja auch einen eher professionellen und auch einen eher jetzt nicht total trockenen aber sachlichen Ton anzuschlagen, der nicht so aufgebauscht marketingmäßig klingt.

...

N: Und deshalb ja bin ich habe ich das Privileg in der Firma sozusagen auch mal tiefere und längere Gespräche über allgemeinere Themen mit unseren Künstlerinnen und Künstlern zu führen, das ist eigentlich ganz schön. Das kennzeichnet schon unsere Firma, dass wir da auf diese Inhalte, dass wir da investieren. Und das spiegelt sich glaube ich so insgesamt wieder, dass es bei uns eben um Inhalte geht, und wirklich zu wissen, was passiert da und was können wir kommunizieren.

D: Wie wird das eigentlich ausgewählt, wer wann irgendwie mal in einem Magazin auftaucht mit einem Interview oder weiß ich nicht in irgendwelchem Format.

N: Wir haben das in letzter Zeit ein bisschen vernachlässigt, aber eigentlich machen wir regelmäßig in unserem jour fixe in unserem Teammeeting, machen wir mal so eine Runde wo Magazinthemen vorgeschlagen werden können. Beziehungsweise jetzt habe ich es auch viel so auf Zuruf gemacht, was es so an großen Themen gab. Also es gibt Sachen, da ist es klar, da muss mal was darüber gemacht werden. Wenn es jetzt eine ganz große Uraufführung gibt. Das ist so ein bisschen auch etwas, was immer etwas problematisch war, denn es gibt ja diese Themen, über die man gut schreiben kann. Nämlich große Uraufführungen Musiktheater, da gibt es auch sehr viel Inhalt zu transportieren. Da gibt es meistens irgendein Background, das ist oft politisch, da gibt es Akteure, mit denen man sprechen kann. Es gibt aber auch bei uns diejenigen, die einfach brav ihre Solistenkarriere machen, ganz tolle Musik machen, ja aber, da ist es oft so, da kommt nicht das Thema, über das man mal schreiben müsste. Und da müssen wir dann wirklich mal gucken so ... da müssen wir sagen, wir haben über diese Person wirklich ganz lange nichts mehr gemacht, wir müssen einfach mal etwas Portraithaftes machen oder mal gucken, über welches Thema hat die Person etwas zu sagen. Denn so ganz aus dem Nichts schreiben wir auch nichts. Irgendeinen Aufhänger sollte es schon geben.

Daniel Schumacher: D.h. wir brauchen irgendwie auf ne auf eine bestimmte Zielgruppe zugeschnittene Kommunikation, die gleichzeitig irgendwie ansprechend und nicht steif aber trotzdem seriös wirken soll, und dann haben wir einfach darüber gesprochen, wie man das macht und wie man nicht zu sehr in Lobhudelei den eigenen Künstlern in Bezug auf die eigenen Künstler verfällt und irgendwie glaubwürdig zu bleiben in dem, was man da zu kommunizieren versucht. Ja, und das sind ja die Inhalte, die sie vor allem für unsere KarstenWitt.com Webseite produziert und dann gibt es ja noch die ClsX.de Webseite ...

Andrea Jung: Ja, genau. Wo wir ... die Plattform für unsere eigenen Veranstaltungen oder generell unsere Projekte, und bei der geht es natürlich darum, nicht nur unsere Partner beim Veranstalten anzusprechen, sondern auch unser Publikum. Also du bist ja auch immer sehr hilfsbereit dabei, diese Webseite zu füttern, und zu aktualisieren und zum Teil haben wir da auch einen Backstagebereich auf dieser Webseite, wo dann Karsten mit einigen der Künstlern, sei es der Dirigent oder die Komponistin oder Solistin dann Gespräche führt, bezüglich dieser Veranstaltung speziell. Und wie gesagt, manchmal veranstalten wir diese Projekte selber, oder rufen sie selbst ins Leben, wie unsere hidden classics Reihe, mit der wir drei tolle Konzerte veranstaltet haben.

(Telefon klingelt)

...

D: ...hidden classics, eine Reihe, die was genau auszeichnet?

A: Da ging es um Konzerte, die das die Werke – bei dem Werke aufgeführt werden, die es nicht unbedingt ins Standartrepertoire der Orchesterwerke geschafft haben. Also Werke aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, und dafür hatten wir dann tolle Titel, wie Into the Sky, mit dem hessischen Rundfunk Sinfonie Orchester, und Pierre Laurent Aimard als Solist. Und Healing mit dem MDR Sinfonieorchester, und so tollen Solisten wie Thomas Hampson war dabei bei Bernsteins Kadish, oder auch unsere eigenen tollen Sopranistinnen Sarah Wegner, die war auch mit dabei. Und „Wohin gehst du?“ war auch noch so ein tolles Konzert, von der hidden classics Reihe mit Nospr, dem polnischen Rundfunk Sinfonieorchester, mit der tollen Solistin Vivi Vasilewa am Schlagzeug und da war auch einer unserer wichtigsten Komponisten, der mittlerweile leider verstorben ist, Friedrich Cerha, da wurde sein großes Werk für Orchester und Schlagzeug aufgeführt. Was halt toll ist, wenn wir eigene

Veranstaltungen machen, dann können wir halt Konzerte mitgestalten wie wir sie gestalten wollen, die Formate zum Beispiel.

...

A: Weil wir halt hoffen, dass ein breites Publikum dadurch angesprochen werden kann.

D: Und das ist vielleicht auch so ja der Ethos dahinter, dass man dem Publikum etwa bieten möchte, was nicht alltäglich ist, etwas, was im normalen Konzertbetrieb gerade in Berlin, der ja so vollgestopft ist mit allen möglichen Dingen, irgendwie was bieten möchte, was sonst eher nicht auf dem Spielplan steht, von dem wir aber denken, dass es wert ist, aufgeführt zu werden. Und das ist dann, würde ich denken, bei den Veranstaltungen, die wir für andere durchführen, wie zum Beispiel den King Lear, das ist ja auch so ein Fall, das ist irgendwie was doch etwas exotisch ist, also Theater ohne Sprache, aber eben doch seinen Platz hier finden kann, weil es eine Auseinandersetzung mit einem Stoff ist, von dem wir schon denken, wir waren da recht überzeugt von der Aufführung, hatte ich den Eindruck, dass es einfach wert ist, gezeigt zu werden und ein Publikum hier zu finden. Und darum geht es auch so ein bisschen.

A: Genau, einerseits können wir uns dafür einsetzen für solche Ideen, Veranstaltungen, eigenen Ideen einbringen, oder unseren Partnern helfen, ihre Ideen umzusetzen, und andererseits zeigt es auch, dass wir als Musikmanagement auch die Kompetenz besitzen des Veranstaltens, wir vermitteln nicht nur unsere tollen Künstler, sondern können auch tolle Projekte veranstalten, Konzerte, können aber auch die bis in den Theaterbereich gehen. Wir haben ja auch letztes Jahr ein großes Festival, Voices, ins Leben gerufen, auch als Kooperationspartner, wo das auch – Tanzaufführungen kamen auch noch dazu. Auch bei diesen „Thinking Hands“ im Admiralspalast, da war ja auch Tanz mit dabei, also das sind immer sehr spannende und abwechslungsreiche Projekte, und auch herausfordernd. Und das ist immer ganz toll, dass wir als Team da auch zusammenhalten, um diese Projekte gut durchzuführen. Und wir selber arbeiten ja dann auch an dem Tag der Veranstaltung front of house, also haben dann auch den Kundenkontakt, sei es an der Abendkasse, durch den Ticketverkauf, den wir auch selber durchführen bei diesen Veranstaltungen, und ähm ja – insofern ... sind wir da auch als Mitarbeiter sehr vielfältig unterwegs.

...

A: Genau, also ich denke warum wir diese Eigenveranstaltungen machen oder generell diesen großen Bereich des Veranstaltens, wir sind ja eigentlich nur ein relativ kleines Team aber machen das ja auch gerne, kommt aber auch drauf an

wo unsere Kompetenzen herkommen in der Firma. Karsten hat viel veranstaltet, und verschiedene Kollegen haben oft veranstaltet in anderen kulturellen Einrichtungen, und wir haben natürlich was unsere Agentur sicherlich auch ausmacht, ist ein besonders großes Netzwerk. Wir sind halt sehr international unterwegs, und kommen halt mit vielen Partnern ins Gespräch, die auch an uns herantreten und sagen: Ich habe hier ein Super-Projekt, wie findest du es, und dann fungieren wir oft als Berater, und so entsteht oft eine tolle Idee, wo wir sagen, ok. Da können wir euch helfen, da klemmen wir uns dahinter, wir haben das Netzwerk, was wir mit dem Projekt tun könnten, was ja auch finanzielle Gründe hat, dass man das vielleicht nicht nur in Berlin zeigen möchte, also ganz viel wir arbeiten auch ganz viel mit der Elbphilharmonie zusammen, dass unsere Projekte, die wir in Berlin veranstalten auch in der Elbphilharmonie gezeigt werden oder sie werden in der Elbphilharmonie gezeigt und wir holen sie mit nach Berlin, und das hängt auch sehr eng würde ich sagen mit unseren Partnerschaften zusammen. Wir haben zum Beispiel sehr gute Partnerschaften mit verschiedenen Rundfunkorchestern, die auch gern mal was anderes machen möchten und auch ihre Ideen haben und genau, weil wenn sie von einem anderen normalen Konzertveranstalter engagiert werden, dann passt es halt in deren Saison vor allem, klar darauf achten wir auch. Aber was vielleicht nicht dieses Jahr in die Saison passt, mit diesem Vorschlag, in die nächste Saison. Wir sind da schon auch dabei, und damit können wir das Musikleben auch so ein bisschen mitgestalten, also nicht nur lokal in Berlin, oder Deutschland, sondern auch international vertreten sein. Mit diesen Ideen und ...

Andrea Jung: Nichts ist unmöglich, jedenfalls nicht bei uns. Nichts ist zu groß, würde ich echt sagen, und irgendwie schaffen wir das immer umzusetzen. Und ich glaube es geht wirklich in unserem Agenturleben Musikmanagement, Künstler- und Musikmanagement sehr viel um dieses ganze Netzwerk und diese Partner, und wie können wir mit noch vielleicht sogar mit noch neuen Formationen an Partnern noch tollere Sachen machen, die es noch nicht gibt in der klassischen Musiklandschaft oder was ändern oder wie klassische Musik empfunden oder wie neues Publikum herangezogen werden kann.

Kathrin Hoffmann: Ja, vor allem Publikum, vor allem junge Leute.

A: Wobei wir das eingesessene Publikum trotzdem nicht verlieren möchten. Sondern mitnehmen möchten und da ist ja so manchmal die Grätsche. Weil aus diesen ganzen verschiedenen Gründen.

...

K: Ja, und da sind eigentlich sehr viel Bögen zu spannen, gerade die Sinne ansprechend und so, habe ich in den ersten Konzerten auch gedacht, das ist eigentlich vergleichbar mit einer Speisefolge, einem Menu, wenn man natürlich etwas eines etwas höheren Anspruch beim Essen ansetzt, und wo versucht wird, alle Sinne anzusprechen sei es, dass man von einem Produkt etwas kreiert, alle verschiedenen Möglichkeiten, verschiedenen Texturen, oder die Gesamtvielfalt von Produkten, die dann einen großen Blumenstrauß machen und so habe ich das auch manchmal im Konzert empfunden, mit den ganzen unterschiedlichen Tönen, und Rhythmen, alles, was zusammenspielt. Und so werden alle Sinne angesprochen, visuell natürlich auch, aber wenn man die Augen schließt, vor allen Dingen ist es doch erstaunlich, was die Ohren aufnehmen und hören. Und wie tief es geht.

A: Das ist interessant, weil eigentlich ...

K: ...kann.

A: Genau, weil in der heutigen Welt ist das Visuelle eigentlich überwiegend. Und das stimmt, ob der Geschmacksnerv – wenn man sich nur auf den verlässt, und die Augen schließt, und so ist es bei der Musik ähnlich. Augen schließen, und einfach nur mal hören. Und das ist nun mal einfach ein tolles Erlebnis.

K: Und da ist es spannend, das kannte ich vorher nicht, und das sind dann im Besonderen die Konzerte, die diese Agentur ausrichtet, und worauf der Fokus ja auch gelegt ist, etwas anderes zu machen als das, was man immer, was man des Öfteren besuchen kann, oder was angeboten wird, ja das ist schon erstaunlich, was da so freigesetzt wird.

A: Und ich habe gerade von einem tollen Erlebnis gesprochen, weil ich es meistens gleich toll finde, wenn ich live im Konzert bin, aber du hast recht, manche sind es vielleicht nicht gewohnt, aber auch das kann man ja ... oder zulassen auch mal etwas ganz Neues hören zu dürfen. Was man sonst nicht alltäglich ...

K: Absolut, und das hatten wir ja auch bei unserem anderen Projekt mit „Voices“, wo wir ja an teilweise experimentelle Musik herangeführt wurden, und es ist doch erstaunlich, was es alles gibt, und das erfährt man alles hier. Das finde ich schon spannend, sonst wäre ich in meinem Leben – dem wäre ich sonst nicht begegnet. Also das ist schon die Einzigartigkeit hier auch.

Uli?

(Lachen)

K: Cut!

U: War doch ein schöner Schlusssatz. Nicht – also ...